

EQUIPAMIENTO

El dueño de Wala encoge ventas un 30% en 2020 y continúa creciendo con retail

El grupo catalán Unipreus, dueño también de Pillow, ingresó 29,4 millones de euros el año pasado, frente a los 41,9 millones de euros de 2019.

Palco23

30 mar 2021 - 11:34



Año agrí dulce para Unipreus. La cadena catalana, propietaria de Wala, Unipreus y Pillow, ha facturado 29,4 millones de euros en el ejercicio 2020, cerrado el 28 de febrero, un 30% menos que el año anterior, cuando ingresó 41,9 millones de euros, según ha adelantado *CMD Sport*.

La empresa marca así su mínimo de facturación en cinco años, en los que siempre ha superado 40 millones de euros. En el ejercicio 2015, la empresa facturó 42 millones de euros. Un año más tarde incrementó su facturación hasta 43,4 millones de euros; en 2017 descendió levemente, hasta, 42,7 millones de euros, y en 2018 rozó los 42 millones de euros.

Unipreus, que distribuye tanto marcas de terceros como las suyas propias, continúa trabajando con gigantes como Nike o Adidas, que han reducido en el último año su red de socios en todo el mundo.

| Unipreus continúa trabajando con Adidas y Nike

La cadena catalana tiene previsto seguir con sus planes de expansión en 2021, si bien por el momento no tiene intención de expandirse fuera de Cataluña. En la actualidad, Unipreus tiene siete tiendas. Cinco de ellos operan bajo el rótulo Wala y están ubicados en Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona y Vic. Otros dos se encuentran en Lleida: uno opera con la marca Unipreus y el otro, en formato outlet y *low cost*, bajo la marca Prilow.

Unipreus, controlada por la familia Querol, se fundó en los años 30 en Lleida. La empresa, dirigida por Jordi Querol, lanzó en 2009 la marca Wala para iniciar su expansión por Cataluña en el sector de la moda deportiva. Durante este tiempo ha invertido más de dos millones de euros para construir su marca. En 2019 aumentó su cartera de marcas propias con la creación de Exklusif, que se sumó a su otra marca, Batti.

El deporte ha sido uno de los pocos sectores que ha continuado apostando por el retail pese a la pandemia. Compañías internacionales como JD Sports, Foot Locker o Sports Direct están inmersos en una intensa estrategia de expansión en el mercado español.