PALCO23

EQUIPAMIENTO

# Under Armour da ‘gas’ a su negocio en España con una inyección de 2,8 millones tras triplicar ingresos en 2018

La multinacional estadounidense realizó una aportación a fondos propios de su filial en el país para dotarla de liquidez, tras recortar pérdidas y situar su facturación en 8,8 millones de euros.




Álvaro Carretero
6 feb 2020 - 05:00



https://www.palco23.com/equipamiento/under-armour-da-gas-a-su-negocio-en-espana-con-una-inyeccion-de-28-millones-tras-triplicar-ingresos-en-2018

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.



Under Armour quiere que España deje de suponer sólo un 1% de sus ventas en Europa y que se convierta en uno de los motores de su negocio a este lado del Atlántico. La multinacional estadounidense decidió tomar directamente las riendas del negocio en la Península Ibérica a finales de 2016, y los resultados están empezando a producirse. La facturación de su filial en el país se triplicó en 2018, hasta 8,8 millones de euros, y a mediados de 2019 se decidió dar aún más ***gas*** al proyecto con una inyección de 2,8 millones de euros, según ha podido saber *Palco23*.

Los resultados obtenidos en 2018 son especialmente significativos, pues es el primer año en el que Under Armour operó su negocio a pleno rendimiento, después de un 2017 dedicado a construir su estructura organizativa y su red de distribución. Muestra de ello es que la plantilla pasó de 17 a 47 personas entre 2017 y 2018, un periodo en el que las pérdidas se lograron reducir a la mitad, hasta 99.289 euros.

La positiva evolución del negocio en España explicaría el renovado apoyo financiero de la matriz, que no ha dejado de aportar recursos económicos para ser más competitiva en este mercado. Según las cuentas anuales de Under Armour Spain, a cierre del penúltimo ejercicio contaba con un préstamo a largo de 2,3 millones de euros que "corresponde al socio único, con fecha de vencimiento del 1 de mayo de 2023".



El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

## Under Armour ha realizado una inyección de 2,82 millones de euros a la filial española para impulsar su negocio

Al margen de este préstamo, la filial también mantenía una cuenta corriente conjunta con la sociedad que gestiona todo el negocio de Europa por 2,82 millones de euros, que ahora han pasado a ser exclusivamente de la sociedad española. Para ello, en junio de 2019 se adoptó “una aportación a los fondos propios, realizando una conversión de la cuenta corriente que ostentaba la sociedad en favor del socio único sin realizar un aumento del capital social”.

Se trata de un paso más en la estrategia de Under Armour por impulsar su negocio en España, un país al que ya en 2017 consideraba “prioritario” en sus planes en Europa. La ofensiva comenzó a finales de 2016, cuando decidió dar un giro completo a su presencia en la Península Ibérica y hacerse cargo directamente de su negocio, como hicieron otras marcas deportivas en los años anteriores.

En noviembre de ese año, la multinacional fundada por Kevin Plank optó por no renovar con su distribuidor exclusivo en la Península Ibérica, Alnisa Sport, un proceso que se dilató más de lo previsto y por el que tuvo que indemnizarle con cinco millones de euros. Esta situación no sólo lastró su desempeño económico, sino que también afectó directamente a toda su logística: durante algunos meses las tiendas que vendían los artículos de la marca dejaron de recibir sus productos.

## A finales de 2016 Under Armour optó por hacerse cargo de su negocio en España, hasta entonces en manos de Alnisa



https://www.palco23.com/equipamiento/under-armour-da-gas-a-su-negocio-en-espana-con-una-inyeccion-de-28-millones-tras-triplicar-ingresos-en-2018

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Tras solventar el escollo de su distribuidor en España, la filial ibérica comenzó a operar en enero de 2017. Para ello se instaló en Barcelona y situó al frente de su negocio a Jens Ullbrich, a quien ficharon procedente de Reebok para sentar las bases del nuevo proyecto. Un año más tarde, se decidió que parte de las decisiones estratégicas se tomaran desde la matriz, mientras que desde la capital catalana se definiera la estrategia en el canal mayorista.

Entre estas decisiones se encontraban algunas como el número de productos para una compra mínima o los operadores con los que se trabajará. Esta decisión no era sino un paso más para centralizar las operaciones y asegurar un posicionamiento unitario de la marca, que hasta entonces había dependido de distribuidores locales como Alnisa.

Se trató de un hecho clave en la evolución de Under Armour en Europa, especialmente en un año en el que se dio el impulso definitivo a su negocio internacional. Por primera vez, el grupo desglosó la facturación que aportaba cada zona geográfica, ya que hasta 2018 sólo estaba recogida la de Estados Unidos y el resto del mundo. “Nuestro mayor reto en Europa y, sobre todo, en España, es el reconocimiento de marca, que nos conozcan”, se marcaba entonces como objetivo Fabian Sautier, director de márketing de Under Armour en Europa.

> **España apenas representa el 0,7% de las ventas de Under Armour en Europa, que ascendieron a 1.150 millones de euros en 2018**

España aún está lejos de ser uno de los principales mercados en el Viejo Continente, pues en 2018 apenas aportó un 0,8% de los 1.150 millones de euros que facturó la marca en Europa. En conjunto, este territorio sólo supone el 11,5% de las ventas totales de Under Armour, que a cierre de los nueve primeros meses de 2019 se situaron en 3.825,9 millones de dólares (3.426 millones de euros), un crecimiento del 0,5% respecto al año anterior.

Esta escasa relevancia que aún tiene el mercado español en la estrategia global también se ve reflejada en su red de tiendas. Actualmente, Under Armour sólo cuenta con cuatro establecimientos monomarca en la Península Ibérica, todos ellos en formato *outlet*. Dos se ubican en Madrid (Las Rozas y San Sebastián de los Reyes), otro en Barcelona y el último en Palma de Mallorca.

El resto de su distribución se concentra en los multimarca y en *corners* instalados en El





El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Corte Inglés, donde ha logrado ganar presencia en algunos de sus principales centros, como el de Portal del l'Àngel (Barcelona), Pintor Sorolla (Valencia) y Puerto Banús (Marbella). Aunque inicialmente se planteó la idea de dar el salto a las calles con una tienda propia *full price*, por ahora este proyecto nunca ha salido adelante.

Es una tendencia que también se reproduce en los principales países europeos, como Francia, Alemania y Reino Unido, donde Under Armour tampoco ha apostado por la apertura de tiendas propias. Donde sí ha realizado un mayor desembarco ha sido en las principales ciudades de Europa central y del este, donde se concentran 22 de sus 25 establecimientos en el Viejo Continente.



https://www.palco23.com/equipamiento/under-armour-da-gas-a-su-negocio-en-espana-con-una-inyeccion-de-28-millones-tras-triplicar-ingresos-en-2018

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.