

Under Armour irrumpe entre las firmas de 'retail' mejor valoradas

Palco23
20 jun 2016 - 11:35

El año de Under Armour. La compañía de artículos deportivos aumentó su facturación un 28,5% el pasado ejercicio, llegando hasta los 3.963 millones de dólares (3.645 millones de euros) y ya está entre las diez firmas de *retail* mejor valoradas, según un informe de la consultora Millward Brown.

La compañía ha entrado en la lista superando a Adidas al alcanzar un valor de 6.698 millones de dólares, respecto a los 5.257 millones de dólares de la firma alemana. Y es que la compañía fundada por Kevin Plank ha conseguido esta posición no solamente gracias a su facturación sino a su presencia mediática con jugadores como Stephen Curry y a su innovación tecnológica, como demuestra su apuesta por el *kit* UA Record.

Con esta nueva incorporación entre las compañías del sector más valiosas del mundo son cuatro las empresas vinculadas al mundo del deporte que aparecen ya en el *ranking*. Además, este año también aparece la firma de yoga Lululemon, que en los últimos meses ha estado entre las marcas más deseadas para hacerse con ella por Under Armour y Nike, con un valor de 3.047 millones de dólares.

Según explica Kantar, el grupo propietario de Millward Brown, estos hitos "reflejan el interés de los consumidores en la salud y la forma física y la fuerza de las prendas deportivas y de ocio como una tendencia mundial dentro del universo de la moda conducida sobre todo por la generación *millennial*".

Pero el rey de la moda sigue siendo Nike, que vuelve a liderar el *ranking* al conseguir un valor de marca de 37.472 millones de dólares, un 24% más que el ejercicio anterior. Algunas de los factores que han hecho posibles este récord son la fabricación 3-D, la personalización con NikeiD y la firma del contrato con la NBA, que entrará en vigor en 2017.

Por su parte, el leve crecimiento de Adidas se debe al dominio de la marca alemana en el mundo del fútbol y la apuesta de la compañía por este deporte en China, donde espera abrir 3.000 tiendas más hasta 2020 y llegar a la cifra de 12.000 puntos de venta en el gigante asiático. El resto de compañías que aparecen en la lista son Zara, H&M, Uniqlo, Victoria's Secret, Next y Ralph Lauren por este orden.

Cabe recordar que, según el informe "las marcas de ropa han realizado durante este año más innovación digital en el proceso de fabricación y también en sus tareas de marketing, por ejemplo vendiendo directamente a sus consumidores a través de sus sitios web o *branded stores* en un intento de aumentar la participación del cliente, obtener más datos de los clientes y aumentar los márgenes de beneficio".