

EQUIPAMIENTO

Lululemon ficha a un experto del lujo como nuevo consejero delegado

El fabricante de artículos deportivos, especializada en el público femenino, ha fichado a Calvin McDonald, hasta ahora presidente de la cadena de perfumerías Sephora en América.

Palco23
25 jul 2018 - 09:43



Lululemon quiere converger cada vez más entre la ropa de deporte y urbana. El fabricante de artículos deportivos, que inicialmente nació especializada en yoga y mujer, ha fichado a Calvin McDonald como consejero delegado. El ejecutivo llega procedente de Sephora, una de las principales cadenas de perfumerías del mundo y de la que era el primer ejecutivo en el continente americano.

“Tiene una trayectoria impresionante liderando organizaciones a través de períodos de crecimiento e innovación significativos”, argumenta la compañía canadiense. Además, valora positivamente “su fuerte mentalidad de consumidor, su enfoque basado en el desempeño y su éxito en el desarrollo de las personas”, según Glenn Murphy, presidente del consejo de administración.

McDonald también ha dejado entrever que su misión es hacer de Lululemon una marca más reconocida entre los consumidores. “Me uno en un momento emocionante, con la

marca en una posición fuerte de negocio, clientes fieles y empleados apasionados”, ha comentado el directivo, que en Sephora ya expandió la compañía a nivel geográfico y logró crecimientos de doble dígito en los ingresos durante sus cinco años.

El ejecutivo, que también trabajó en la cadena de grandes almacenes Sears en Canadá, releva a Laurent Potdevin. Su predecesor llegó a la compañía en 2014 y fue cesado el pasado febrero por conductas inadecuadas.

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 Lululemon. 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.