

## EQUIPAMIENTO

# Under Armour acelera en el segundo trimestre y ya rebasa ventas y beneficios de 2019

El grupo estadounidense ha cerrado el primer semestre con unas ventas de 2.608,73 millones de dólares y un beneficio neto de 136,96 millones de dólares, gracias a la buena marcha en todas las geografías en que opera.

Palco23  
3 ago 2021 - 16:50



Under Armour mantiene la senda alcista del deporte y de los grupos estadounidenses. La compañía, especializada en diseño, fabricación y distribución de equipamiento deportivo, ha cerrado el primer semestre del ejercicio en curso rebasando las cifras de 2019, tanto en ventas como en beneficio. Como consecuencia, la empresa de Baltimore ha vuelto a elevar sus previsiones anuales.

El grupo ha finalizado los seis primeros meses del ejercicio en curso (periodo cerrado el pasado 30 de junio) con unas ventas de 2.608,73 millones de dólares, lo que supone un incremento del 59% respecto a la cifra registrada en el mismo periodo de 2020 y se

sitúa por encima de los 2.396,4 millones de dólares de la primera mitad de 2019.

El resultado neto de la compañía se situó a cierre del primer semestre en 136,96 millones de dólares, que contrasta con los 772,58 millones de dólares que perdió en la primera mitad del ejercicio 2020 y con los sólo 5,1 millones de dólares que ganó en el mismo periodo de 2019.

En el segundo trimestre del ejercicio en curso, las ventas de Under Armour se situaron en 1.351 millones de dólares, casi el doble que un año antes. En el primer trimestre, el grupo había elevado su facturación un 35,2%.

## Las ventas de Under Armour en el segundo trimestre casi duplicaron las del mismo periodo de 2020

Por categorías, en el primer semestre la que mejor comportamiento ha anotado ha sido la de accesorios, con un alza del 84,8%, si bien es la que tiene un menor peso, con unas ventas de sólo 228,89 millones de dólares. En ropa y calzado, el aumento de ventas registrado por Under Armour ha sido del 64,5% y el 65,1%, hasta 1.684 millones de dólares y 651,69 millones de dólares, respectivamente.

Asia-Pacífico ha sido la región donde las ventas de Under Armour han experimentado una mejor evolución, con un alza del 83,9% en el primer semestre, hasta 402,59 millones de dólares. En Europa, Oriente Medio y África (Emea), el grupo ha registrado un crecimiento del 76,7%, hasta 401,11 millones de dólares; en Norteamérica ha elevado sus ventas un 61,6%, hasta 1,711 millones de dólares, y en Latinoamérica un 47,6%, hasta 94,82 millones de dólares.

En abril del año pasado, Under Armour anunció la introducción de un plan de reestructuración para reducir costes y elevar su rentabilidad. Las previsiones iniciales pasaban por unos costes derivados del plan de entre 550 millones y 600 millones de dólares, de los cuales 483 millones ya han sido ejecutados. La empresa prevé sumar entre 40 millones y 50 millones de dólares más en el tercer trimestre.