

Back Stage

Nike se impone a la Super Bowl y a ESPN y se corona como la marca más valiosa del universo del deporte

Modaes
29 oct 2014 - 13:19

Nike es el rey del deporte. El grupo estadounidense de equipamiento deportivo se sitúa como la marca deportiva más valiosa del mundo, según el ránking *The Forbes Fab 40*, elaborado por la revista *Forbes*. La lista aparecen cuarenta firmas deportivas divididas en cuatro categorías: empresas, eventos, equipos y atletas. El ránking se elabora cuantificando el valor por el que una empresa se vendería en una hipotética operación comparado con el de sus principales competidores.

En el caso de **Nike**, la compañía ocupa el primer puesto con una valoración de 19.000 millones de dólares (14.940 millones de euros), 1.700 millones de dólares (1.336 millones de euros) más que la obtenida un año antes. Además de liderar la categoría de empresas, **Nike** también ocupa el primer lugar en la clasificación general.

Nike supera así a compañías como la cadena de deportes **ESPN**, cuya valoración asciende a 16.500 millones de dólares (12.974 millones de euros), y a eventos deportivos como la **Super Bowl**, que *Forbes* valora en 500 millones de dólares (393,16 millones de euros).

Por detrás de **Nike**, que copa el 62% del mercado del calzado deportivo en Estados Unidos, sólo aparecen dos marcas de moda deportiva más en el ránking. Muy por detrás se sitúa el grupo alemán **Adidas**, cuya valoración asciende a 5.800 millones de dólares (4.560 millones de euros). Un año antes, la empresa estaba valorada en 7.100 millones de dólares (5.582 millones de euros).

Pese a haber protagonizado eventos como la **Copa Mundial de la FIFA**, en cuya final participaron dos equipos patrocinados por **Adidas**, la compañía está pasando un mal año, tanto por el descenso en su cifra de negocio como por el retroceso de su cuota de

Modaes

mercado en países como Estados Unidos o en continentes como Europa, donde contaba con una posición más consolidada.

En tercer lugar aparece la estadounidense **Under Armour**, que se está haciendo un hueco a pasos agigantados en el sector y que ha incrementado su valoración hasta 4.100 millones de dólares (3.223 millones de euros).

La empresa, que ha superado a **Adidas** y se ha convertido en la segunda mayor compañía de moda deportiva por volumen de negocio en Estados Unidos, está incrementando su penetración más allá de su mercado local y ha conseguido colarse en campeonatos como la Liga de fútbol española.

Cierra la lista **Reebok**, que es propiedad de **Adidas** desde 2006. La marca, que ha reducido sus ventas un 15% en los últimos dos años, también ha visto como su valoración caída, pasando de 1.100 millones de dólares (864,96 millones de euros) en 2013 a 880 millones de dólares (691,97 millones de euros) en 2014.