

Modaes

Entorno

El músculo productivo de Puma en Latinoamérica: la compañía concentra el 8,8% de su producción en la región

María Bertero
16 jun 2016 - 00:00

Puma Fábrica
image not found for type unknown

Puma confía casi un 10% de su producción a maquila latinoamericana. La compañía alemana de moda deportiva concentra el 8,8% de su fabricación en países como Brasil, México y El Salvador, además de Argentina que se ubica como el cuarto país que más produce para el grupo alemán.

En Latinoamérica, **Puma** cuenta con un total de catorce centros productivos. Argentina se posiciona como el primer de la región con ocho fábricas dedicadas a la producción de confección, calzado y accesorios. Sin embargo, en los próximos meses, el grupo alemán perderá un proveedor ya que la fábrica **Herzo** cerrará sus puertas el próximo agosto.

Por otro lado, Brasil, México y El Salvador son otros mercados que maquilan para **Puma**. En el territorio brasileño, la compañía cuenta con dos plantas productivas: **Dratosa** y **Tecnotextil**. En El Salvador y en México, Puma cuenta con dos fábricas en cada país, dedicadas a la confección de productos acabados.

Puma distribuye su producción en 23 países, con un total de 159 fábricas

A nivel global, **Puma** cuenta con 159 plantas productivas, que se distribuyen en 23 países. Del total, 133 se encuentran en Asia, ocho en Europa y cuatro en África, además de las catorce fábricas de Latinoamérica.

La lista de proveedores es liderada por China. En el país asiático, el grupo cuenta con

Modaes

un total de 51 fábricas dedicadas a la producción de materia primera, fornituras y productos acabados. Vietnam es el segundo país con mayor cantidad de fábricas que producen para el grupo, con un total de 40 plantas productivas.

Taiwan es el tercer país donde **Puma** concentra la mayor cantidad de fábricas. En el país, la compañía dispone de una decena de centros maquiladores, seguido por Argentina que cuenta con ocho. Bangladesh se encuentra por detrás del país latinoamericano con siete fábricas.

Puma finalizó el primer trimestre de su ejercicio con una facturación de 965,7 millones de dólares

En India e Indonesia, **Puma** cuenta con seis y cinco plantas productoras respectivamente. Ucrania y Turquía son los únicos países europeos en donde la compañía concentra su producción.

Puma, propiedad del conglomerado de lujo **Kering**, ganó un 4% más en el primer trimestre del año, hasta 25,8 millones de euros (29,2 millones de dólares). **Puma** atribuye este crecimiento al buen comportamiento de la marca en mercados como Asia.

La compañía registró una facturación en los tres primeros meses del año de 851,9 millones de euros (965,7 millones de dólares), un 3,7% más que en el mismo periodo del año anterior. Por mercados, la única región en la que la compañía contrajo sus ventas fue Estados Unidos, donde la cifra de negocio de **Puma** decreció un 0,3%, hasta 288,1 millones de euros (327,3 millones de dólares).

En Asia Pacífico, la compañía vio como sus ventas crecían un 9,8%, hasta 209,4 millones de euros (237,3 millones de dólares), mientras que Europa, Oriente Medio y África continúa siendo la principal región del grupo con 354,4 millones de euros (401,7 millones de dólares), un 3,8% más que en el primer trimestre de 2015.