



Instituto Politécnico Nacional  
Escuela Superior de Cómputo



Unidad de aprendizaje:  
Finanzas empresariales

## PROYECTO

*Primera etapa: análisis financiero de dos empresas*

Integrantes:

Gómez Tovar Yoshua Oziel  
Boleta: 2023630391

González Cárdenas Ángel Aquilez  
Boleta: 2016630152

Zarco Sosa Kevin  
Boleta: 2023630735

Grupo: 3CV4

Profesor: Estrada Elizalde Serafín

# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>2</b>
<b>2. Objetivos</b>	<b>2</b>
<b>3. Presentación de las Empresas</b>	<b>3</b>
3.1. Historia de la creación de las empresas . . . . .	3
3.2. Giro de las empresas . . . . .	3
3.3. Evolución de las empresas en la actualidad . . . . .	4
<b>4. Mision de las empresas</b>	<b>6</b>
4.1. Mision de Adidas . . . . .	6
4.2. Vision de Adidas . . . . .	6
4.3. Eslogan de Adidas . . . . .	6
4.4. Mision de Nike . . . . .	6
4.5. Vision de Nike . . . . .	6
4.6. Eslogan de Nike . . . . .	6
<b>5. Perfilamiento en el mercado y competidores</b>	<b>7</b>
5.1. Participacion en el mercado . . . . .	7
5.2. Competidores . . . . .	8
<b>6. Organigrama</b>	<b>9</b>
<b>7. Funcionamiento de la empresa en su actividad productiva y administrativa.</b>	<b>10</b>
7.1. Actividad Productiva de Nike . . . . .	10
7.2. Actividad Administrativa de Nike . . . . .	11
7.3. Actividad Productiva de Adidas . . . . .	11
7.4. Actividad Administrativa de Adidas . . . . .	11
<b>8. Cuentas de Activos y pasivos</b>	<b>12</b>
8.1. Balance general de Adidas . . . . .	12
8.2. Balance general de Nike . . . . .	14
<b>9. Anexos</b>	<b>16</b>
9.1. Anexo: Organigrama Adidas . . . . .	16
9.2. Anexo: Organigrama Nike . . . . .	16
<b>10.Referencias</b>	<b>17</b>

# 1. Introducción

El presente documento detalla la información analizada para el desarrollo del proyecto del análisis financiero de dos empresas perteneciente a la unidad de aprendizaje *Finanzas Empresariales*.

# 2. Objetivos

En el desarrollo del presente documento que evidencia la conclusion de la primera parte del proyecto se contemplaron los siguientes objetivos:

1. Historia de la creación, giro, evolución de la empresa a la actualidad.
2. Misión, visión, eslogan.
3. Mercado al que se dirige (perfil de sus clientes), y competidores principales.
4. Organigrama
5. Funcionamiento de la empresa en su actividad productiva y administrativa.
6. Cuentas de Activos y pasivos que maneja y explicar cómo se componen.

### 3. Presentación de las Empresas

#### 3.1. Historia de la creación de las empresas

El mundo del calzado deportivo ha sido testigo de la creación y evolución de algunas de las marcas más icónicas y exitosas de la historia. Dos nombres que destacan en este universo son Nike y adidas. Detrás de estas gigantes corporaciones se encuentran historias fascinantes de determinación, innovación y visión empresarial.

En 1964, tras un viaje a Japón en el que conoció la firma de tenis Tiger, Knight decidió abrir junto a su entrenador de atletismo en la Universidad de Oregón la marca entonces llamada *Blue Ribbon Sports*. Invirtieron 500 dólares cada uno y colaboraron con la casa japonesa para importar calzado a Estados Unidos. Siete años después, Knight fundaría Nike, compañía que factura ahora miles de millones de dólares.

Pagó entonces 35 dólares a la estudiante de diseño Carolyn Davidson para realizar un logotipo para su marca. El swoosh se convertiría en uno de los símbolos más reconocibles del mundo. Nike pasó de facturar 8,000 dólares en su primer año a cotizar en bolsa en los años 80.

El 18 de agosto de 1949, Adi Dassler fundó adidas, sin embargo, los inicios de la famosa compañía de calzado se remontan a 1924 cuando Adolf Dassler comenzó a fabricar calzado en Herzogenaurach, Alemania, después de su regreso de la Primera Guerra Mundial. Más tarde, su hermano mayor Rudolf se unió al negocio y se convirtió en la Fábrica de Zapatos de los Hermanos Dassler (Gebrüder Dassler Schuhfabrik).

La compañía Dassler promovió entonces el desarrollo de los zapatos para correr con púas para usarse en múltiples eventos deportivos. Para mejorar la calidad de este calzado, se impulsó la transición del modelo anterior de clavos de metal pesado a un modelo de lona y goma.

