PALCO23

EQUIPAMIENTO

Under Armour deshace posiciones en Argentina y busca un distribuidor local

La compañía estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha salido del país latinoamericano como parte de su plan de reestructuración a escala mundial.

Palco23
20 abr 2021 - 12:18



Under Armour hace las maletas y se va de Argentina. La compañía estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha deshecho posiciones y ha salido del país, según *El Cronista Comercial*. Ahora, la empresa se encuentra en búsqueda de un distribuidor local para continuar operando en el mercado argentino.

El grupo se encuentra inmerso, desde hace años, en un profundo plan de reestructuración a escala mundial, y la salida de Argentina, país en el que comenzó a operar de forma directa en 2017, se enmarca en esta estrategia. Hace dos años, Under Armour ya abandonó Brasil y, en noviembre del año pasado, también se replegó en Chile.

Hasta 2017, el grupo operaba en Argentina de la mano de Vieytes, un grupo local que tenía la licencia. Pese a que ahora Under Armour quiere volver a esta fórmula de distribución, no lo hará de la mano del mismo ***partner***, según el rotativo argentino.

https://www.palco23.com/equipamiento/under-armour-deshace-posiciones-en-argentina-y-busca-un-distribuidor-local

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.

Hasta el momento, además, la compañía patrocinaba al equipo de fútbol Rosario Central. El contrato debía extenderse hasta diciembre de este año, pero la salida de la marca del país ha propiciado que el club deportivo haya empezado a buscar nuevos sponsors para su reemplazo.

En 2019, Under Armour abrió su primera tienda propia en Argentina en el centro comercial Unicenter. Los planes de expansión del grupo por el país incluían la apertura de diez establecimientos más en los dos próximos años, algo que la empresa no ha podido llevar a cabo.

> **Under Armour se encuentra inmerso en un profundo plan de reestructuración desde hace años**

La salida de Under Armour se suma a una lista en crecimiento de empresas que están deshaciendo posiciones en Argentina, como es el caso de Falabella, Petrobras o Pierre Fabre, entre otras. Además, Nike, que se encuentra en pleno proceso de reconversión de su negocio a escala internacional, debía vender su licencia en el país al grupo mexicano Axo, pero el estallido de la pandemia truncó la negociación y la operación no se llevó a cabo.

Under Armour empezó a gestar su plan de reducción de costes en 2017, tras registrar unas pérdidas de 48,2 millones de dólares a cierre del ejercicio. Ese año, la empresa puso en marcha un plan para corregir sus cuentas, que incluía el cierre de algunos establecimientos e instalaciones de la compañía. Una mala gestión del inventario, inversiones y deuda y apuesta por deportes poco rentables fueron, según los analistas, los errores del grupo.

Este plan estratégico también ha llevado a la empresa a recortar su gasto en patrocinios y a deshacer posiciones en los deportes minoritarios, como el fútbol universitario, la liga nacional de fútbol (NFL) o la Premier League, entre otras competiciones.

El golpe de la pandemia

La compañía cerró el ejercicio de la pandemia con una caída de la cifra de negocio del 15%, hasta 4.477 millones de dólares. El resultado neto, por su parte, fue negativo, de 549 millones de dólares, frente al beneficio de 92 millones de dólares alcanzado en 2019. Por el contrario, sus principales competidores en el sector, Nike y Adidas,

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.

aguantaron mejor el embate del Covid-19.

Mientras Adidas salvó el ejercicio 2020 con una caída de sólo el 16%, hasta 19.844 millones de euros; Nike, a falta de que comunique los resultados de su año fiscal completo, experimentó un crecimiento del 3% en el tercer trimestre (de diciembre a febrero) hasta 10.357 millones de dólares.

https://www.palco23.com/equipamiento/under-armour-deshace-posiciones-en-argentina-y-busca-un-distribuidor-local

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.