

EQUIPAMIENTO

Nike renueva las direcciones financiera y de operaciones con talento interno

Andy Campion estará al frente de la operativa del grupo tras dejar la dirección financiera, que la asume el vicepresidente de relación con los inversores. Heidi O'Neill se encargará del área de consumidor y *marketplace*.

Palco23
19 feb 2020 - 10:15



Nike opta por talento interno para cubrir tres de sus posiciones clave en el organigrama. El grupo de equipamiento y moda deportiva ha anunciado cambios en las direcciones financiera y de operaciones, así como en la del área de consumo y *marketplace*, debido a que sus actuales responsables se jubilan. La sucesión se hará de forma ordenada y se completará a finales de 2020.

Heidi O'Neill, presidenta de Nike Direct, se convertirá en la máxima responsable del área de consumo y *marketplace* en sustitución de Elliott Hill. Andy Champion, por su parte, dejará la dirección financiera para asumir la de operaciones después de Eric Sprunk, quien también se retira. El puesto de Champion lo recogerá Matthew Friend, director financiero del segmento operativo y responsable de la relación con inversores.

John Donahoe, consejero delegado de la multinacional desde enero de 2020, ha defendido la apuesta por el talento interno, ya que considera que el trabajo de O'Neill y Champion "ha sido instrumental en la evolución y la conducción de la estrategia de Nike en la última década". Ahora, con más galones, el nuevo máximo responsable de la marca confía en que "tendrán un impacto aún mayor en el éxito de Nike en el futuro".

Nike argumenta su apuesta por el talento interno porque son ejecutivos clave en la evolución de la última década

O'Neill liderará todo el negocio de venta directa al consumidor, así como la actividad global en las cuatro regiones geográficas en las que la compañía segmenta su negocio: Norteamérica; Europa, Medio Oriente y África; China; y Asia Pacífico y Latinoamérica Latina. La directiva asume el rol tras más de 21 años en el grupo, donde ha pasado por diversas posiciones, incluidas las divisiones de tiendas o de artículos para mujer.

Champion, por su parte, deberá ejecutar el plan de transformación digital, desarrollo tecnológico, abastecimiento y fabricación, gestión de demanda y suministro, distribución y logística, compras, sostenibilidad y diseño, y conectividad en el lugar de trabajo. Se unió a Nike en 2007 como vicepresidente de planificación y desarrollo global y ocupó cargos de finanzas y estrategia antes de convertirse en director financiero en 2015. Previamente, trabajó en Disney.

Friend fue el último en unirse a la marca deportiva, en 2009, para trabajar en la estrategia y desarrollo corporativos. En 2011 fue nombrado director financiero de mercados emergentes, después asumió ese rol para categorías, productos y funciones, y finalmente lo fue para la marca Nike.

Estos tres cambios en la alta dirección son los más relevantes que se han producido desde que la multinacional de Oregón anunció la sucesión de Mark Parker. El elegido fue Donahoe, expresidente de eBay, con un claro objetivo de profundizar en la ofensiva online de la marca y su apuesta por tener una relación más directa con los

consumidores.

Nike cerró los seis primeros meses de su ejercicio fiscal de 2020, que transcurre de junio a mayo, con una facturación de 20.986 millones de dólares (18.862 millones de euros), un 9% más. El beneficio neto, por su parte, se disparó un 28%, hasta 2.482 millones de dólares (2.230,8 millones de euros), aupado por China y por la ofensiva directa por el consumidor iniciada hace dos años.

El gigante asiático fue el territorio en el que mayor avance se produjo y que se ha convertido en una de las piedras angulares de la estrategia global de Nike. A llí los ingresos de Nike aumentaron un 21%, hasta 2.923 millones de dólares (2.627 millones de euros), mientras que el beneficio neto se disparó un 28%, hasta 1.119 millones de dólares (1.225 millones de euros).