

EQUIPAMIENTO

Puma se dispara en España en 2019 y Adidas crece un 6,6%

La compañía alemana impulsó su resultado neto un 55%, mientras que Puma disparó su negocio gracias a su apuesta por el fútbol.

Palco23
4 sep 2020 - 12:15



Las marcas de los Dassler crecen en el mercado español. Adidas y Puma han cerrado el ejercicio 2019, antes del estallido del coronavirus, con resultados al alza en el país: la primera disparó su rentabilidad, aunque alerta ya del impacto del coronavirus, y Puma ha impulsado impulsó gracias a su empuje en fútbol.

Adidas cerró el último ejercicio con un crecimiento del 6,6% en el mercado español. Según las últimas cuentas de la sociedad Adidas España (que engloba también Reebok) depositadas en el Registro Mercantil, la compañía facturó 474,6 millones de euros. El resultado neto se disparó un 55%, hasta 13,3 millones de euros.

Adidas alerta ya en sus cuentas anuales, firmadas el pasado 30 de marzo, del impacto del coronavirus en su negocio. La empresa apunta que, en esa fecha, había cerrado 34 tiendas en el mercado español y que había llevado a cabo una suspensión temporal de empleo de 690 trabajadores.

Adidas redujo sus ingresos un 13% en los tres primeros meses de 2020

Durante los tres primeros meses del año, el importe neto de la cifra de negocio se había reducido un 13% en España en comparación al mismo periodo del año anterior. Adidas atribuye la caída a “el confinamiento y cierre de tiendas y centros comerciales donde se distribuyen los productos de la compañía”, aunque subraya que el canal online sí cerró el periodo a la baja.

“Mientras dure la situación anteriormente descrita se producirá una caída en la cifra de negocio comparada con el año anterior y el retraso en el cobro de clientes”, explica Adidas, que descarta realizar ninguna estimación para el cierre del ejercicio.

Además, el grupo alemán subraya que, de cara a las próximas temporadas, la empresa preveía aumentar los recursos destinados a la comunicación al consumidor final, que “permitirán crear mayores expectativas a medio y largo plazo de fidelidad a las marcas Adidas y Reebok”.

Puma, por su parte, cerró en 2019 su mejor ejercicio desde que tiene presencia en España, según datos del Registro Mercantil recogidos por *CincoDías*. La sociedad Puma Iberia facturó 87,3 millones de euros el año pasado, un 30% más que el ejercicio anterior.

Puma ha acelerado su apuesta por el fútbol, firmando acuerdos con Valencia CF, LaLiga y Girona FC

La empresa destaca el crecimiento en la categoría de deportes de equipo, apoyada por las colaboraciones con el Valencia CF, LaLiga y Girona FC, además de acuerdos con

PALCO23

varios jugadores. La marca se encuentra en plena apuesta por el fútbol después de años centrada en el sector de la moda para recuperar atractivo.

El beneficio de la empresa también se catapultó un 150%, pasando de 1,8 millones de euros en 2018 a 4,7 millones de euros el año pasado. El 1 de enero de 2019, Puma Iberia traspasó el negocio de retail a su matriz alemana, Puma Europe, por 3,2 millones de euros. La operación supuso también un trasvase de personal que dejará de constar como plantilla de Puma Iberia.