

EQUIPAMIENTO

Hummel eleva su apuesta por España y compra el 51% de su negocio en el país

La multinacional danesa mantendrá a José *Coe* García como accionista con el 49% de la filial en la Península Ibérica, donde ya factura 17 millones de euros. Sumar nuevos clubes de élite y abrir tiendas monomarca, entre los objetivos a corto plazo.

Marc Menchén
3 abr 2019 - 05:00



De izquierda a derecha: Michel B. Nielsen, director financiero; Allan Vad Nielsen, consejero delegado, José García, presidente de la distribuidora ibérica de Hummel, y Henrik Svenning, director comercial.

Hummel es una de las marcas deportivas que más mercado ha logrado abrir en las ligas profesionales de España, y hasta ahora lo había hecho de forma indirecta. La compañía danesa ha llegado a un acuerdo con José García, más conocido como *Coe*, para adquirir el 51% de la empresa que desde 2013 tenía los derechos de licencia y distribución en la Península Ibérica. Los términos económicos no se han hecho públicos, si bien el directivo español explica a *Palco23* que asegura el músculo financiero necesario para ejecutar un importante plan de expansión. También supone un espaldarazo al proyecto, pues hace apenas año y medio que se había renovado el acuerdo de licencia hasta 2030.

García continuará al frente de las operaciones y mantendrá una participación del 49% en la nueva empresa conjunta, pero también se le ha asignado la dirección del negocio de la marca en el sur de Europa y el desarrollo del proyecto en Latinoamérica. Además, se ha asegurado que la presidencia siempre recaerá en su figura o la de su hijo, Adrián García Ortiz, en un futuro, toda vez que complete su formación. En total, la filial ibérica emplea a unas noventa personas.

Hummel ha decidido tomar una participación directa en este mercado después de que 2018 concluyera con unas ventas de 17 millones de euros, lo que representó un aumento interanual del 40%. “El objetivo es mantener este ritmo alto de crecimiento y poder facturar 100 millones de euros en 2025. Ellos han decidido que España es la apuesta más importante para el desarrollo de su proyecto”, comenta García. Y lo hace en un momento clave, pues numerosos equipos de la élite deciden ahora quién será su proveedor técnico para los próximos años.

Hummel facturó 17 millones de euros en 2018 en España, un 30% más

“Vamos a acortar los plazos para ganar cuota de mercado”, enfatiza *Coe*, quien argumenta que la presencia directa de la compañía es importante porque le permitirá optar a más y mayores acuerdos de patrocinio. Hummel es propiedad de Thornico, un holding familiar de Dinamarca con negocios que van desde la alimentación a la logística, pasando por la moda, la tecnología y el inmobiliario. Actualmente tiene más de 120 empresas con una facturación agregada que supera los 1.000 millones de euros anuales, según ha explicado recientemente el grupo.

García deja claro que disponer de mayor capacidad de inversión no supondrá entrar en subastas al alza por los patrocinios, donde mantendrá su filosofía de colaboración basada en activaciones diferentes. “Desde el primer momento en 2013 tuvimos claras las limitaciones y cómo atacar el nicho de mercado que queríamos; es fruto del aprendizaje de todos estos años”, señala el empresario, que anteriormente trabajó en multinacionales como Puma.

“Si todo va bien, el año que viene podremos ser la marca con más equipos entre LaLiga, ACB, Lnfs y Asobal”, explica el empresario. No es una cuestión menor, pues esos acuerdos en la élite de cada deporte se han convertido en la puerta de entrada al deporte base en cada una de estas provincias. La empresa colabora en LaLiga con

Real Valladolid, Albacete Balompié, CA Osasuna, CD Tenerife, CD Lugo, Nàstic de Tarragona y Rayo Majadahonda. En ACB están con San Pablo Burgos, Breogán y Gipuzkoa Basket, mientras que en fútbol sala y balonmano tienen una presencia muy superior, que casi supera el 50% en total. “También hemos introducido ya el vóley, aunque de estos deportes no nos vamos a salir”, asegura García.

Hummel colabora en LaLiga con Real Valladolid, Albacete Balompié, CA Osasuna, CD Tenerife, CD Lugo, Nàstic de Tarragona y Rayo Majadahonda

Hummel facturó 2.000 millones de coronas danesas (268 millones de euros) en 2017, momento en el que situó al frente del negocio a Allan Vad Nielsen. Tras su nombramiento en mayo de ese año ya aseguró que “trabajaremos para desarrollar y crecer en nuestras tiendas a nivel internacional, y por último, continuaremos trabajando en el fantástico mercado que existe para Hummel Sport & Fashion”. Un mensaje que en España se traducirá en la apuesta decidida por la explotación de establecimientos monomarca dirigidos al gran público.

La marca tiene actualmente 24 puntos de venta en España y Portugal, pero todos están enfocados a la comercialización de equipaciones para deportes de equipo. “Vamos a seguir concentrando ahí los esfuerzos, porque es lo que nos ha permitido ser una de las marcas que más crece, pero en 2020 vamos a abrir nuestra primera tienda enfocada al *athleisure*”, avanza. Eso también implica cambios en la búsqueda de locales, pues para esta línea de negocio se buscarán centros comerciales y calles principales de las grandes ciudades.

Además de la red propia, Hummel cuenta con 1.750 clientes que le aseguran la distribución de sus productos en toda España y Portugal. La central de la compañía en la región está en Elche desde 2017, después de completar el traslado de toda su actividad a este municipio y clausurar las oficinas que tenían en Viladecans (Barcelona). Allí ocupan unas instalaciones de 10.000 metros cuadrados que cubren todas sus necesidades. “Allí encontramos todos los servicios que necesitamos”, justifica García.