

EQUIPAMIENTO

Los planes de Under Armour, al descubierto: se instala en Barcelona y ventas de 20 millones en 2019

Guillermo G. Recio
19 jul 2016 - 05:00

Un tiempo nuevo para Under Armour. Después de decidir tomar el control directo de su negocio en España, como adelantó *Palco23*, el fabricante estadounidense ha empezado a buscar una nueva sede en España. Lo hará con una oficina en Barcelona dentro de unos meses. Por el momento, solamente cuenta con un *showroom* en Sant Quirze del Vallés, punto de partida para un plan con el que quieren facturar 20 millones en 2019.

Tal y como ha confirmado un portavoz de la compañía a *Palco23*, la persona que liderará al nuevo equipo de la firma en España será Jens Ullrich. El nuevo director general llega a Under Armour tras siete años como director de la marca Reebok para España y Portugal. Ahora, el directivo reportará directamente a la central europea de la marca en Amsterdam.

Uno de sus primeros cometidos, además de buscar una nueva sede, será la confección de un equipo de diez personas antes de finalizar el año. Concretamente, están buscando cinco representantes, un director de marketing, un director comercial y un *trade marketing*, que se sumarán al propio ejecutivo y a un empleado más de la filial francesa, que aportará el *know-how* de la compañía.

Con este planteamiento, la filial ibérica de Under Armour empezará a trabajar a partir del 31 de diciembre, fecha en la que finaliza el contrato no renovado con Alnisa Sport. Desde entonces, la gestión de la marca ha sufrido problemas operacionales hasta el punto de que las tiendas de deporte que distribuyen la marca no recibieron la última colección correspondiente a la primavera-verano 2016.

Esto repercutirá en las ventas de la compañía, ya que la firma se ha marcado el objetivo de facturar 12 millones de euros en 2017, una cifra muy por debajo de lo que estaba ingresando la distribuidora hasta ahora, que en 2015 cerró con 24 millones de euros.

La previsión pasa por crecer un 25% anual y alcanzar una cifra de negocio cercana a

los 20 millones de euros en 2019, según el portavoz de Under Armour. Es decir, que si se cumplen los objetivos de la marca, para 2017 esperan facturar algo más de 15 millones de euros.



El 'outlet' de la firma en San Sebastián de los Reyes./ Under Armour

Con el control directo de la firma en el mercado ibérico, cabe esperar una mayor inversión en marketing de la que ha realizado hasta ahora la distribuidora en España, donde el único gran acuerdo es con la ACB para ser uno de los proveedores oficiales de la Copa del Rey y la Supercopa de España.

En estos diez años, el fabricante estadounidense no ha convencido a ningún club de fútbol o baloncesto para que empiece a utilizar sus equipaciones. A nivel internacional, la enseña ha logrado convertirse en el socio técnico de deportistas como la estrella de la NBA Stephen Curry, el tenista Andy Murray, el futbolista Memphis Depay o el golfista Jordan Spieth.

De cara a la próxima temporada ha firmado a dos clubes más del fútbol británico, el Southampton y el recién descendido Aston Villa, que se sumarán al patrocinio actual del Tottenham Hotspur. En Estados Unidos, la firma también ha batido un récord al firmar el mayor *sponsor* universitario con el contrato con UCLA, por el que pagará 280 millones de dólares (250,3 millones de euros) durante los próximos 15 años.

A nivel de distribución, actualmente existen 570 tiendas multimarca de cadenas como Base Detall Sport e Intersport, que ya comercializan productos de Under Armour en España. Además, también posee unos cuarenta córners en grandes almacenes de El Corte Inglés. Aunque está por ver si estos acuerdos se mantendrán en esta nueva

etapa.

El portavoz de la compañía tampoco ha desvelado si apostarán por puntos de venta propios, y es que Alnisa ya dijo que no tenía intención de abrir ninguna tienda propia a corto y medio plazo sin contar el *outlet* que alzó la persiana este 2016 en San Sebastián de los Reyes. Esta estrategia se diferencia de la línea que han seguido algunas de las últimas en aterrizar en España, Asics y New Balance, que inauguraron la primera tienda propia del país en la capital catalana y a día de hoy cuentan con presencia en Madrid y en Portugal.

Para este año, Under Armour se ha visto obligada a rebajar la previsión de facturación para 2016, de 5.000 millones a 4.930 millones de dólares debido a la suspensión de pagos de Sports Authority, uno de los mayores operadores de Estados Unidos. El beneficio operativo estará entre los 440 y los 445 millones de dólares, una cifra inferior a los 507 millones esperados. Además, también ha provisionado 23 de millones de dólares durante el segundo trimestre por el impacto que pueda tener en su cuenta de resultados la futura desaparición de la cadena de establecimientos.