

EQUIPAMIENTO

Under Armour se alía con la selección de EEUU para lanzar su línea de boxeo

Palco23
22 jul 2015 - 18:25

Under Armour quiere convertirse en uno de los referentes de la moda deportiva, pero a la espera de dar el gran salto al baloncesto y el fútbol, la compañía sigue reforzándose en distintas disciplinas. El último acuerdo cerrado por la multinacional de Baltimore ha sido con los miembros del equipo de boxeo de EEUU, a la que surtirá tanto ropa y calzado de entrenamiento, como de competición. El contrato estará en vigor por un periodo de seis años, lo que incluye la presencia de la marca en los Juegos Olímpicos de Río, en 2016, y de Tokio, en 2020.

"Nos sentimos honrados de apoyar el increíble legado del USA Boxing [se le conoce así a la selección] de construir campeones en el escenario olímpico y más allá, al mismo tiempo que trabajamos juntos para ayudar a fortalecer este deporte en EEUU, desde la base hasta la élite", ha indicado Peter Murray, vicepresidente del área de marketing y marca de Under Armour. "Ha demostrado un compromiso implacable a la hora de apoyar a los atletas jóvenes, proporcionándoles los productos más innovadores del mundo", ha añadido sobre la marca Mike Martino, director ejecutivo de USA Boxing.



Under Armour ha creado prendas técnicas y calzado específico para el boxeo.

Under Armour asegura haber desarrollado "una colección personalizada para la

práctica del boxeo con la tecnología Armourvent, que ha sido rigurosamente probada en acciones de alta intensidad para maximizar su eficacia en el ring". Además, la compañía también ha creado un calzado específico, UA ClutchFit Título Hunter, que "utiliza la tecnología UA ClutchFit para dar a cada boxeador una sensación de flexibilidad con una fijación de apoyo que permite todos los movimientos".

Con este acuerdo, Under Armour entra en otro deporte que, pese a no tener un gran número de practicantes en comparación con disciplinas como el fútbol o el baloncesto, pueden acabar dándole una gran repercusión mediática, especialmente en EEUU. Baste como ejemplo el caso de Jordan Spieth, el golfista de 21 años que Under Armour fichó en 2013 y en abril se proclamó vencedor del Masters de Augusta.

La multinacional estadounidense de moda y equipamiento deportivo cerró el primer trimestre de 2015 con unas ventas de 804,9 millones de dólares (740,5 millones de euros), un 25,4% más que en el mismo período del año anterior. El resultado neto se resintió por las inversiones realizadas, especialmente en adquisiciones en el área tecnológica. Entre enero y marzo, el beneficio cayó un 13,4%, hasta 11,73 millones de dólares (10,8 millones de euros). El resultado operativo mejoró sensiblemente, al pasar de 26,8 millones a 27,7 millones de dólares (25,5 millones de euros).