Ya en 1936, Dassler persuadió al velocista estadounidense, Jesse Owens, para usar su calzado de pico hechas a mano en los Juegos Olímpicos de Verano de 1936. Después de las cuatro medallas de oro de Owens, el nombre y la reputación de los zapatos Dassler se hicieron conocidos por los deportistas del mundo y sus entrenadores. Los hermanos ya vendían 200.000 pares de zapatos cada año antes de la Segunda Guerra Mundial. Así, estas dos empresas, Nike y adidas, surgieron de raíces modestas y se convirtieron en gigantes globales en la industria del calzado deportivo. En este análisis financiero, exploraremos sus trayectorias, éxitos y desafíos a lo largo de los años, y compararemos sus logros financieros para comprender mejor el impacto que han tenido en el mundo empresarial y deportivo.

#### 3.2. Giro de las empresas

Adidas y Nike son dos de las principales empresas en la industria del calzado deportivo y la ropa deportiva, y operan en el sector económico conocido como "Industria de Artículos Deportivos y Ropa Deportiva". Aunque ambas compañías se centran en la fabricación y venta de productos deportivos, tienen giros específicos y estrategias que las diferencian en este sector. De manera que los principales son:

Para *Adidas*:

1. Calzado Deportivo: Adidas es conocida por su amplia gama de calzado deportivo de alto rendimiento, diseñadas para deportes específicos como fútbol, baloncesto, correr y más.

2. Ropa Deportiva: Además del calzado, Adidas fabrica y vende ropa deportiva, que incluye camisetas, pantalones, chaquetas y accesorios para una variedad de deportes y actividades físicas.
3. Productos de Moda: Adidas ha desarrollado líneas de productos de moda y estilo de vida que combinan elementos deportivos con diseño urbano. Estos productos a menudo son populares en la cultura de la moda y el estilo callejero.
4. Equipos Deportivos: La compañía también produce uniformes y equipos deportivos para equipos y atletas profesionales, universitarios y amateurs en varios deportes.
5. Patrocinio Deportivo: Adidas es conocida por asociarse con atletas de renombre y equipos deportivos en todo el mundo como parte de su estrategia de marketing y patrocinio.

Y por otra parte, para *Nike*:

1. Calzado Deportivo: Nike es famosa por su amplia línea de calzado deportivo está diseñado para una variedad de deportes, incluyendo el baloncesto, el fútbol, el atletismo y más. Su calzado icónico incluyen las Air Jordan y las Air Max.
2. Ropa Deportiva: Al igual que Adidas, Nike produce una amplia gama de ropa deportiva, desde camisetas y pantalones hasta chaquetas y ropa de entrenamiento.
3. Equipos y Accesorios: Nike fabrica y vende equipos deportivos, como balones de fútbol y baloncesto, así como accesorios deportivos como mochilas, calcetines y gorras.
4. Tecnología Deportiva: Nike ha invertido en tecnología deportiva, como Nike+ y Nike Adapt, que integran la tecnología en el calzado deportivo para mejorar el rendimiento y la comodidad.
5. Patrocinio Deportivo: Al igual que Adidas, Nike es conocida por sus patrocinios de atletas, equipos y eventos deportivos a nivel mundial, lo que la convierte en una de las marcas más reconocidas en el mundo del deporte.

De este modo, Adidas y Nike operan en el mismo sector económico, pero tienen giros y estrategias ligeramente diferentes dentro de la industria de artículos deportivos y ropa deportiva. Ambas compañías son líderes en la industria y compiten activamente por cuota de mercado y reconocimiento de marca en todo el mundo.

### **3.3. Evolución de las empresas en la actualidad**

Ambas empresas, Adidas y Nike, han experimentado una notable evolución a lo largo de las décadas, y la innovación ha sido una parte integral de su éxito continuo en la industria de artículos deportivos y ropa deportiva.

Por un lado, Adidas comenzó como una empresa centrada en el rendimiento deportivo, con un enfoque inicial en la fabricación de calzado de alto rendimiento para atletas. Su énfasis en la calidad y la innovación en el diseño de calzado la convirtió en una opción popular para deportistas.

Luego, a lo largo de los años, Adidas diversificó su enfoque para incluir la moda y el estilo de vida. Desarrollaron productos que no solo eran funcionales para el deporte, sino que también tenían un atractivo de moda, lo que les permitió llegar a un público más amplio. Adidas ha invertido en tecnología y materiales innovadores para mejorar el rendimiento de sus productos. Esto incluye la introducción de tecnologías como Boost en su calzado para una mayor comodidad y respuesta.

Por otra parte, Nike se ha destacado por su continua innovación en el diseño de calzado deportivo. Desde el lanzamiento de las icónicas Air Max hasta las tecnologías más recientes como Nike React y Nike Adapt, la empresa ha mantenido un enfoque constante en la mejora de la experiencia del usuario. Nike ha sido pionera en el uso del marketing y el patrocinio deportivo como herramientas para construir su marca. Su asociación con atletas de renombre mundial y equipos deportivos ha sido fundamental para su éxito.

También ha integrado la tecnología en sus productos, desde aplicaciones de seguimiento de la actividad física hasta sistemas de autoajuste en su calzado. Esto ha permitido a la marca mantenerse relevante y atraer a un público más tecnológicamente orientado.

