Empresa

Rip Curl deja atrás los números rojos y gana un 60% más en 2013

Modaes
8 oct 2014 - 10:48

Rip Curl encuentra su camino de vuelta a la rentabilidad. La compañía australiana, especializada en equipamiento deportivo para disciplinas como el surf, ha concluido el ejercicio 2013 (finalizado el pasado junio) con un incremento del 63% en su beneficio neto, hasta 22,9 millones de dólares australianos (15,92 millones de euros). En el ejercicio precedente, la empresa registró unas pérdidas de 12 millones de dólares australianos (8,34 millones de euros).

Tras dos años de reestructuración, en los que **Rip Curl** ha reducido drásticamente sus costes y ha adelgazado su red de distribución, la compañía ha conseguido recuperar el ritmo y anotar unas ventas de 429,6 millones de dólares australianos (298,73 millones de euros). Para el actual ejercicio, la empresa tiene previsto elevar un 35% su beneficio neto.

Rip Curl inició en 2012 un proceso de venta que abandonó poco después por el deterioro de las condiciones del mercado, que progresivamente hizo empeorar la cuenta de resultados de la compañía.

Entonces, la empresa, que sigue controlada en más de un 70% por **Brian Singer** y **Doug Warbrick**, fundadores de **Rip Curl**, decidió llevar a cabo un cambio de estrategia y volver a apostar por una oferta más técnica de productos y eliminar las menos rentables.

El objetivo era mejorar la penetración de **Rip Curl** entre los consumidores con más experiencia en deportes como el esquí, el surf o el *skate*, y devolver a la marca a la lucha con sus principales rivales: **Billabong** y **Quiksilver**.