

EQUIPAMIENTO

Adidas eleva su beneficio un 19% hasta marzo pese a crecer sólo un 2%

La compañía alemana cerró los tres primeros meses de 2018 con una facturación de 5.548 millones de euros, con Europa Occidental, Norteamérica y Asia-Pacífico como principales impulsores.



Palco23
3 may 2018 - 09:33

Adidas coge fuerza en sus principales mercados. La compañía alemana de artículos deportivos cerró los tres primeros meses de 2018 con una facturación de 5.548 millones de euros, un 1,9% más que en el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, su beneficio neto aumentó un 18,6%, hasta 540 millones de euros.

En los territorios estratégicos para el grupo, Europa Occidental, Norteamérica y Asia-Pacífico, sus ingresos se elevaron un 4,4%, un 5,3% y un 6,4%, respectivamente. En el Viejo Continente se facturó 1.603 millones; en América del Norte la cifra de negocio fue de 1.040 millones, mientras que en Asia se alcanzaron los 1.856 millones.

En el resto de zonas geográficas, si bien no son igual de significantes para la compañía, sus ventas cayeron. En Latinoamérica, el negocio se redujo un 5,3%, hasta 430 millones; en Rusia y las antiguas repúblicas soviéticas la cifra volvió a contraerse un

25,5%, hasta 119 millones, mientras que en los mercados emergentes se facturó un 16% menos, hasta 308 millones.

Por marcas, Adidas incrementó su negocio un 3,3%, hasta 5.000 millones de euros. Por otro lado, Reebok, que durante los últimos trimestres ha venido acumulando resultados al alza, cerró los tres primeros meses del ejercicio con una caída de sus ventas del 10,6%, hasta 440 millones.

El consejero delegado del grupo, Kasper Rorsted, ha señalado que “hemos tenido un buen inicio del año cumpliendo expectativas: nuestro negocio ha sido impulsado por áreas estratégicas como son Norteamérica, China y el *e-commerce*”. Adidas mantiene su previsión de crecimiento alrededor del 10% para todo el ejercicio 2018, liderado por un alza a doble dígito en América del Norte y Asia-Pacífico.