PALCO23

EQUIPAMIENTO

VF hunde sus ventas un 29,6% hasta septiembre pero vuelve a beneficios en el segundo trimestre

En los seis primeros meses del ejercicio, el grupo estadounidense registró unas pérdidas de 28,9 millones de dólares. En el segundo trimestre, la empresa ganó 256,7 millones.

Palco23
16 oct 2020 - 14:30



VF Corporation comienza a revertir la tendencia. El gigante estadounidense ha cerrado los seis primeros meses del ejercicio (periodo finalizado en septiembre) con ventas a la baja y en pérdidas, pero en el segundo trimestre ha logrado volver a la senda de la rentabilidad.

La empresa concluyó el primer semestre con una facturación de 3.684 millones de dólares, un 29,6% menos que en el mismo periodo del año anterior. Las pérdidas del grupo se situaron en 28,9 millones de dólares.

En el segundo trimestre, sin embargo, la caída se ha moderado hasta el 18% y la empresa ha vuelto a beneficios, con un resultado neto positivo de 256,7 millones de

https://www.palco23.com/equipamiento/vf-hunde-sus-ventas-un-296-hasta-septiembre-pero-vuelve-a-beneficios-en-el-segundo-trimestre

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

dólares. La recuperación ha estado impulsada por China continental, que disparó sus ventas un 21%, mientras Europa continuó a la baja. El negocio online propio también fue de nuevo el motor del grupo, con una subida del 44%. El grupo prevé volver a crecer en el cuarto trimestre y cerrar el ejercicio con unas ventas de 9.000 millones de dólares, un 14% menos.

VF prevé volver a crecer en el cuarto trimestre de este ejercicio

En los seis primeros meses del ejercicio, la división que mejor evolucionó fue la de ropa de trabajo, que el grupo quiere vender, con una caída del 2%, hasta 415,9 millones de dólares. La división Active, que engloba marcas como Eastpack, Kipling, Napapijri o Vans, redujo sus ventas un 33%, hasta 1.771 millones de dólares, aunque fue la única que logró cerrar el periodo en beneficio. La de *outdoor*, en cambio, cayó un 30%, hasta 1.496 millones de dólares, y registró unas pérdidas operativas de 28,2 millones.

Tres de las cuatro mayores marcas del grupo cerraron el periodo en descenso, con caídas que llegaron al 30% en Vans, The North Face y Timberland y una subida del 2% en Dickies.

Casi todas las tiendas de VF en las regiones de Emea y Apac (Asia Pacífico y China) estaban abiertas en el segundo trimestre. En Norteamérica, el porcentaje de red operativa se situaba en el 75% a cierre del primer trimestre y en más del 95% a finales del segundo. Desde que finalizó el periodo, han reabierto el resto de establecimientos. También la cadena de valor está ya plenamente operativa, incluidos los centros de distribución propios del grupo.

https://www.palco23.com/equipamiento/vf-hunde-sus-ventas-un-296-hasta-septiembre-pero-vuelve-a-beneficios-en-el-segundo-trimestre

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.