

Nike vuelve a crecer a doble dígito e ingresa 8.400 millones en el primer trimestre

La multinacional de artículos deportivos consigue crecer un 10% entre junio y agosto de 2018, un periodo en el que ganó 928 millones de euros, un 15% más, gracias a la venta directa al consumidor.

Palco23
26 sep 2018 - 09:33

Las ventas en China aumentaron un 27%, lo que llevó a esta región a ser el segundo me

Nike empieza a obtener réditos de su estrategia directa al consumidor, con las ventas online a la cabeza. La multinacional de artículos deportivos cerró los tres primeros meses de su ejercicio fiscal, que va del 1 de junio de 2018 al 31 de agosto del mismo año, con una facturación de 9.948 millones de dólares (8.457,11 millones de euros), un 10% más.

Su beneficio neto también creció a doble dígito, concretamente un 15%, hasta 1.092 millones de dólares (928 millones de euros). “La ofensiva directa al consumidor, combinada con nuestra innovación, nos está conduciendo a un gran momento y equilibra el crecimiento de todo nuestro negocio”, ha comentado a los inversores el presidente y consejero delegado de Nike, Mark Parker.

“Nuestras capacidades digitales han aumentado y han acelerado nuestro completo porfolio, creando valor en todas las dimensiones en las que conectamos directamente con nuestros consumidores”, ha señalado el primer ejecutivo de la multinacional. Respecto a la campaña de la marca junto al deportista Colin Kaepernick, Parker ha explicado que ha significado una “interacción récord con la marca”. “Nos sentimos muy bien y muy orgullosos del trabajo que hemos hecho”, ha añadido.

Las ventas en China aumentaron un 27%, lo que

Ilevó a esta región a ser el segundo mercado para Nike

El principal mercado de Nike, Norteamérica, facturó 1.077 millones de dólares (915,5 millones de euros), un 7% más. El negocio en China, por su parte, adelantó al de Europa, Oriente Medio y África (Emea), ya que los ingresos en el gigante asiático aumentaron un 27%, hasta 502 millones de dólares (426,7 millones de euros).

En la región de Emea, la facturación aumentó un 11%, hasta 501 millones de dólares (425,9 millones de euros), mientras que en Asia-Pacífico y Latinoamérica creció un 24%, hasta 323 millones de dólares (274,6 millones de euros).

Por categorías de producto, el calzado aportó unas ventas de 2.555 millones de dólares (2.172 millones de euros), un 5% más que en el mismo periodo del año anterior. El textil facturó 1.407 millones de dólares (1.196 millones de euros), un 8% más, mientras que los ingresos por equipamiento deportivo cayeron un 4%, hasta 183 millones de dólares (155,5 millones de euros).