En resumen, tanto Adidas como Nike han evolucionado desde sus inicios como fabricantes de calzado deportivo de alto rendimiento hasta marcas globales que abarcan el rendimiento deportivo, la moda y la tecnología. La innovación ha sido un elemento clave en su capacidad para mantenerse en la cima de la industria, ya sea a través de avances en diseño de productos o por el uso de estrategias de marketing creativo. Ambas empresas han demostrado una capacidad constante para adaptarse a las tendencias cambiantes y hacer más que satisfacer las demandas de los consumidores.

## **4. Mision de las empresas**

### **4.1. Mision de Adidas**

El Grupo Adidas se esfuerza por ser el líder mundial en la industria de los artículos deportivos con marcas construidas sobre la pasión por deportes y un estilo de vida deportivo. Estamos comprometidos a fortalecer continuamente nuestras marcas y productos para mejorar nuestra posición competitiva

### **4.2. Vision de Adidas**

Ser los líderes del diseño con un enfoque en obtener lo mejor de los atletas con productos de rendimiento garantizado en el mercado deportivo a nivel mundial.

### **4.3. Eslogan de Adidas**

Adidas ha utilizado varios esloganes a lo largo de su historia. Uno de los esloganes más conocidos y duraderos de Adidas es:

Impossible is nothing

### **4.4. Mision de Nike**

Llevar la inspiración y la innovación a cada atleta del mundo.

### **4.5. Vision de Nike**

Trabajar constantemente para expandir su impacto positivo en el mundo y ser la empresa líder en la industria de artículos deportivos y ropa deportiva. Nike aspira a ser una marca que inspire a las personas a moverse y vivir activamente.

### **4.6. Eslogan de Nike**

El eslogan más icónico y reconocible de Nike es:

Just Do It

## 5. Perfilamiento en el mercado y competidores

### 5.1. Participacion en el mercado

De Bejarano y Polanco, tenemos los siguientes comentarios:

Para el 2013, Adidas es la segunda marca más reconocida, junto a Reebok (también propiedad de Adidas). Adidas es considerado como una marca que se relaciona con todos los aspectos de la moda, la ropa y del uso de sus productos en cualquier circunstancia. Gracias al cambio de identidad de Adidas, ahora es vista como una marca dinámica. Adidas maneja sus propios valores, que busca que sean asociados a su concepto de marca: el rendimiento, la autenticidad, la honestidad, la sinceridad, el compromiso e igualdad.

Y, por otra parte:

Nike orienta su producción hacia varias categorías claves como: Atletismo, Baloncesto, Fútbol, el acondicionamiento tanto de hombres como mujeres, Nike Sports wear y Action Sports. También comercializa productos deportivos para el béisbol, Cricket, Golf, Lacrosse, actividades al aire libre, fútbol americano, tenis, voleibol, y para la lucha libre. Así mismo tiene una línea de productos para los niños. El calzado deportivo de Nike está diseñado principalmente para un deporte en específico. Nike también ofrece bolsos, maletines, calcetines, balones de deporte, gafas, relojes, aparatos electrónicos, bates, guantes, equipo de protección, palos de golf y otros equipos diseñados para las actividades deportivas.

De este modo, tenemos que Nike quiere representar el nivel de servicio más alto dentro y fuera de su industria, construyen relaciones con los consumidores de todo el mundo basadas en la lealtad promocionando sus productos mediante acuerdos de patrocinio con atletas famosos, con equipos profesionales y con equipos deportivos universitarios. En contraste, utiliza la personalidad de los jugadores de fútbol más reconocidos en la actualidad para transmitir todos los rasgos y cualidades de sus productos, así el consumidor cuando está en el proceso de compra, se siente más cerca de ser como el modelo actual de la marca. Por ejemplo, David Beckham es un modelo a seguir para muchos; cuando el consumidor se viste con los productos de Adidas, se siente más cerca de ser como él, es decir se atribuye, por medio del uso de dichos productos, las cualidades de Beckham: puede llegar a sentirse sexy, triunfador, bello, superado, caballeroso, empático, agresivo, luchador, exitoso o que tiene el mejor desempeño.



## 5.2. Competidores

Por un lado, los principales competidores de Adidas son:

- **Puma:** Otra marca reconocida a nivel global que compite directamente con Adidas.
- **Converse:** Conocida principalmente por sus icónicos zapatos deportivos Chuck Taylor All Star.
- **Vans:** Una marca de calzado y ropa que se ha vuelto especialmente popular en la cultura del skateboarding y la moda urbana.
- **Reebok:** Adquirida por Adidas en 2005, es una marca que ha mantenido su propia identidad y compite directamente con Adidas en muchos aspectos.
- **New Balance:** Una empresa estadounidense que se ha destacado en la fabricación de calzado deportivo, ropa y accesorios.

Por otra parte, los principales competidores de Nike son:

- **Reebok:** Con ingresos mundiales de \$3 mil millones y una valoración de marca de \$1 mil millones, Reebok es considerado el segundo mayor competidor de Nike en todo el mundo.
- **Puma:** Con ingresos de \$3.4 mil millones, Puma es el tercer competidor de Nike.

