

Nike rebasa los 30.000 millones de dólares en su último año pese a la caída de ventas en fútbol

M.Menchén
26 jun 2015 - 10:43

Nike sigue creciendo año a año. La multinacional estadounidense de equipamiento deportivo cerró el 31 de mayo su ejercicio fiscal con un alza del 10%, hasta los 30.600 millones de dólares. El margen de explotación subió un 13%, hasta los 14.067 millones de dólares, mientras que el beneficio neto se disparó un 22% y se situó en 3.273 millones de dólares. Las ganancias por acción se situaron en 3,70 dólares, frente a los 2,97 dólares del ejercicio fiscal anterior, que va de junio a mayo.

La compañía con sede en Oregón asegura que, una vez neutralizado el impacto de las divisas, el negocio creció en todas las regiones del mundo donde opera. El menor ritmo de crecimiento se produjo en la agrupación de países emergentes, donde las ventas crecieron un 8% y se situaron en 3.898 millones de dólares (-1%, sin neutralización). El impacto de la moneda también lastró en las cuentas la actividad en Japón (-2%), donde realmente habría mejorado un 9% a precios constantes, con 755 millones de dólares.

En China no se notó la evolución del dólar, y las ventas se dispararon un 18%, hasta los 3.067 millones de dólares. También fue alto el ritmo de crecimiento en los países de la Europa Occidental, con un alza del 15% y 5.709 millones de dólares. Este avance contrasta con la situación en los países del Este y de Centroeuropa, donde el negocio sólo creció un 2% (+15% sin neutralizar) y se situó en 1.417 millones. Norteamérica sigue siendo el mercado por excelencia de Nike, con un crecimiento del 12% y unas ventas de 13.740 millones de dólares.

"Hemos cerrado un gran año gracias a un crecimiento consistente impulsado por nuestra conexión con los consumidores", dijo al anunciar las cuentas el presidente y consejero delegado de Nike, Mark Parker. Las ventas de la multinacional crecieron en todas las divisiones, a excepción de fútbol y golf. En la primera disciplina, donde la marca ha perdido importantes acuerdos, el negocio retrocedió un 7%, hasta los 2.246 millones de dólares.

Este retroceso contrasta con el fuerte empujón de la facturación del área de baloncesto, que creció un 21% hasta los 3.715 millones de dólares. Ello, pese a que Under Armour ha entrado con fuerza en este mercado y a las puertas de que entre en vigor su millonario acuerdo con la NBA para los próximos años. La línea *sportswear*, de ropa más urbana, creció un 15% (6.596 millones de dólares), mientras que la de *running* subió un 5% (4.853 millones de dólares).

En la evolución de la ropa de entrenamiento también se empiezan a percibir signos de porqué Nike ha decidido acelerar la apertura de tiendas exclusivas para mujeres. Las ventas de prendas femeninas de entrenamiento se dispararon un 12% (1.279 millones de dólares), mientras que el negocio masculino sólo creció un 2%, hasta los 2.537 millones de dólares.