Lululemon encoge su beneficio un 19% en el primer semestre lastrada por los cierres de Ivivva

La compañía canadiense especializada en moda deportiva registró un resultado neto de 79,9 millones de dólares (67,2 millones de euros) entre febrero y julio.

Palco23
1 sep 2017 - 09:49

Lululemon encoge su beneficio un 19% en el primer semestre lastrada por los cierres de

Lululemon concluye el primer semestre a doble velocidad. El grupo canadiense, especializado en moda y equipamiento deportivo, redujo su beneficio un 19,2% en la primera mitad del periodo (finalizado el 30 de julio) respecto al mismo periodo del año anterior, impactado por los cierres de tiendas Ivivva. Las ventas de la compañía, en cambio, se elevaron un 9%.

La empresa anotó un resultado neto de 79,9 millones de dólares (67,2 millones de euros) entre febrero y julio, frente a los 98,9 millones de dólares (83,2 millones de euros) registrados en el primer semestre del año anterior. Por otra parte, la facturación de Lululemon alcanzó 1.101,3 millones de dólares (926,7 millones de euros), mientras que el beneficio bruto de la empresa se situó en 554,3 millones de dólares (466,4 millones de euros), un 12,4% más.

El beneficio de la compañía se ha visto impactado por el plan de reestructuración puesto en marcha para Ivivva, su marca femenina de moda infantil. El grupo anunció a principios de verano el cierre de la mayoría de su red de tiendas. En el segundo trimestre, Lululemon ha cerrado 47 de las 55 tiendas Ivivva que operaba.

Los cierres de tiendas de Ivivva generarán unos costes de 60 millones de dólares (50,4 millones de euros) para Lululemon en 2017

Lululemon estima el impacto de los cierres en unos 60 millones de dólares (50,5 millones de euros) para el conjunto del ejercicio. En el primer semestre, la empresa ya ha incurrido en costes de 23,2 millones de dólares (19,5 millones de euros).

En Asia, la facturación de Lululemon se elevó un 70% en el primer semestre, según lo explicado por Laurent Potdevin, el consejero delegado de Lululemon. El impulso fue motivado por la buena evolución de las ventas a través de Tmall, la plataforma del gigante del ecommerce Alibaba, y la apertura de establecimientos en China y Japón. Hasta finales de año, la empresa pondrá en marcha doce nuevas tiendas en Asia.

En Europa, la cifra de negocio se disparó un 50% entre febrero y julio. Lululemon contempla abrir dos nuevas tiendas en Europa en 2017, una de ellas en Múnich (Alemania).

Lululemon mantiene su objetivo de alcanzar unas ventas de 4.000 millones de dólares (3.366 millones de euros) en 2020. En 2017, la compañía espera llegar a una facturación cercana a los 2.550 millones de dólares (2.154,8 millones de euros).