

EQUIPAMIENTO

Under Armour contiene la caída de ventas y regresa a beneficios en el tercer trimestre

En el acumulado del ejercicio, la empresa se mantiene en números rojos y con ventas a la baja. Mientras en Estados Unidos el negocio sigue sufriendo, en Europa y Asia se recupera.

Palco23
30 oct 2020 - 12:54



Under Armour empieza a recuperar en el tercer trimestre. El grupo estadounidense de equipamiento deportivo ha finalizado los tres meses de la reapertura tras el Covid-19 conteniendo la caída de sus ventas y recuperando los números negros. En el acumulado del año, en cambio, la empresa sigue arrojando pérdidas.

La compañía ha cerrado el tercer trimestre del ejercicio (finalizado el pasado 30 de septiembre) con unos ingresos de 1.433 millones de dólares, con un leve aumento respecto a los 1.429 millones de dólares del mismo periodo de 2019.

Under Armour, que ha anunciado la venta de su *app* MyFitnessPal, ha logrado regresar

a números negros en el tercer trimestre, registrando un resultado neto de 38,95 millones de dólares, frente a las pérdidas del segundo trimestre. En el tercer trimestre de 2019, el grupo ganó 102,31 millones de dólares.

Under Armour ha finalizado el tercer trimestre con un beneficio de 38,95 millones de euros

En el acumulado del ejercicio, sin embargo, la compañía sigue arrastrando los efectos de la pandemia. Las ventas entre enero y septiembre se sitúan en 3.070 millones de dólares, frente a los 3.825 millones de dólares de doce meses antes. El resultado neto, por su parte, se mantiene en negativo, con pérdidas de 733 millones de dólares), mientras en los nueve primeros meses de 2019 la compañía ganó 107 millones de dólares.

El margen bruto de la compañía ha retrocedido en cuarenta puntos básicos (hasta el 47,9%) respecto al tercer trimestre de 2019. El descenso es consecuencia, según la empresa, de los descuentos relacionados con el Covid-19 y del impacto en el *mix* de producto de los problemas de aprovisionamiento.

Por líneas de negocio, el calzado es la que más crece en el tercer trimestre, mientras la ropa se mantiene a la baja. En su mercado local, Norteamérica, la compañía ha registrado una caída de las ventas del 5,3%, compensado por el alza del 30% registrada en Europa, Oriente Medio y África y del 15% de Asia. En Latinoamérica, en cambio, el grupo ha encogido sus ventas un 15%.