PALCO23

EQUIPAMIENTO

Adidas recorta un 30% su beneficio en España por la quiebra de su principal franquiciado

La marca batió su récord de ingresos en el país, con 516 millones de euros, pero su resultado neto cayó hasta 8,55 millones de euros. Además, tuvo que afrontar el cierre temporal de los 19 locales gestionados por Valadri. Para ello creó un fondo de garantías para cubrir posibles riesgos de insolvencia de otros socios.

Álvaro Carretero
4 nov 2019 - 04:59

Adidas capea la tormenta europea y avanza con paso firme en España. En un escenario de retroceso del negocio en el Viejo Continente, marcado por la incertidumbre en torno al Brexit, la compañía alemana de equipamiento y moda deportiva ha salvado uno de sus años más complicados en el país. La filial batió su récord de facturación en el mercado español con 516 millones de euros, un 1,7% más que el año anterior, pero el beneficio neto se desplomó un 30%, hasta 8,55 millones de euros.

¿El motivo? La quiebra de su principal franquiciado, Valadri, que puso en jaque parte

https://www.palco23.com/equipamiento/adidas-recorta-un-30-su-beneficio-en-espana-por-la-quiebra-de-su-principal-franquiciado

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

de su red comercial. El socio de Adidas gestionaba 19 tiendas en la Península Ibérica. Hoy ya ha logrado recuperar los once de Portugal y otras tres en España, según pudo saber *Palco23*. Aun así, por ahora se desconocen los planes para el resto de establecimientos afectados. En total, en 2018 se realizaron provisiones por 1,43 millones de euros.

Respecto al resto de su red de tiendas, de forma simultánea a la gestión del caso Valadri se inauguraron dos nuevos establecimientos en Bilbao y A Coruña. Ambas aperturas estaban previstas antes de conocer la situación de su antiguo socio y, de nuevo, se volvió a apostar por el formato *outlet*, la fórmula que más ha explotado la compañía durante los últimos años para expandir su negocio de retail.

El local situado en el País Vasco, de hecho, es el de mayor dimensión de España, con 1.239 metros cuadrados, superando el *outlet* multimarca que se inauguró en 2018 en San Sebastián de los Reyes (Madrid). Actualmente, Adidas tiene una red comercial de 47 tiendas en el mercado nacional, de las que 33 operan bajo licencias de terceros y otras trece operan bajo el formato de fuera de temporada.

Aunque la filial española, liderada por Marta Ríos, mantiene que hay planes de expansión a corto y medio plazo, no han trascendido posibles nuevas ubicaciones. Ahora bien, más allá de la coyuntura excepcional marcada de Valadri, el negocio de Adidas también ha comenzado a mostrar síntomas de desaceleración en España.

En 2018 se ha registrado el menor incremento en los últimos cinco años, provocado por la caída en la comercialización de artículos deportivos a otras sociedades del grupo. La facturación derivada de este negocio cayeron un 6,2%, hasta 70,8 millones de euros. Las ventas directas a los consumidores y a otros distribuidores, por el contrario, aumentaron un 3%, hasta 445,1 millones de euros.

> **Adidas apuesta por seguir reforzando la estrategia de venta directa al consumidor y prevé crecer en 2019**

Por otro lado, el pasivo financiero de la compañía se ha recortado un 20,5%, hasta 94,27 millones de euros. De este importe, 64,37 millones de euros se corresponden a

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

financiación ofrecida por la matriz para apoyar la actividad de la filial española, mientras que la deuda con proveedores y acreedores era de 22,37 millones a 31 de diciembre de 2018, un 50% menos que en 2017. Además, disponía de líneas de crédito por 20 millones de euros de las que no ha dispuesto en los últimos dos años.

El patrimonio neto de la compañía se redujo un 8,3%, al bajar de 41,28 millones a 37,84 millones de euros. La razón de esta caída es que Adidas distribuye como dividendo a la matriz todo el beneficio anual que obtiene, por lo que el volumen de fondos propios varía siempre en función del beneficio de ese último ejercicio.

Pese a la ralentización del crecimiento de Adidas aún considera que "la evolución económica, financiera y laboral ha sido buena atendiendo a las circunstancias del mercado". De hecho, este año seguirá "afianzando sus líneas de producto más representativas, aumentando los recursos destinados a la comunicación con el consumidor final, que serán superiores que el año anterior y permitirán crear mayores expectativas a medio y largo plazo", afirman.

Dentro de esa estrategia de comunicación las campañas publicitarias jugarán un papel fundamental. Se trata de una partida que durante el último año se contrajo un 2,2%, hasta 107,3 millones de euros. Por otro lado, a cierre de 2018 la sociedad tenía firmados contratos de patrocinio por valor de 179,6 millones de euros con federaciones como la de fútbol, clubes como el Real Madrid y deportistas como Ricky Rubio y Leo Messi.

Respecto a la plantilla de Adidas, lejos de disminuir por el contexto coyuntural, ha aumentado en 24 trabajadores en este período de tiempo, hasta un total de 1.500 empleados. Los gastos en personal se han incrementado un 7,8%, hasta 55,7 millones de euros, una cuantía en la que se engloba tanto el sueldo de directivos y consejeros, como de los asalariados no cualificados.

El crecimiento moderado de Adidas en España contrasta con los resultados obtenidos en Europa, donde la marca de las tres bandas retrocedió un 1% en 2018, hasta 5.885 millones de euros. La caída se atribuye, en parte, al descenso en la venta de artículos de fútbol una vez superado el *boom* del Mundial de Rusia 2018, pero la realidad es que es una tendencia que se prolonga durante los últimos dos años. De hecho, lejos de remontar, a cierre del primer semestre de 2019, las ventas de Adidas en el Viejo Continente habían caído un 1,68%, hasta 2.972 millones de euros.

https://www.palco23.com/equipamiento/adidas-recorta-un-30-su-beneficio-en-espana-por-la-quiebra-de-su-principal-franquiciado

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.