

Under Armour doblará sus ventas en España este año, hasta los 24 millones

Palco23
1 oct 2015 - 10:45

Under Armour ha sido una de las últimas marcas que entró en el mercado español, pero también es una de las que más rápido está creciendo. La multinacional estadounidense, que en España y Portugal tiene cedida su distribución a la española Alnisa Sport, prevé cerrar 2015 con una facturación de 24 millones de euros, una cifra que más que duplica los 10 millones registrados en 2014.

Se trata de un ritmo de crecimiento superior al del conjunto del grupo, que prevé cerrar el actual ejercicio con un incremento del 25% de la facturación, hasta los 3.840 millones de dólares (3.514,7 millones de euros). Su objetivo para 2018 es alcanzar los 7.500 millones de dólares (6.552 millones de euros), para lo que será clave su desarrollo en mercados como el europeo y, sobre todo, el asiático.

El consejero delegado de Alnisa Sport, Sergio Nieto, confía en alcanzar una red de 800 puntos de venta donde se comercialicen sus productos. Según informa *Modaes.es*, en la actualidad ya existen 570 tiendas multimarca de cadenas como Base o Intersport que ya comercializan productos de Under Armour; también poseen unos cuarenta corners en grandes almacenes de El Corte Inglés.

Una de las estrategias de la marca estadounidense para darse a conocer en España ha sido la firma de alianzas con agentes del mundo del deporte. Por ejemplo, es uno de los proveedores oficiales de la ACB en dos de sus torneos, la Copa del Rey y la Supercopa de España, y el año pasado lanzó una edición de zapatilla inspirada en la primera de estas competiciones.

Además, ha sellado una alianza con la cadena de gimnasios Altafit, por la que todos los empleados utilizarán ropa de entrenamiento de la enseña estadounidense. En paralelo, Under Armour podrá realizar promociones exclusivas para los 85.000 abonados que acumula la empresa española, ampliando su capacidad de penetración.

Se trata de los principales acuerdos de la compañía en España, donde todavía no ha sido capaz de convencer a ningún club para que empiece a utilizar sus equipaciones, así como a algún gran deportista. A nivel internacional, la enseña ha logrado convertirse en el socio técnico de clubes como el Tottenham Hotspur y deportistas como la estrella de la NBA Stephen Curry

PALCO23

| , el tenista Andy Murray, el futbolista Memphis Depay o el golfista Jordan Spieth.