

## EQUIPAMIENTO

# Puma encoge ventas sólo un 5% en el año de la pandemia

La compañía alemana de moda y equipamiento deportivo facturó 5.234 millones de euros en el ejercicio. En el cuarto trimestre, la empresa elevó sus ingresos un 3%.

Palco23  
24 feb 2021 - 11:32



Puma aguanta el tipo en el año de la pandemia. La compañía alemana de moda y equipamiento deportivo contrajo su cifra de negocio sólo un 4,9% en el ejercicio 2020, finalizado el 31 de diciembre. La empresa registró una buena evolución de ventas en el cuarto trimestre, elevando los ingresos un 2,8%.

El deporte fue uno de los sectores que mejor resistió en 2020. Nike, uno de los principales rivales para Puma, finalizó el segundo trimestre de su ejercicio con un incremento de ventas del 9%; mientras, Adidas encogió ventas un 7% en el tercer trimestre de su año fiscal.

Puma facturó 5.234 millones de euros en el ejercicio, frente a los 5.502 millones de euros de 2019. El resultado neto, por su parte, se situó en negro, hasta 79 millones de euros, frente a los 262 millones de euros registrados el año anterior.

En los últimos tres meses del año, Puma mostró una buena evolución de las ventas, y elevó sus ingresos hasta 1.520 millones de euros

, respecto a los 1.479 millones de euros registrados en el mismo periodo del año anterior. “Estos resultados, junto con el crecimiento experimentado en el tercer trimestre, muestran la fortaleza tanto de Puma como de la industria del deporte, y me hacen encarar el futuro de forma positiva”, ha señalado Bjørn Gulden, consejero delegado de la compañía.

## **Puma experimentó un crecimiento en ventas tanto en el tercer trimestre como en el cuarto trimestre de 2020**

Por mercados, Europa, Oriente Próximo y África, el más importante para Puma por volumen de negocio, registró un incremento de ventas del 1,5% en el ejercicio, hasta 1.983 millones de euros. La región fue la única que experimentó una evolución positiva en el conjunto del año, pese al cierre de tiendas y las restricciones de movilidad decretados en varios países para contener el avance del coronavirus.

En América, el segundo mayor mercado para la compañía, los ingresos se contrajeron un 3%, hasta 1.775 millones de euros. A partir del tercer trimestre, el negocio en la región empezó a registrar una buena evolución, especialmente gracias a la reapertura de algunas tiendas. Asia Pacífico registró una caída ligeramente superior, del 3,2%, hasta 1.476 millones de euros. China continental fue el país que mejor evolucionó en la región, lo que ayudó a amortiguar la contracción.

Por categorías, la moda reculó sólo un 1,5%, hasta 1.974 millones de euros, mientras el calzado, que sigue copando gran parte de las ventas, fue el más penalizado, registrando una caída del 3,1%, hasta 2.368 millones de euros. Los accesorios fueron los únicos que mostraron un incremento de facturación, del 3,5%, hasta 893 millones de euros.

Por canales, el *wholesale*, que representa gran parte de los ingresos de Puma, retrocedió un 4%, hasta 3.810 millones de euros, mientras en el *direct to consumer*, que incluye las tiendas propias de la compañía, además del e-commerce, la cifra de negocio incrementó un 6,4%, hasta 1.424 millones de euros.

## **Puma se encuentra inmersa en un plan estratégico para reforzar algunas de sus áreas, como la logística o la de distribución**

Pese al contexto de la pandemia, la compañía continuó implementando su plan estratégico para reforzar su capacidad logística y de distribución, poniendo también el foco en afianzar su presencia en mercados clave, como India. En los últimos meses del año, además, Puma firmó acuerdos de patrocinio con el futbolista Neymar Jr. o con la cantante estadounidense Dua Lipa.

“La pandemia todavía está aquí e impacta a nuestro negocio”, ha advertido Gulden. El ejecutivo ha explicado que Puma prevé seguir experimentando un impacto negativo de la crisis tanto en el primer como en el segundo trimestre, aunque “esperamos ver una mejora a partir de la segunda mitad del año”.

Para este año, Puma prevé experimentar un crecimiento moderado. En la actualidad, aproximadamente el 50% de las tiendas de Puma en Europa permanecen cerradas a raíz de las restricciones impuestas en varios países.