## 6. Organigrama

Adidas presenta una estructura jerárquica vertical de tres niveles. A la cabeza de la pirámide está el Consejo de Administración compuesto por los accionistas. Sus miembros se llaman Consejeros y entre ellos se pueden distribuir los cargos de Presidente, Vicepresidente, Secretario y Consejero delegado. En la misma línea descendente aparece la figura de la Gerencia quien se encarga del Control de la Gestión y de la administración de la entidad.

En el siguiente nivel del organigrama aparecen seis departamentos.

- **Producción** que se encarga de todo el proceso productivo de la empresa, la transformación y planificación.
- **Administración y Finanzas** se encarga de los proveedores, clientes cobros y pagos. Entran entre sus funciones la contabilidad financiera de la entidad, costos y negocios bancarios.
- **Marketing** se encarga de las estrategias del mercado, políticas de precio, distribución y comunicación. Es responsable de la imagen de la empresa.
- **Comercial y ventas** se encarga de todo lo relativo a la cartera de clientes y la captación de los nuevos.
- **Compras** se encarga de la negociación con los proveedores, los pedidos y gestión de almacén.
- **Área de Calidad** aparece en un tercer nivel en relación estrecha con los departamentos de Compras y Producción. Se encarga del control de calidad y laboratorio.
- **Recursos Humanos** se encarga de la selección del personal, nóminas y relación con los sindicatos.

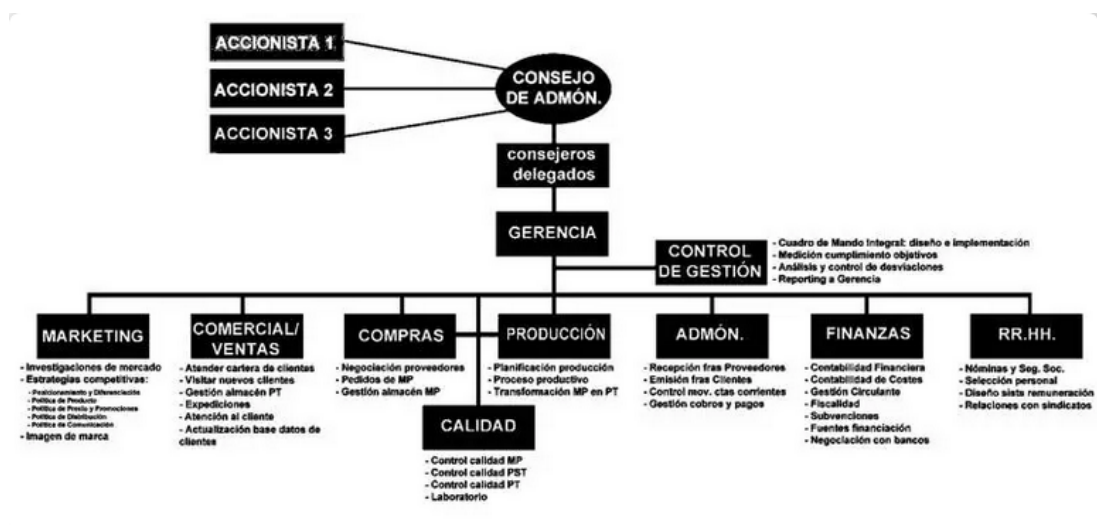


Figura 1: Organigrama de Adidas

Por otra parte, Nike tiene una matriz estructura organizativa incorporando divisiones geográficas. La estructura matricial de Nike también está presente a nivel regional y subregional. La responsabilidad gerencial se segmenta de acuerdo con la unidad de negocios (ropa, calzado y equipo) y la función (recursos humanos, finanzas, Marketing, ventas y operaciones).

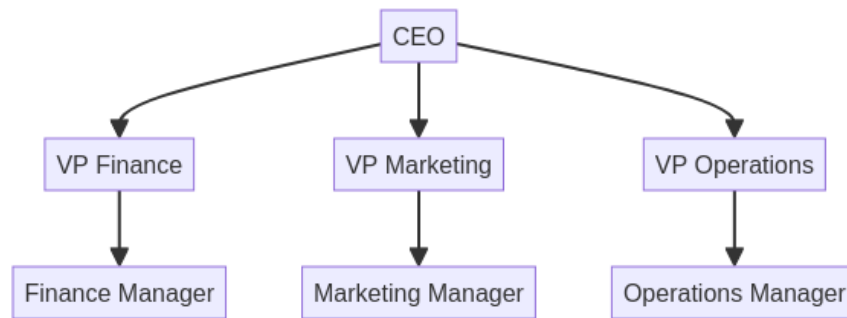


Figura 2: Organigrama matricial de Nike

## 7. Funcionamiento de la empresa en su actividad productiva y administrativa.

Tanto Nike como Adidas son empresas líderes en la industria de artículos deportivos y ropa deportiva que han demostrado su capacidad para operar de manera eficiente en la actividad productiva y administrativa. Su compromiso con la innovación, la calidad, la sostenibilidad y el marketing efectivo los ha llevado a mantener su posición de liderazgo en un mercado altamente competitivo.

### 7.1. Actividad Productiva de Nike

**Investigación y Desarrollo (I+D):** Nike es conocida por su compromiso con la innovación en el diseño y la fabricación de productos deportivos. Invierte significativamente en investigación y desarrollo para crear tecnologías y materiales avanzados que mejoren el rendimiento de sus productos.

