

# Modaes

Empresa

## Wolverine aumenta ingresos un 16% en el primer trimestre y prevé crecer un 28% en 2021

La compañía estadounidense de calzado, propietaria de Saucony y Merrell, entre otras marcas, ha cerrado el periodo con unas ventas de 510,7 millones de dólares.

Modaes  
12 may 2021 - 18:08



Wolverine vuelve a ver la luz al final del túnel. La compañía estadounidense de calzado, propietaria de marcas como Saucony o Merrell, **ha cerrado el primer trimestre del ejercicio 2021 (finalizado el pasado 3 de abril) elevando su cifra de negocio un 16,3%**. Tras la buena evolución experimentada en el periodo, la empresa ha mejorado sus previsiones para el conjunto del año, en el que espera crecer hasta un 28%.

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/wolverine-aumenta-ingresos-un-16-en-el-primer-trimestre-y-preve-crecer-un-28-en-2021>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.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.

# Modaes

El grupo, con sede en Michigan, **concluyó los tres primeros meses del ejercicio con una facturación de 510,7 millones de dólares**, frente a los 439,3 millones de dólares del año anterior. El resultado neto, por su parte, fue positivo, de 38,4 millones de dólares, frente al beneficio de 12,8 millones de dólares del mismo periodo de 2020.

Wolverine ha explicado que, pese al contexto adverso provocado por la pandemia, pudo hacer frente a ciertos obstáculos en la cadena de suministro que afectaron al sector. El grupo continuó aprovechando el tirón del online y **disparó un 84% las ventas a través de este canal**, algo “muy por encima de nuestras expectativas”, tal como ha remarcado Blake W. Krueger, presidente y consejero delegado de la compañía.

“**Nuestras marcas están bien posicionadas en categorías de productos de tendencia** y orientados al rendimiento, como el *running*, el senderismo y el entrenamiento, y su impulso continúa siendo fuerte”, ha continuado el primer ejecutivo de la compañía, señalando además que “preveemos que el crecimiento seguirá acelerándose en el futuro”.

## **Wolverine se apoyó especialmente en Saucony en el primer trimestre, que disparó ventas un 60%**

Por marcas, **Saucony fue la que evolucionó de forma más favorable: la marca disparó sus ventas un 60% en el primer trimestre**, impulsada por el acelerón de la estrategia digital del grupo y del lanzamiento de nuevos productos. Merrell, por su parte, creció un 25% en el periodo, apoyándose también en el canal online y en el auge de las actividades deportivas, que experimentaron un *boom* a raíz del confinamiento y que se ha extendido hasta la fecha.

Para favorecer este crecimiento, la empresa ha aumentado los niveles básicos de inventario. “**Esperamos estar bien posicionados para perseguir las oportunidades que puedan aparecer más adelante**”, ha apuntado Mike Stornant, director financiero del grupo.

Para el ejercicio 2021, Wolverine prevé registrar un incremento de ventas de entre el 25% y el 28%, hasta **una horquilla de entre 2.240 millones de dólares y 2.300 millones de dólares**. Esto supone, tal como ha subrayado el grupo, un aumento de cincuenta millones de dólares respecto a las previsiones iniciales de febrero, por lo que la

---

# Modaes

---

compañía espera superar los niveles de 2019.

La empresa continúa centrada en el impulso del canal online y persigue **alcanzar una facturación de quinientos millones de dólares a través de su plataforma de ecommerce**, lo que supondrá duplicar los ingresos digitales antes del estallido de la pandemia.