

38410 = 103



Para Adidas, vincularse con portavoces negros ha rendido frutos. Las acciones de la empresa, que cotizan en Alemania donde está su sede global, se han duplicado en los últimos tres años.

BRITAINY NEWMAN/THE NEW YORK TIMES

Adidas queda

convertirse en campañas oficiales, las conversaciones respecto a incluirlas los han hecho sentirse muy incómodos.

Muchos opinaron que estas tensiones en Adidas son reflejo de problemas más abarcadores en la

Para Adidas, vincularse con portavoces negros ha rendido frutos. Las acciones de la empresa, que cotizan en Alemania donde está su sede global, se han duplicado en los últimos tres años y sus ingresos han aumentado considerablemente a la par. En Estados Unidos, su participación en el mercado de zapatillas deportivas pasó del 4% en 2015 al 11%, de acuerdo con la empresa de investigación de mercado NPD Group.

Los pronósticos indican que las ventas de los productos de Kanye West, que tienen su propia categoría en la empresa, superarán los \$1.300 millones este año.

Y los beneficios de colaborar con estos atletas o artistas va mucho más allá de aprovechar su popularidad para vender prendas y zapatillas de \$350. El acuerdo con West para Weezy, por ejemplo, renovó el caché de la empresa.

Después de que el músico firmó su contrato, otras estrellas en el mundo del hip hop, como Pusha T, establecieron sus propias asociaciones con la empresa.

Sin embargo, dentro de la empresa la participación de personas negras es muy distinta. Casi el 78% de los empleados en Portland son blancos y menos de 75 de los 1.700 trabajadores en esas oficinas se identifican como negros o afroamericanos, según las cifras internas revisadas por el *Times*.

A nivel directivo solo había tres personas negras en una de las 340 vicepresidencias de Adidas el año pasado, alrededor del 1%, de

No estamos en la posición en la que nos gustaría estar en varias de nuestras

debiendo en materia de diversidad

De casi 1.700 empleados de Adidas en la sede de Portland, menos de 4,5% se identifican como negros o afroamericanos

Julie Creswell y Kevin Draper
NUEVA YORK, ESTADOS UNIDOS

Adidas ha construido buena parte de su marca y ventas en Estados Unidos gracias a su asociación con superestrellas negras y latinas. En los años ochenta el grupo pionero de hip-hop Run-DMC le dio prestigio cultural a las prendas y tenis con la canción "My Adidas". Atletas y artistas negros como el basquetbolista James Harden, la basquetbolista Candace Parker o el músico Kanye West son portavoces de los productos.

En abril de este año, Adidas también anunció una asociación con Beyoncé, quien publicó una foto en su cuenta de Instagram que la muestra recostada encima de varias zapatillas deportivas de la marca. La foto ha tenido más de siete millones de me gusta.

Mientras tanto, los empleados

negros de Adidas en las oficinas centrales de Portland, Oregon, describen una cultura empresarial muy dispar con esa imagen de la marca. En entrevistas, más de veinte trabajadores actuales y exempleados hablaron de cómo la directiva principalmente blanca batalla para atender cuestiones raciales. Los empleados comentaron que en las oficinas, apodadas Adidas Village, los temas raciales son una constante que hacen sentirse marginados a los pocos trabajadores negros.

En minoría

De casi 1.700 empleados de Adidas en Portland, menos de 4,5% se identifican como afroamericanos, de acuerdo con cifras internas del 2018 que fueron compartidas con *The New York Times*.

Los empleados que hablaron con *The New York Times* dijeron que en el comedor de la empresa varios de esos empleados negros

suelen sentarse juntos. Contaron que a algunos de ellos les han dicho que eso incomoda a sus colegas blancos y que podría afectar sus posibilidades de ser ascendidos, pues, según les comentaron, parecería que no quieren ser parte del molde Adidas.

Varios trabajadores actuales y previos dijeron que con mucha frecuencia son la única persona no blanca en las reuniones y que suelen sentir que sus contribuciones no son valoradas al momento de tomar decisiones. Comentaron que por la falta de diversidad en la plantilla laboral es común que se presenten estereotipos negativos cuando se discuten propuestas para la mercadotecnia con atletas negros, lo que resulta en material promocional que le ha ganado críticas a la empresa.

Los trabajadores negros dijeron que, incluso cuando algunas de esas ideas que promueven estereotipos son descartadas antes de

problemas en Adidas son reflejo de problemas más abarcadores en la industria de productos deportivos, particularmente en Estados Unidos, donde los ingresos para estas compañías superan los \$20.000 millones tan solo en ventas de zapatillas deportivas. Empresas como Adidas, Nike y Under Armour tienen una nómina mayoritariamente blanca, pero sus clientes más influyentes —aquellos que hacen tan atractivos sus productos— en su mayoría no son blancos.

Los temas raciales no se presentan solo al hacer negocios. Dos trabajadores afroamericanos comentaron que sus colegas blancos los han llamado por un calificativo racista, en una ocasión de manera directa y en otra en un mensaje de texto que fue visto por el *Times*. En ambos casos, las personas que usaron el calificativo parecían pensar que era una broma, lo que los empleados entrevis-tados vieron como una muestra más de la falta de perspectiva en temas raciales en la empresa.

Todos los empleados y extra-bajadores entrevistados hablaron con la condición de mantener el anonimato por temor a sufrir represalias en sus carreras.

Karen Parkin, directora global de recursos humanos de Adidas, dijo que la empresa está plenamente consciente de que necesita mejorar en este aspecto.

Parkin dijo que hay "tolerancia cero" en cuanto a las conductas inapropiadas. Dijo que no estaba al tanto de los incidentes y que, si hubieran sido reportados, se habría abierto una investigación.

"No estamos en la posición en la que nos gustaría estar en varias de nuestras oficinas en el mundo. Pero no tenemos miedo a sostener esta conversación", dijo.

nos gustaría estar en varias de nuestras oficinas en el mundo. Pero no tenemos miedo a sostener esta conversación".

Karen Parkin

Directora global de recursos humanos de Adidas

acuerdo con dos personas que tienen conocimiento directo de las cifras. Una de esas tres personas, la exdirectora de operaciones, ya no trabaja en la empresa.

Endémico

Los números son igual de constantes en otras compañías de gigantes deportivos.

Nike comentó que, para finales de 2017, los empleados negros representaban alrededor del 23% de su nómina en Estados Unidos, incluyendo los de las tiendas minoristas. De los 353 vicepresidentes de Nike, el 29% son personas negras, el 8%.

En el sitio web de Under Armour destacan como una meta promover la diversidad y la inclusión, pero la empresa no quiso revelar cómo está compuesta su fuerza de trabajo.

"Dedican miles de millones de dólares en mercadotecnia y publicidad para atraer a compradores negros, pero no hacen mucho para apoyar a las personas negras que están en las empresas", dijo D'Wayne Edwards, quien empezó a diseñar zapatillas deportivas en 1989 y trabajó en Nike para hacer diseños de la marca Air Jordan. Ahora dirige la escuela de diseño de calzado Penssole Footwear Design Academy, en Portland. ■