**Fabricación Global:** Nike produce sus productos en todo el mundo a través de una extensa red de proveedores y fábricas. Esto le permite diversificar su producción y mantener una respuesta ágil a la demanda en todo el mundo.

**Personalización y Personalización:** Nike ofrece a los clientes la opción de personalizar productos como zapatillas de deporte a través de su plataforma Nike By You. Esto no solo brinda una experiencia de compra personalizada, sino que también contribuye a la lealtad de los clientes.

**Sostenibilidad:** Nike ha intensificado sus esfuerzos en sostenibilidad, utilizando materiales reciclados y aplicando prácticas sostenibles en la fabricación de productos. También se ha comprometido a reducir su huella de carbono.

## 7.2. Actividad Administrativa de Nike

**Gestión de la Cadena de Suministro:** Nike tiene un enfoque riguroso en la gestión de la cadena de suministro para garantizar la disponibilidad de productos en todo el mundo. Esto incluye la planificación de la demanda y la logística eficiente.

**Marketing y Patrocinio:** Nike es conocida por su estrategia de marketing efectiva y su asociación con atletas de renombre y equipos deportivos. Estas asociaciones y campañas publicitarias contribuyen significativamente a su presencia global.

## 7.3. Actividad Productiva de Adidas

**Diseño de Producto:** Adidas se enfoca en el diseño de productos atractivos y funcionales. Trabaja en colaboración con atletas y diseñadores para crear artículos deportivos de alta calidad.

**Sostenibilidad:** Adidas también ha hecho hincapié en la sostenibilidad, utilizando materiales reciclados y adoptando prácticas responsables en la fabricación de productos.

## 7.4. Actividad Administrativa de Adidas

**Estrategia de Marketing:** Adidas ha implementado estrategias de marketing creativas y colaboraciones con celebridades y diseñadores para mantener su atractivo en el mercado de la moda deportiva.

**Gestión de Marca:** La marca Adidas es cuidadosamente gestionada, manteniendo una imagen de calidad y estilo que resuena con los consumidores.

## 8. Cuentas de Activos y pasivos

Los activos son los recursos económicos que posee una empresa, como el efectivo, las cuentas por cobrar, las inversiones a corto plazo, etc. Estos pueden ser convertidos en efectivo o se espera que proporcionen un beneficio en el futuro.

Los pasivos son las obligaciones financieras o deudas que la empresa debe pagar a otras entidades. Pueden incluir cuentas por pagar, préstamos, salarios por pagar, etc.

El análisis de estas cuentas puede proporcionar información valiosa sobre la salud financiera de una empresa.

Cabe señalar que el patrimonio de los accionistas incluye elementos como acción ordinaria, ganancias acumuladas y otro resultado integral acumulado. Estos representan los recursos propios de la empresa, incluyendo las inversiones de los accionistas y las ganancias acumuladas a lo largo del tiempo.

Las siguientes tablas proporcionan una vista desglosada de los activos, pasivos y el patrimonio de los accionistas de la empresa en tres años consecutivos. Esto permite realizar un seguimiento de cómo han evolucionado estos elementos a lo largo del tiempo y proporciona información importante para el análisis financiero y la toma de decisiones.

### 8.1. Balance general de Adidas

Desglose	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020
▼ Activos			
▼ Activo corriente			
▼ Efectivo			
Efectivo y otros activos líquidos...	798.000	3.828.000	3.994.000
Otras inversiones a corto plazo...	168.000	109.000	245.000
<b>Efectivo total</b>	<b>966.000</b>	<b>3.937.000</b>	<b>4.239.000</b>
Cuentas pendientes netas	2.529.000	2.175.000	1.952.000
Inventario	5.973.000	4.009.000	4.397.000
Otro activo corriente	419.000	357.000	380.000
<b>Activo corriente total</b>	<b>11.732.000</b>	<b>13.944.000</b>	<b>12.154.000</b>
▼ Activo corriente			
▼ Activos fijos			
Activos fijos brutos	7.571.000	7.141.000	6.756.000
Depreciación acumulada	-2.628.000	-2.316.000	-2.169.000
<b>Activos fijos netos</b>	<b>4.943.000</b>	<b>4.825.000</b>	<b>4.587.000</b>
Fondo de comercio	1.260.000	1.228.000	1.208.000
Activos intangibles	429.000	352.000	1.253.000
Otro activo a largo plazo	4000	-1000	-250.000
<b>Activo no corriente total</b>	<b>8.563.000</b>	<b>8.193.000</b>	<b>8.899.000</b>
<b>Activos totales</b>	<b>20.296.000</b>	<b>22.137.000</b>	<b>21.053.000</b>

