

El chivatazo de empleados de Adidas que apunta a un fraude a gran escala en China

La acción baja con fuerza en la Bolsa alemana, después de reconocer que investiga un presunto caso de sobornos a raíz de una carta anónima

Sacudida en Adidas en China, uno de los principales mercados para la marca deportiva. La empresa alemana ha anunciado que ha abierto una investigación sobre un presunto caso de sobornos a gran escala en el gigante asiático, después de que varios empleados locales supuestamente acusaran a directivos en el país de fraude en una carta anónima , según publicó el diario*Financial Times* (FT). La carta fue difundida -y posteriormente censurada- en la red social Xiaohongshu y llegó a ser recogida por varios medios locales. Tras conocerse la investigación, la acción cae un 4% a media sesión en Francfort.

Adidas está trabajando con un asesor jurídico externo tras recibir la carta el pasado 7 de junio, según un comunicado de la empresa recogido por Bloomberg y Reuters. La misiva, que afirma que ha sido escrita por empleados de Adidas en China, cita a varios directivos de la filial asiática, entre ellos un alto directivo responsable del presupuesto de marketing de Adidas en el país. “Adidas se toma muy en serio las acusaciones de posibles violaciones de*compliance* y está claramente comprometida con el cumplimiento de las regulaciones legales e internas y las normas éticas en todos los mercados en los que operamos”, ha indicado en un comunicado

La misiva incluye capturas de pantalla y afirma que los altos ejecutivos de Adidas señalados recibían sobornos por parte de proveedores de servicios externos. Según las acusaciones, otro alto directivo habría recibido “millones en efectivo” de proveedores además de otros regalos físicos como bienes inmuebles. Los sobornos podrían superar los 250 millones de euros.

Las acusaciones ponen de manifiesto “los retos a los que se enfrentan muchas empresas a la hora de mantener una supervisión y un control de sus operaciones digitales en el mercado chino”, según declaró a Reuters Jacques Roizen, director general de consultoría para China de Digital Luxury Group en Shanghai. Adidas dijo que no podía proporcionar más información.

En los últimos 18 meses, Adidas se ha esforzado por impulsar sus ventas en China, tras perder una cuota de mercado significativa en favor de sus rivales desde antes de la pandemia de la Covid.

La compañía ganó 170 millones de euros en el primer trimestre de 2024 impulsado el éxito de los modelos de zapatillas Gazelle y Samba. Por áreas geográficas, registró descensos de ventas en América del Norte (5%) y Japón y Corea del Sur (2%), al tiempo que creció en Europa (15%), China (2%), los mercados emergentes (6%) y Latinoamérica (3%).

Fuente: cincodias.elpais.com

LINK DE LA NOTICIA