

EQUIPAMIENTO

El dueño de Vans y The North Face duplica su beneficio en 2019 hasta 1.128 millones de euros

VF Corporation, el holding que posee ambas compañías de equipamiento deportivo, experimentó un crecimiento en sus ventas del 12%, hasta 13.800 millones de dólares (12.366 millones) gracias al avance en China y el *outdoor*.

Palco23
22 may 2019 - 14:08



VF Corporation (VF) continúa su ascensión en 2019. El hóliding, propietario de las marcas Vans, Timberland y The North Face, ha crecido un 12%, hasta 13.800 millones de dólares (12.366 millones de euros) en el ejercicio fiscal cerrado en marzo. La compañía duplicó el beneficio neto, hasta 1.259 millones de dólares (1.128 millones de euros).

Aunque el grupo no ofrece la facturación por territorios ni por producto, sí que indica el crecimiento de cada uno. Vans fue la marca con mayor ritmo de crecimiento, con un 24%, que se corresponde con la tendencia al alza de la línea de negocio dedicada al *active*, que por primera vez superó al *outdoor* en volumen de ventas. En 2019 alcanzó

4.721,7 millones de dólares (4.230 millones de euros), un aumento del 16%.

Por otro lado, The North Face, la principal referencia de los artículos dedicados a los deportes al aire libre, creció un 9%, mientras que Timberland estancó sus ventas. La desaceleración de la marca de botas de montaña ha sido la que ha provocado el menor ritmo de crecimiento del *outdoor*, que pese a que experimentó un avance del 9%, perdió terreno y facturó 4.649 millones de dólares (4.166 millones de euros).

Por primera vez, la línea de negocio de marcas de estilo de vida urbano superó al outdoor

La división de vaqueros, donde la marca Lee es la principal referencia, cayó un 4%, hasta 2.586,5 millones de dólares (2.317,8 millones de euros), mientras que la de artículos de trabajo, la que menor volumen de ventas aporta al grupo, fue la que experimentó un mayor avance, hasta 1.342 millones de dólares (1.202 millones de euros), un 39% más.

En cuanto a las diferentes regiones, las ventas en Estados Unidos, su principal mercado, aumentaron un 9%, aunque donde mayor crecimiento se ha producido ha sido en China, con un alza del 17%. Europa fue el territorio que creció a menor ritmo, con un 4%, mientras que en Asia Pacífico VF facturó un 8% más.

Para Steve Rendle, presidente del grupo, “el año 2019 ha sido uno de los más significativos para el proceso de transformación de VF en sus más de 120 años de historia y, de cara a 2020, esperamos aprovechar el momento y reforzar nuestras inversiones a largo plazo”. Para los próximos doce meses, se espera que la facturación del *outdoor* aumente un 5%, mientras que las ventas internacionales experimentarán un alza de entre el 7% y el 9%.

VF Corporation cerró el ejercicio fiscal correspondiente a 2019 con 1.551 tiendas repartidas por todos los continentes, es decir, 68 establecimientos más que el año anterior. Además, en diciembre de 2018 reordenó su cúpula en Europa ante la desaceleración en las ventas y situó a Stefano Caccone como máximo responsable de Vans.