

## EQUIPAMIENTO

# Under Armour roza los 5.000 millones en ingresos pese a cerrar 2018 con pérdidas

La multinacional estadounidense cerró el año con un crecimiento del 4%, mientras que sus números rojos se situaron en 46,3 millones de dólares.

Palco23  
12 feb 2019 - 13:52

La multinacional estadounidense cerró el año con un crecimiento del 4%, mientras que s

Under Armour crece, pero sigue en pérdidas. La empresa norteamericana cerró el año 2018 con una facturación de 5.200 millones de dólares (cerca de 5.000 millones de euros), un 4% más que en 2017. Sin embargo, cerró el curso con pérdidas, alcanzando los 46,3 millones de dólares (41 millones de euros), aunque consiguen disminuirlas en 2 millones de dólares.

Las ventas en Norteamérica cayeron un 2% hasta los 3.700 millones de dólares (3.270 millones de euros), mientras que la facturación en el resto de mercados internacionales, Europa, Oriente Medio y África (Emea), creció un 23%, alcanzando los 1.300 millones de dólares (1.150 millones de euros), lo que representa un 26% del total de sus beneficios. Under Armour aumentó sus ventas un 29% en Asia y la zona del Pacífico hasta los 58,8 millones de dólares (52 millones de euros), su mayor crecimiento hasta la fecha y un 5% en Latinoamérica, situándose en 16,8 millones de euros.

El principal motor de la empresa sigue siendo el textil y el equipamiento, categoría por la que ingresaron 3.500 millones de dólares (3.100 millones de euros) en 2018, un 5% más en relación al año anterior. El calzado se situó en 1.100 millones de dólares (algo menos de 1.000 millones de euros), un 2% más, mientras que los accesorios decrecieron un 5% hasta los 422 millones de dólares (373 millones de euros).

Under Armour ya había revisado sus previsiones para este ejercicio fiscal, previendo una caída del negocio en América del Norte, aun siendo el principal mercado de la compañía. Este año, además, la empresa había realizado un importante ajuste de personal en distintos países.

El presidente y consejero delegado de Under Armour, Kevin Plank, ha detallado que

---

# PALCO23

---

“nuestros resultados de 2018 demuestran un progreso significativo en nuestro plan de transformación multianual previsto este año para convertirnos en una compañía más operativa”. “En 2019 apostaremos por la innovación y una mayor apuesta centrada en el consumidor que nos acerque a ellos, así como a nuestros atletas y proveedores”, ha explicado Plank.