

EQUIPAMIENTO

Puma crece un 19,2% en el primer trimestre y dispara su beneficio hasta 109 millones

El grupo de moda y equipamiento deportivo ha registrado ventas al alza en todas las regiones (con China a la cabeza) y en todas las categorías, especialmente calzado y ropa.

Palco23
28 abr 2021 - 10:38



Puma mantiene el ritmo de los gigantes del deporte. El grupo alemán de moda y equipamiento deportivo ha cerrado el primer trimestre del ejercicio con un crecimiento de más del 19%, con alzas en todas las regiones y categorías. La empresa ha logrado disparar su resultado neto en el periodo, hasta 109 millones de euros, a pesar de las medidas restrictivas derivadas del Covid-19 que se han sucedido a lo largo del mundo en los tres primeros meses de 2021.

Las ventas de la compañía a cierre del primer trimestre se situaron en 1.548 millones de euros, un crecimiento del 19,2% respecto a los tres primeros meses de 2020, cuando el coronavirus había llegado ya a China y comenzaba a hacerlo a Europa.

En el primer trimestre de 2021, Puma elevó sus ventas en todas las regiones, con América a la cabeza, donde el grupo registró un crecimiento del 38,5%. En Asia-Pacífico, la empresa creció un 28,8% (impulsada por China), mientras en Europa el incremento se situó en el 14%.

Por categorías, el aumento de ventas en el primer trimestre estuvo impulsado por calzado (con un incremento del 27%) y ropa (con un 27,7% de crecimiento), mientras la categoría de accesorios de Puma aumentó su negocio un 19,4% gracias al golf.

Puma ha disparado un 74,9% sus ventas en el canal online en el primer trimestre

El ecommerce cerró el primer trimestre como el canal de mayor crecimiento del grupo, con un alza de ventas del 74,9%. En *wholesale*, por su parte, Puma registró un incremento de ventas del 24,3%, hasta 1.202 millones de euros, mientras el negocio *direct-to-consumer* (que incluye ecommerce y otros canales propios) creció un 74,9%, hasta 346,8 millones de euros.

Puma cerró el primer trimestre con un resultado neto 109,2 millones de euros, frente a los 36,2 millones de euros del mismo periodo de 2020, mientras el resultado operativo pasó de 71,2 millones en 2020 a 154,3 millones en 2021 “gracias al fuerte aumento de ventas, un margen bruto superior y control del opex”. A cierre el primer trimestre, el margen operativo aumentó en noventa puntos básicos, hasta el 48,5%.

“Como estaba previsto, el primer trimestre ha sido bueno para Puma”, ha señalado la empresa, “a pesar de muchas restricciones por el Covid-19 y problemas con la cadena de suministro debido a retrasos de contenedores y congestiones en los puertos”.

“A pesar de la incertidumbre sobre la duración y el impacto de la pandemia, incidencias continuadas en la capacidad y aumento de costes en el transporte y una tensa situación política entre regiones clave podrían tener un impacto negativo en nuestra industria, nos sentimos confiados de que 2021 será mejor que 2020”, ha explicado la compañía.