

## EQUIPAMIENTO

# Under Armour multiplica por diez sus pérdidas por su plan de reestructuración

El grupo estadounidense asegura que ha detectado nuevas iniciativas para mejorar su rentabilidad, tras aumentar sus ventas un 6,7% en el primer semestre, hasta 2.360,2 millones de dólares. Las pérdidas fueron de 125,79 millones de dólares, tras aprobar ajustes por 210 millones de dólares.

Palco23  
26 jul 2018 - 15:41

Under Armour multiplica por diez sus pérdidas por su plan de reestructuración

Under Armour continúa con un plan de *entrenamiento* que le devuelva a la rentabilidad. El fabricante estadounidense de artículos deportivos ha anunciado un plan de reestructuración mayor del previsto para corregir su tendencia negativa de los últimos meses, y que en parte explica que el primer semestre se cerrara con unas pérdidas de 125,79 millones de dólares (107,5 millones de euros), diez veces más que en el mismo periodo de 2017. Ello, pese a que las ventas subieron un 6,7%, hasta 2.360,2 millones de dólares.

El grupo explica que ha “identificado mayores oportunidades” por las que el consejo ha decidido implantar “iniciativas adicionales de reestructuración”, que supondrá aumentar los costes de este plan a una horquilla de entre 190 millones y 210 millones de dólares (162 millones y 179,5 millones de euros). Inicialmente, se contemplaron gastos asociados a este plan de choque por entre 110 millones y 130 millones de dólares.

Por un lado, estima que deberá abonar 155 millones de dólares en efectivo (132,5 millones de euros), entre 75 millones para cancelar contratos de arrendamiento de instalaciones y de *leasing*, y otros 80 millones de dólares por finalización anticipada de otros contratos. A ello se le suman deterioros de hasta 20 millones de dólares en inventario y hasta 35 millones de dólares por la depreciación de otros activos.

## Under Armour aún depende en un 77% de Estados

## Unidos, donde creció un 0,6% y facturó 1.710,93 millones de dólares

El presidente y fundador, Kevin Plank, ha explicado que “durante la primera mitad de 2018 estamos avanzando en nuestra transformación hacia una empresa más excelente operativamente, mientras amplificamos el poder de la marca Under Armour”. Sólo en el segundo trimestre ya se cargaron 84 millones de dólares (71,8 millones de euros) asociados a la reorganización del proyecto, que durante varios años estuvo creciendo a un ritmo del 20% cada trimestre.

“Las continuas mejoras en nuestra estructura, sistemas y proceso de comercialización en todo nuestro negocio global nos posicionan mejor para impulsar un camino más consistente y predecible para nuestros consumidores, clientes y accionistas a largo plazo”, ha señalado la compañía, cuyo negocio aún depende en un 77% de Estados Unidos. En este mercado, las ventas sólo crecieron un 0,6%, hasta 1.710,93 millones de dólares (1.462,6 millones de euros).

Se trata de un avance muy moderado en comparación con los mercados internacionales, donde crece a un ritmo de doble dígito. De ahí que su red de tiendas en el gigante norteamericano se haya reducido entre junio de 2017 y el mismo mes de 2018, pasando de 179 a 176 establecimientos. Por el contrario, en el extranjero ha pasado de 89 a 126 puntos de venta.

## La compañía ha pasado de 176 a 179 tiendas en EEUU y de 89 a 126 puntos de venta en el resto del mundo en un año

En la región de Emea (Europa, Oriente Medio y África), la facturación subió un 27,1%, hasta 262,83 millones de dólares (224,7 millones de euros), mientras que en Asia-Pacífico se disparó un 34,5% y alcanzó los 241,26 millones de dólares (206,2 millones de euros); en Latinoamérica mejoró un 14,1%, hasta 87,27 millones de dólares en ingresos (74,6 millones de euros). Por último, su división de *fitness* conectado facturó un 22,3% más, hasta 57,94 millones de dólares (49,5 millones de euros).

En cuanto a las líneas de producto, la más importante continúa siendo la de prendas técnicas, que generaron 1.513,57 millones de dólares (1.293,8 millones de euros), un 8,4% más.

La venta de calzado subió un 7,2%, hasta 543,15 millones de dólares (464,3 millones de euros), que contrasta con el retroceso del 6,4% en accesorios, que generaron 198,07 millones de dólares (169,3 millones de euros). Los ingresos por licencia de producto empeoraron un 3,7% y se situaron en 47,51 millones de dólares (40,61 millones de euros).

Under Armour espera que los ingresos netos aumenten aproximadamente entre un 3% y un 4% para todo 2018, que atribuye a un previsible declive de los ingresos en Norteamérica “y un crecimiento internacional de más del 25 por ciento”. Las pérdidas operativas se situarán entre 50 millones y 60 millones de dólares, que la compañía asegura que se traducirían en beneficios de no ser por el plan de reestructuración.