

EQUIPAMIENTO

Lululemon, reina del año del 'lockdown': eleva ventas un 10,6% en 2020

La compañía canadiense, especializada en ropa para la práctica del yoga, mantiene su apuesta por el retail con entre cuarenta y cincuenta aperturas este año.

Palco23

31 mar 2021 - 12:00



En un año de encierro, el mundo se vistió de leggings. La compañía canadiense Lululemon, especializada en ropa deportiva para la práctica del yoga, ha cerrado el ejercicio de la pandemia con unos de los mejores resultados de la industria de la moda.

La compañía se ha desmarcado incluso de sus rivales del sector del deporte con un crecimiento del 10,6% en el ejercicio 2020, finalizado el 2 de febrero de este año.

La facturación se situó en 4.401 millones de dólares, frente a los 3.979 millones de dólares del año anterior. El negocio de venta directa al consumidor (a través de sus tiendas propias y su plataforma de ecommerce) se duplicó, y representó el 52% de la cifra de negocio total, frente al 29% de 2019.

Lululemon apenas redujo un 9% su beneficio en el año de la pandemia

Mientras en Norteamérica, su mercado local, creció un 8%, en el extranjero se disparó un 31%. Como en todas las empresas, el online fue el salvador del periodo, mientras que las ventas en tienda se redujeron un 34%.

Pese a ello, la compañía continuó expandiendo su red de retail, con cuarenta aperturas y diez cierres, y prevé sumar entre cuarenta y cincuenta establecimientos más este año. De ellas, entre quince y veinte estarán en China. A 2 de febrero, Lululemon contaba con una red de 521 tiendas.

Mirror, la aplicación de espejos inteligentes para practicar deporte en casa que Lululemon compró en junio por 500 millones de dólares, aportó 170 millones a la facturación, veinte millones más de lo previsto.

El impacto de la pandemia sí se notó en el resultado neto, que se redujo un 8,8%, hasta 588,9 millones de dólares. Con todo, el margen bruto se incrementó en diez puntos básicos, hasta el 56%.

La empresa mantiene su apuesta por el retail con hasta cincuenta aperturas este año

Sólo en el cuarto trimestre, pese a las restricciones impuestas para frenar la tercera ola del Covid-19, Lululemon creció un 24%, hasta superar 1.700 millones de dólares. El beneficio remontó y subió un 10,7%, hasta 330 millones de dólares.

“Todavía estamos en los primeros estadios de nuestro crecimiento, impulsados por emocionantes innovaciones que crearán todavía más oportunidades en el futuro”, ha asegurado Calvin McDonald, consejero delegado del grupo.

La empresa prevé cerrar el primer trimestre de 2021 con unos ingresos de entre 1.100 millones de dólares y 1.300 millones de dólares. Para el año fiscal, la compañía prevé una facturación de entre 5.550 millones y 5.650 millones de dólares.