

# Modaes

Empresa

## Nike aguanta el embate del coronavirus y crece un 7% hasta el tercer trimestre

Como ya adelantó el pasado febrero, las ventas se han visto “notablemente afectadas” en China por la pandemia del coronavirus, que motivó el cierre de tiendas. La empresa ya ha reabierto el 80% de su red en el país.

Modaes  
25 mar 2020 - 09:25



Nike mantiene el empuje pese al embate del coronavirus. El gigante de la moda deportiva ha cerrado los nueve primeros meses de su ejercicio (periodo finalizado el 29 de febrero) con un crecimiento del 7% y un aumento en su beneficio del 10%, pese al impacto que el cierre de tiendas ha tenido en China.

En el tercer trimestre (entre diciembre y febrero), las ventas en el país se redujeron un 4% a tipos de cambio constante, lo que supuso el primer descenso tras 22 trimestres consecutivos de crecimiento a doble dígito.

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/nike-aguanta-el-embate-del-coronavirus-y-crece-un-7-hasta-el-tercer-trimestre>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

**Nike logró amortiguar la caída gracias al avance del canal online**, que se disparó un 30% en el país mientras las tiendas estuvieron cerradas. Actualmente, casi el 80% de sus puntos de venta en China están ya abiertos de nuevo y la previsión del grupo es que las ventas vuelvan a crecer en el ejercicio 2021. El 16 de marzo, y ante el avance de la pandemia, el grupo decidió cerrar todas sus tiendas propias en el mundo excepto precisamente en China, Japón y Corea del Sur.

## **Nike logró amortiguar la caída en China gracias al avance del online, que se disparó un 30%**

A escala global, **la empresa facturó 31.090 millones de dólares en los tres primeros trimestres del ejercicio**, de los cuales un 20% ya proceden del canal online. El beneficio neto, por su parte, se situó en 3.329 millones de dólares.

Por geografías, Norteamérica se mantuvo como la mayor por facturación, con unas ventas de 12.254 millones de dólares, un 4%. Por su parte, en Europa, Oriente Medio y África el grupo creció un 9%, hasta 8.019 millones de dólares, y en Latinoamérica el negocio se situó en 4.227 millones de dólares, un 9% más. El crecimiento se repartió entre las dos marcas del grupo: tanto Nike como Converse elevaron sus ventas un 7%.

La compañía ha engordado un 7% su inventario, hasta 5.800 millones de dólares. Nike lo atribuye al aumento del stock en China debido al impacto del coronavirus y al previsto incremento de la demanda en todas las geografías.

### **Plan coronavirus**

“Estamos empezando a ver el otro lado de la crisis en China”, ha explicado John Donahoe, consejero delegado de Nike, durante la conferencia con analistas. “Y gracias a la resiliencia y creatividad de nuestro equipo en China, **ahora tenemos un manual que podemos usar en cualquier parte**”, aseguró el ejecutivo, que tomó las riendas de Nike el pasado enero.

Ese plan está ya en marcha en Europa y Estados Unidos, donde la empresa ha cerrado ya sus tiendas y ha puesto en marcha una campaña de marketing digital para animar a sus clientes a quedarse en casa. El canal online, por su parte, continúa abierto y reforzado.

---

# Modaes

---

“Estamos viendo cómo nuevos comportamientos se normalizan en países de todo el mundo, y estamos cambiando todo nuestro ecosistema para dar acceso a deporte que conecta con la vida actual de los consumidores”, añadió.

El manual se estructura, según apuntó Andy Campion, director financiero de Nike, en tres fases “un periodo de recuperación, incluyendo la reapertura de tiendas; un periodo de normalización entre la demanda y la oferta y un último periodo en el que la demanda vuelve a registrar un fuerte crecimiento”. Campion incidió en que “la liquidez no será un problema para Nike”.

“Las próximas semanas serán desafiantes para aquellos que vivan en Estados Unidos y Europa”, aseguró el directivo. “No puedo predecir cuánto va a durar esta fase, pero nuestra experiencia en China, Japón y Corea del Sur nos dan confianza para pensar que **veremos el final de la crisis en el futuro próximo**”, añade.