

EQUIPAMIENTO

Nike tira de Jordan y venta directa para crecer un 7% en 2019 y facturar 34.300 millones

El fabricante norteamericano de artículos deportivos también duplicó su beneficio, hasta 4.029 millones de dólares (3.544 millones de euros) en un año en el que el *running* estancó sus ventas.

Palco23
28 jun 2019 - 10:15



Empieza a recoger los frutos de su apuesta por llegar directamente al consumidor. El fabricante estadounidense de artículos deportivos incrementó su facturación un 7% hasta 39.100 millones de dólares (34.300 millones de euros) en 2019, que atribuye al posicionamiento de la marca Jordan y a la venta directa al consumidor. Asimismo, el beneficio neto se duplicó en el ejercicio que va de junio a mayo, hasta 4.029 millones de dólares (3.544 millones de euros).

La multinacional “continuará apostando por la ofensiva de venta directa al consumidor a través de nuestras marcas, que han establecido relaciones aún más profundas con nuestros clientes por todo el mundo”, ha asegurado Mark Parker, consejero delegado de Nike. Esa estrategia hizo que las ventas a través de sus propios canales de venta

crecieran a un ritmo muy superior.

El calzado es la principal fuente de ingresos de Nike y representa el 70% de las ventas del grupo. En 2019 la facturación de las zapatillas deportivas se situó en 24.222 millones de dólares (21.308,4 millones de euros), un alza del 8,7% respecto al año anterior. A esta línea de negocio le sigue el textil, que por primera vez rebasó la barrera de los 11.000 millones; concretamente, se situó en 11.550 millones de dólares (10.160,7 millones de euros), un 7,2% más.

El calzado representa el 70% de las ventas de Nike, cuyo volumen de negocio es superior al de Adidas, Under Armour y Puma juntas

Además de por divisiones de producto, Nike también creció en todos los continentes. Norteamérica es el principal motor de los ingresos, y en 2019 alcanzó 15.902 millones de dólares (13.989 millones de euros), equivalente al 46% del total. Las regiones de Europa, África y Oriente Medio (Emea) también experimentaron un aumento del 6%, hasta 9.812 millones de dólares (8.631 millones de euros).

Sin embargo, el territorio que más incrementó su cifra de negocio fue China, con un avance del 21%, aunque aún lejos de Europa y Norteamérica. La facturación en el gigante asiático se situó en 6.208 millones de dólares (5.461 millones de euros), y desde Nike espera que este mercado continúe acelerando su desarrollo a corto plazo. En Latinoamérica y Asia-Pacífico, las ventas se situaron en 5.254 millones de dólares (4.622 millones de euros), un 2% más.

Por otro lado, un tercio de la facturación de Nike ya proviene de su red de tiendas propias. Este canal de venta creció un 13% en 2019, hasta 11.753 millones de dólares (10.339 millones de euros), aunque el grueso del negocio aún proviene de los distribuidores multimarca que comercializan sus productos, que también vieron incrementadas sus ventas en un 6%, hasta 25.423 millones de dólares (22.365 millones de euros).

China fue el territorio donde más crecieron las ventas de Nike, aunque aún se sitúa lejos de

Norteamérica y Europa

Otro de los motores a la hora de impulsar las ventas de Nike ha sido la subsidiaria Jordan Brand. La marca aumentó un 10% su facturación, hasta 3.138 millones de dólares (2.760,5 millones de euros), y se ha posicionado como una palanca para acercarse a nuevos perfiles de consumidores y a la moda urbana. De hecho, el desarrollo de Jordan choca con el de Converse, cuyas ventas apenas tienen peso dentro del grupo y, además, volvieron a caer un 2%, hasta 303 millones de dólares (266,5 millones de euros).

Finalmente, el **running** se ha consolidado como la principal disciplina deportiva del grupo norteamericano, aunque en 2019 estancó las ventas en 4.488 millones de dólares (3.948 millones de euros). Esta situación es similar a la división de entrenamiento de Nike, que en el último ejercicio fiscal también echó el freno hasta 3.137 millones de dólares (2.759,6 millones de euros), después de dos años creciendo a ritmos interanuales de entre el 4% y el 3%.

El deporte que sí creció es el baloncesto, apoyado en el contrato firmado con la NBA y las selecciones norteamericanas. En 2019 esta división registró un avance del 7%, hasta 1.597 millones de dólares (1.405 millones de euros), mientras que el fútbol retrocedió hasta 1.894 millones de dólares (1.666 millones de euros), un 12% menos que en 2018.