

EQUIPAMIENTO

Lululemon aspira a doblar ingresos en 2020 tras facturar 2.000 millones en 2017

La marca de artículos deportivos cerró su ejercicio fiscal con un crecimiento del 13%, mientras que su beneficio neto se redujo hasta los 208 millones de euros, un 14% menos.

Palco23

28 mar 2018 - 10:06

Lululemon sigue creciendo a doble dígito. La marca de artículos deportivos, que en sus inicios empezó especializada en textil femenino, cerró su ejercicio fiscal de 2017 con una facturación de 2.649,1 millones de dólares (2.132,5 millones de euros), un 13% más que el año anterior. Su beneficio neto cayó un 14,7%, hasta 258,6 millones de dólares (208,2 millones de euros).

El director de operaciones de la compañía, Stuart Haselden, ha señalado en un comunicado a los inversores que "los fuertes resultados de 2018 ayudan a posicionarnos para conseguir el reto que nos hemos marcado para 2020, cuando queremos facturar 4.000 millones de dólares".

A 28 de enero de 2018, la compañía contaba con 404 tiendas, de las que 270 estaban en Estados Unidos y 57 en Canadá, país de donde la marca es originaria. De todos los puntos de venta, 397 de ellos corresponden a la firma Lululemon, mientras que sólo siete son de I viva, una cadena que cerró 50 establecimientos el pasado año.

La facturación por tiendas propias, donde se incluye también su *e-commerce*, representó el 21,8% de las ventas de la compañía en 2017. "Creemos que nuestros canales de venta directa al consumidor hacen más accesibles nuestros productos", ha señalado Lululemon sobre sus puntos de venta, que se centran en ubicaciones en el centro de las ciudades y en centros comerciales.