

EQUIPAMIENTO

Lululemon pone el foco en el extranjero para multiplicar sus ventas hasta 2023

La compañía canadiense de moda y artículos deportivos ha trazado una estrategia a cinco años que pasa por reforzar la línea masculina, ampliar su presencia internacional y acelerar en expansión digital.

Palco23
24 abr 2019 - 16:43

Lululemon, nueva estrategia de crecimiento. La compañía canadiense de moda deportiva ha trazado una nueva hoja de ruta que pasa por reforzarse en el online, mejorar su producto y crecer en el extranjero para multiplicar sus ventas hasta 2023.

En concreto, el grupo tiene previsto duplicar los ingresos en la categoría de moda masculina y ampliar su oferta de productos con nuevas líneas para deportes especializados. Además, Lululemon ha anunciado que potenciará la división de complementos femeninos.

Por otro lado, la compañía ha explicado en un comunicado que tiene previsto multiplicar por cuatro su cifra de negocio en mercados extranjeros. En concreto, Lululemon ha puesto el foco en China y Europa.

El otro vector en el que se apoyará el grupo para apuntalar su crecimiento es el negocio digital, donde espera duplicar sus ingresos hasta 2023. En paralelo, la empresa ha explicado que subirá la persiana de un *flagship store* de 7.620 metros cuadrados de superficie en Chicago, donde integrará nuevas herramientas tecnológicas.

Lululemon finalizó el ejercicio 2018 con una cifra de negocio de 3.700 millones de dólares (3.285,8 millones de euros). El beneficio neto del grupo, por su parte, se situó en 483,8 millones de dólares, casi el doble que el ejercicio anterior.