▼ Pasivo y patrimonio de los accionistas			
▼ Pasivo			
▼ Pasivo corriente			
Deuda corriente	527.000	29.000	686.000
Cuentas a pagar	2.908.000	2.294.000	2.390.000
Otro pasivo corriente	72.000	50.000	69.000
<b>Pasivo corriente total</b>	<b>9.257.000</b>	<b>8.965.000</b>	<b>8.827.000</b>
▼ Pasivo no corriente			
Deuda a largo plazo	2.946.000	2.466.000	2.482.000
Pasivo por impuestos diferidos	135.000	122.000	241.000
Ingresos diferidos	6000	7000	5000
Otro pasivo a largo plazo	1000	-1000	10.000
<b>Pasivo no corriente total</b>	<b>5.688.000</b>	<b>5.335.000</b>	<b>5.535.000</b>
<b>Pasivo total</b>	<b>14.945.000</b>	<b>14.300.000</b>	<b>14.362.000</b>
▼ Patrimonio de los accionistas			
Acción ordinaria	179.000	192.000	195.000
Ganancias acumuladas	4.347.000	7.259.000	6.733.000
<b>Patrimonio de los accionistas total</b>	<b>4.991.000</b>	<b>7.519.000</b>	<b>6.454.000</b>
<b>Pasivo total y patrimonio de los accionistas</b>	<b>20.296.000</b>	<b>22.137.000</b>	<b>21.053.000</b>

Esta tabla presenta un desglose de los activos de la empresa, pero para los años 2020, 2021 y 2022. Se divide en dos secciones principales: activo corriente y activos fijos. El activo corriente incluye categorías como efectivo y otros activos líquidos, cuentas pendientes netas, inventario y otros activos corrientes. En esta tabla, se observa una disminución significativa en la cantidad de efectivo en comparación con los años anteriores. También se observa un aumento en las cuentas pendientes netas y en el inventario. Los activos fijos incluyen activos como activos fijos brutos, depreciación acumulada, activos fijos netos, fondo de comercio, activos intangibles y otros activos a largo plazo. Se observa que el fondo de comercio y los activos intangibles han experimentado cambios en sus valores.

## Balance general

Divisa en EUR. Todos los números en miles

Desglose	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019
▼ Activos				
➤ Activo corriente	11.732.000	13.944.000	12.154.000	10.934.000
➤ Activo corriente	8.563.000	8.193.000	8.899.000	9.746.000
<b>Activos totales</b>	<b>20.296.000</b>	<b>22.137.000</b>	<b>21.053.000</b>	<b>20.680.000</b>
▼ Pasivo y patrimonio de los acci...				
➤ Pasivo	14.945.000	14.300.000	14.362.000	13.623.000
➤ Patrimonio de los accionistas	4.991.000	7.519.000	6.454.000	6.796.000
<b>Pasivo total y patrimonio de l...</b>	<b>20.296.000</b>	<b>22.137.000</b>	<b>21.053.000</b>	<b>20.680.000</b>

Por otro lado tabla presenta un desglose del pasivo y el patrimonio de los accionistas de la empresa, también para los años 2020, 2021 y 2022. Se divide en tres secciones principales: pasivo corriente, pasivo no corriente y patrimonio de los accionistas. El pasivo corriente incluye categorías como deuda corriente, cuentas a pagar, otro pasivo corriente y pasivo corriente total. Se observa un aumento en la deuda corriente y cuentas a pagar en comparación con los años anteriores. El pasivo no corriente incluye categorías como deuda a largo plazo, pasivo por impuestos diferidos, ingresos diferidos y otro pasivo a largo plazo. Se observan cambios en los valores de estas categorías. El patrimonio de los accionistas incluye elementos como acción ordinaria y ganancias acumuladas. Se observa una disminución en las ganancias acumuladas en el año 2022 en comparación con el año anterior.

Se pueden identificar cambios significativos en los activos, pasivos y el patrimonio de los accionistas, lo que pudo ser relevante para el análisis financiero y la toma de decisiones.

## 8.2. Balance general de Nike

Desglose	31/5/2022	31/5/2021	31/5/2020	✓ Pasivo y patrimonio de los acci...		
✓ Activos				✓ Pasivo		
✓ Activo corriente				✓ Pasivo corriente		
> Efectivo	12.997.000	13.476.000	8.787.000	Deuda corriente	510.000	2000
Cuentas pendientes netas	4.667.000	4.463.000	2.749.000	Cuentas a pagar	3.358.000	2.836.000
Inventario	8.420.000	6.854.000	7.367.000	Impuestos pagaderos	222.000	306.000
Otro activo corriente	2.129.000	1.498.000	1.653.000	Pasivo acumulado	6.220.000	6.063.000
<b>Activo corriente total</b>	<b>28.213.000</b>	<b>26.291.000</b>	<b>20.556.000</b>	Otro pasivo corriente	-	-
✓ Activo corriente				<b>Pasivo corriente total</b>	<b>10.730.000</b>	<b>9.674.000</b>
✓ Activos fijos				✓ Pasivo no corriente		
Activos fijos brutos	7.717.000	8.017.000	7.963.000	Deuda a largo plazo	8.920.000	9.413.000
Depreciación acumulada	-5.306.000	-5.157.000	-4.795.000	Pasivo por impuestos diferi...	2.613.000	2.955.000
<b>Activos fijos netos</b>	<b>7.717.000</b>	<b>8.017.000</b>	<b>7.963.000</b>	Otro pasivo a largo plazo	2.613.000	2.955.000
Fondo de comercio	284.000	242.000	223.000	<b>Pasivo no corriente total</b>	<b>14.310.000</b>	<b>15.299.000</b>
Activos intangibles	286.000	269.000	274.000	<b>Pasivo total</b>	<b>25.040.000</b>	<b>24.973.000</b>
Otro activo a largo plazo	3.821.000	2.921.000	2.326.000	✓ Patrimonio de los accionistas		
<b>Activo no corriente total</b>	<b>12.108.000</b>	<b>11.449.000</b>	<b>10.786.000</b>	Acción ordinaria	3000	3000
<b>Activos totales</b>	<b>40.321.000</b>	<b>37.740.000</b>	<b>31.342.000</b>	Ganancias acumuladas	3.476.000	3.179.000
				Otro resultado integral acumu...	318.000	-380.000
				<b>Patrimonio de los accionist...</b>	<b>15.281.000</b>	<b>12.767.000</b>
				<b>Pasivo total y patrimonio de l...</b>	<b>40.321.000</b>	<b>37.740.000</b>

