

EQUIPAMIENTO

Under Armour gana 112 millones hasta septiembre tras disparar un 27,6% sus ventas en el periodo

Palco23
22 oct 2015 - 17:12

Under Armour sigue creciendo a un ritmo de doble dígito, y ya encadena más de veinte trimestres creciendo por encima del del 20%. En concreto, cerró el período que va de julio a septiembre con unas ventas de 1.204 millones de dólares, un 28,4% más que el mismo período de 2014 y la primera vez que rebasan los 1.000 millones de ventas en un trimestre. En el conjunto de los nueve primeros meses del año, la multinacional de artículos deportivos crece un 27,6% y alcanza una facturación de 2.792,63 millones (2.460 millones de euros).

El beneficio neto mejora a un ritmo más moderado, del 5,5%, y se sitúa en 126,97 millones de dólares (112 millones de euros) entre enero y septiembre. La compañía fundada por Kevin Plank atribuye esta situación al impacto de las adquisiciones de Endomondo y MyFitnessPal, por las que pagó 560 millones de dólares a comienzos de año y que le han permitido elevar la comunidad de usuarios bajo su órbita a un total de 150 millones de usuarios únicos.

"Estamos experimentando un poderoso impulso de la marca en 2015 y continuamos invirtiendo para sacar provecho de nuestro éxito en el corto plazo, al tiempo que establecemos las bases para un crecimiento sostenible en el futuro", ha añadido el también consejero delegado. En este sentido, ha recordado que ya actualizaron su previsión de ingresos para el presente ejercicio, que esperaban concluir con una facturación de 3.840 millones y ahora elevan a 3.910 millones de dólares, un 27% más respecto a 2014. Por otro lado, se mantiene el objetivo de alcanzar los 7.500 millones en 2018.

Por áreas de negocio, la de calzado es la que más creció en el tercer trimestre, con un alza del 61,4%; en el acumulado del año también es la que más rápido mejora sus ventas, con un 48%, hasta los 510,86 millones de dólares. Sin embargo, la partida más importante continúa siendo la de prendas de ropa, con 1.936,22 millones de dólares (+22,2%). La partida de accesorios, que crece un 27,2%, se sitúa en 249,77 millones de dólares. El negocio digital, fruto de las adquisiciones ya mencionadas, se dispara un

161,4%, hasta los 36,43 millones.

Por áreas geográficas, Norteamérica sigue teniendo un peso dominante con un 80% total de las ventas. La agrupación que forman EEUU, Canadá y México generó una facturación de 2.440 millones de dólares entre enero y septiembre, un 22,8% y en tendencia ascendente, ya que sólo en el tercer trimestre las ventas mejoraron un 25%. En el resto del mundo, aunque con un ligero retroceso del ritmo de crecimiento en el tercer trimestre, el negocio se dispara un 68,6% y ya alcanza los 315,48 millones de dólares.

La compañía destaca la evolución de su actividad en Reino Unido y Alemania, así como en Asia donde remarcan la importancia de que su principal activo en la NBA, Stephen Curry, realizó una gira. En total, Under Armour ya dispone de una red de 26 tiendas fuera de EEUU, frente a las once de un año antes. En su mercado original, la red de distribución ha pasado de 126 establecimientos en septiembre de 2014 a 147 en el mismo mes de este año.