

## EQUIPAMIENTO

# Lululemon dispara sus ventas un 25% en el primer trimestre y gana 64 millones

La marca canadiense de artículos deportivos facturó 649,7 millones de dólares entre febrero y abril, gracias a la apertura de nuevas tiendas y su ofensiva a través de los canales digitales.

Palco23  
1 jun 2018 - 09:59

Lululemon ha empezado con fuerza su nuevo ejercicio fiscal. La marca canadiense de artículos deportivos cerró el primer trimestre con un crecimiento del 25% en sus ventas, hasta 649,7 millones de dólares (556,2 millones de euros). A tiendas comparables, el crecimiento fue del 8%, de ahí que la compañía atribuya parte del crecimiento a su apuesta por abrir nuevas tiendas fuera de Estados Unidos.

El beneficio neto se dobló, hasta 75,15 millones de dólares (64,3 millones de euros), debido a que entre febrero y abril ya no se han tenido que contabilizar los costes de reestructuración de Livva. Se trata de su línea de prendas para niñas y que el año pasado tuvo que cerrar cuarenta establecimientos para centrarse en la venta online. Es una estrategia global de la empresa, que en los primeros tres meses aumentó en un 62% el volumen de ingresos por venta directa al consumidor.

Stuart Haselden, director de operaciones, ha señalado que “nuestros resultados del primer trimestre reflejan la fortaleza continua de nuestro negocio y nuestro enfoque continuo en la innovación de productos, crecimiento global, aceleración digital y, lo más importante, la inversión en nuestra gente”.

La previsión de Lululemon es que el ritmo de ventas se ralentice en el segundo trimestre, con un crecimiento de en torno al 10% y una previsión de 665 millones de dólares (569 millones de euros). Para todo el ejercicio fiscal 2018, que finalizará en enero del próximo año, confían en que la facturación pueda alcanzar hasta los 3.075 millones de dólares (2.632 millones de euros).

En total, tienen 411 tiendas operativas, de las cuales 270 están en Estados Unidos y 57 en Canadá. En Europa, la compañía ha anunciado la puesta en marcha de diez nuevas tiendas en Europa, cuarto de las cuales subirán la persiana esta primavera. El grupo llevará a cabo las aperturas en Reino Unido, Francia y Alemania.

---

# PALCO23

---

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).