### Balance general

Todos los números en miles

Desglose	31/5/2023	31/5/2022	31/5/2021	31/5/2020
✓ Activos				
> Activo corriente	25.202.000	28.213.000	26.291.000	20.556.000
> Activo no corriente	12.329.000	12.108.000	11.449.000	10.786.000
<b>Activos totales</b>	<b>37.531.000</b>	<b>40.321.000</b>	<b>37.740.000</b>	<b>31.342.000</b>
✓ Pasivo y patrimonio de los acci...				
> Pasivo	23.527.000	25.040.000	24.973.000	23.287.000
> Patrimonio de los accionistas	14.004.000	15.281.000	12.767.000	8.055.000
<b>Pasivo total y patrimonio de l...</b>	<b>37.531.000</b>	<b>40.321.000</b>	<b>37.740.000</b>	<b>31.342.000</b>

Del balance para Nike tenemos que se presenta un desglose de los activos de la empresa para los años 2020, 2021 y 2022. Se divide en dos secciones principales: activo corriente y activos fijos. El activo corriente incluye categorías como efectivo, cuentas pendientes netas, inventario y otros activos corrientes. Estos representan los activos que se espera que se conviertan en efectivo o se utilicen en el corto plazo. Los activos fijos incluyen activos como activos fijos brutos, depreciación acumulada, activos fijos netos, fondo de comercio, activos intangibles y otros activos a largo plazo. Estos representan activos a largo plazo que no se espera que se conviertan en efectivo en el corto plazo.

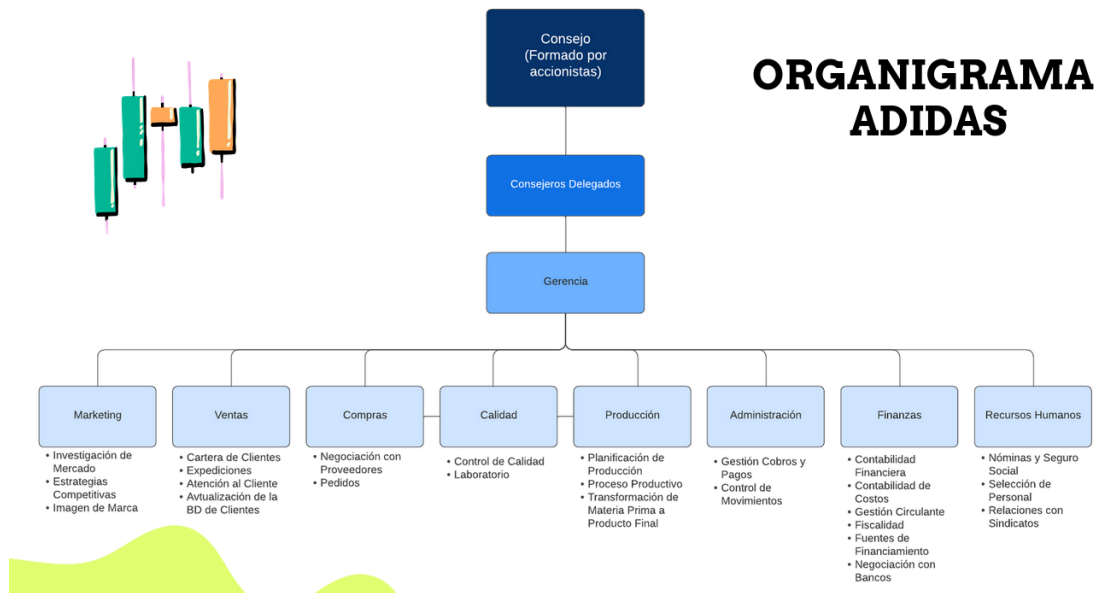
En esta tabla, se presenta un desglose del pasivo y el patrimonio de los accionistas de la empresa para los años 2020, 2021 y 2022. Se divide en tres secciones principales: pasivo corriente, pasivo no corriente y patrimonio de los accionistas. El pasivo corriente incluye

categorías como deuda corriente, cuentas a pagar, impuestos pagaderos, pasivo acumulado y otros pasivos corrientes. Estos representan las obligaciones de la empresa que se espera que se paguen en el corto plazo. El pasivo no corriente incluye categorías como deuda a largo plazo, pasivo por impuestos diferidos y otros pasivos a largo plazo. Estos representan las obligaciones de la empresa a largo plazo.

