
Modaes

Empresa

Levi Strauss dispara su beneficio un 40% en 2016, pero estanca sus ventas

El grupo estadounidense encogió sus ventas en América, su principal mercado. El resultado operativo fue a la baja en América y Asia, pero creció en Europa.

Modaes
10 feb 2017 - 04:00

Levi Strauss cierra el ejercicio 2016 con una evolución desigual. La compañía estadounidense finalizó el año con un aumento de cerca del 40% en su resultado neto, pese a que sus ventas se estancaron en el mismo periodo.

El gigante estadounidense del denim registró en 2016 una cifra de negocio de 4.553 millones de dólares, sólo un 1% más respecto a los 4.495 millones de dólares del ejercicio anterior. En los últimos tres meses del ejercicio (periodo finalizado el pasado 27 de noviembre), **Levi Strauss** registró unas ventas de 1.299 millones de dólares.

El resultado neto del grupo a cierre de 2016 se situó en 291 millones de dólares, al alza desde los 209 millones de dólares del ejercicio precedente. El resultado bruto, por su parte, se situó en 2.329 millones de dólares en 2016, frente a los 2.269 millones de doce meses antes.

Por regiones, en América, que copa más de la mitad del negocio de la compañía, las ventas de **Levi Strauss** registraron un retroceso del 2%. En Europa, en cambio, se elevaron un 7% y en Asia un 4%. El resultado operativo, por su parte, se encogió un 8% y un 14% en América y Asia, respectivamente, mientras en Europa se incrementó un 7%.