

EQUIPAMIENTO

Puma recupera en el tercer trimestre: eleva ventas y beneficio tras la reapertura

El grupo alemán ha finalizado los nueve primeros meses del año con una cifra de negocio de 3.714 millones de euros, mientras su beneficio se ha situado en 244,6 millones de euros.

Palco23
28 oct 2020 - 13:08



Puma comienza a recuperar el ritmo. Como está sucediendo con el grueso de operadores de equipamiento deportivo, el grupo alemán cierra el tercer trimestre de 2020 con datos positivos tras el duro impacto del Covid-19 en la primera mitad del año. Puma ha finalizado los nueve primeros meses del año a la baja, si bien en el tercer trimestre sus ventas han vuelto a crecer, con un aumento del 7,2%.

En los nueve primeros meses del ejercicio (finalizados el pasado septiembre), Puma ha registrado un resultado neto de 54,2 millones de euros, lo que representa un desplome del 77,8% respecto a los 244,6 millones de euros de los nueve primeros meses de 2019.

En el tercer trimestre, en cambio, la empresa ha ganado 113,6 millones de euros, un 13% más que en el mismo periodo del año pasado. Del mismo modo, el resultado

operativo ha evolucionado al alza en el tercer trimestre, mientras en el acumulado hasta septiembre se ha encogido un 62%.

“El tercer trimestre ha evolucionado mucho mejor de lo que esperaba -ha señalado Bjorn Gulden, consejero delegado de Puma-; las tiendas reabrieron, los eventos deportivos se retomaron, la confianza del consumidor mejoró y nuevas ventas se elevaron semana a semana”.

La empresa ha seguido adelante con las medidas de ahorro de costes implementadas a finales del primer trimestre, que se mantuvieron en el segundo trimestre y que han resultado en una reducción del 3,3%, hasta 559,6 millones de euros, en sus gastos operativos (opex).

Puma vuelve a crecer en el tercer trimestre en Europa y América, pero sigue débil en Asia

La compañía, que en los últimos tres meses ha arrebatado a Nike el patrocinio del futbolista Neymar (en un acuerdo que ha sido calificado de récord), ha finalizado los nueve primeros meses del año con una cifra de negocio de 3.714 millones de euros, lo que representa un retroceso del 7,7% respecto al mismo periodo del año pasado.

En el tercer trimestre, en cambio, las ventas se han situado al alza. Puma ha cerrado el periodo con unos ingresos de 1.583 millones de euros, con un incremento del 7,2% respecto a los 1.477 millones de euros del mismo periodo del año pasado.

Mientras en el acumulado de los nueve primeros meses Puma ha encogido su negocio en todas las regiones del mundo (con Europa como el territorio en que menos cae), en el tercer trimestre el grupo ha recuperado el ritmo en el Emea (Europa, Oriente Medio y África), con un aumento del 14,1%, y en América, con un alza del 9,7%, mientras en Asia Pacífico ha reducido sus ventas un 6,1%.

A diferencia de sus competidores, el calzado no es la categoría que más crece en el conjunto del negocio del grupo. Tanto en los nueve primeros meses como en el tercer trimestre, los accesorios son la categoría que mejor comportamiento registra, con un aumento del 18,6% en el último trimestre. De todos modos, las ventas totales de accesorios (654,6 millones entre enero y septiembre) se sitúan lejos de las de calzado (1.726 millones) y ropa (1.333 millones).