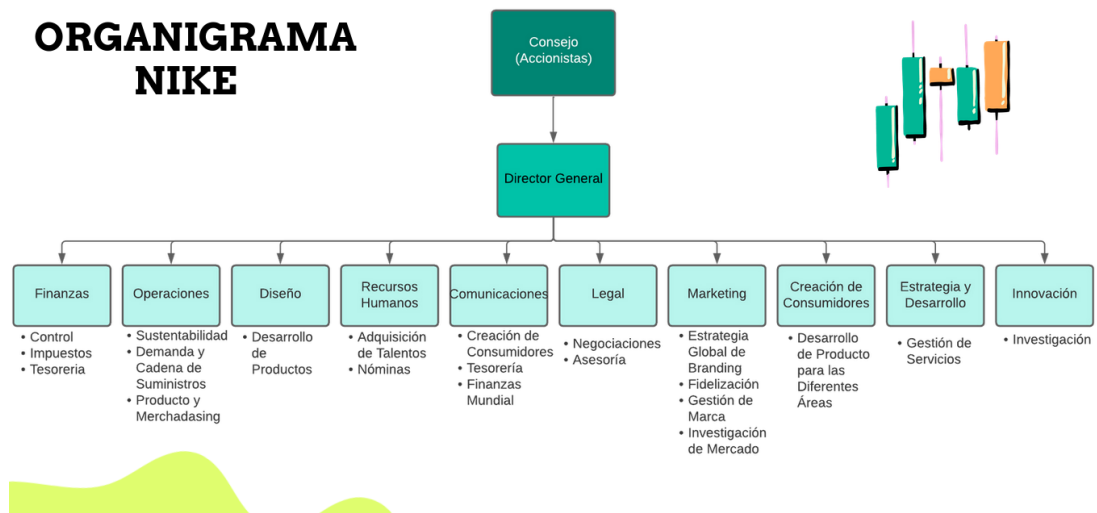


## 9. Anexos

### 9.1. Anexo: Organigrama Adidas



### 9.2. Anexo: Organigrama Nike



## 10. Referencias

1. *Balance General de Adidas (ADSN) - Investing.com México.* (s/f). Investing.com México. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de <https://mx.investing.com/equities/adidas-salomon-balance-sheet?cid=993700>
2. *Balance General de Nike (NKE) - Investing.com México.* (s/f). Investing.com México. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de <https://mx.investing.com/equities/nike-balance-sheet?cid=993836>
3. Hernández, E. (2023, febrero 24). *La historia de cómo sólo 500 dólares se necesitaron para fundar Nike.* Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/la-historia-de-como-solo-500-dolares-se-necesitaron-para-fundar-nike/>
4. *Los 10 mejores competidores de Nike - Marketing e Influencer.* (2022, agosto 21). cruzito. <https://marketingeinfluencer.com/los-10-mejores-competidores-de-nike/>
5. *Organigrama de Adidas.* (2022, junio 1). Organigramas. <https://organigramadeunaempresa.info/adidas/>
6. Oyarzún, G. (2023, mayo 4). *El origen de la marca Adidas: historia, evolución y estrategia comercial.* EspacioEmpresa. <https://espacioempresa.com/lideres/adidas-origen/>
7. (S/f-a). Mission-statement.com. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de <https://mission-statement.com/adidas-es/>
8. (S/f-b). Mission-statement.com. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de <https://mission-statement.com/nike-es/>
9. (S/f-c). Edu.co. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/78628/1/TG01013.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78628/1/TG01013.pdf)  
1.5: Cuentas de Activos, Pasivos y Accionistas. (2022, October 30). LibreTexts Español; Libretexts. [https://espanol.libretexts.org/Negocio/Contabilidad/Libro%3A\\_Principios\\_de\\_Contabilidad\\_Financiera\\_\(Jonick\)/01%3A\\_Ciclo\\_Contable\\_para\\_el\\_Negocio\\_de\\_Servicios\\_-\\_Base\\_de\\_Efectivo/1.05%3A\\_Cuentas\\_de\\_Activos%2C\\_Pasivos\\_y\\_Accionistas](https://espanol.libretexts.org/Negocio/Contabilidad/Libro%3A_Principios_de_Contabilidad_Financiera_(Jonick)/01%3A_Ciclo_Contable_para_el_Negocio_de_Servicios_-_Base_de_Efectivo/1.05%3A_Cuentas_de_Activos%2C_Pasivos_y_Accionistas)
10. adidas AG (ADDYY). (s.f.). Yahoo.com. Recuperado el 4 de octubre de 2023, de <https://es.finance.yahoo.com/quote/ADDYY/balance-sheet/?guccounter=1>
11. NIKE, Inc. (NKE). (s.f.). Yahoo.com. Recuperado el 4 de octubre de 2023, de <https://es.finance.yahoo.com/quote/NKE/balance-sheet/>