

Empresa

Levi Strauss dispara su beneficio un 59% en 2013 pese al 'pinchazo' del cuarto trimestre

Modaes
12 feb 2014 - 10:36

Levi Strauss remonta en 2013. La compañía ha concluido el ejercicio 2013 (finalizado el pasado 24 de noviembre) con un beneficio de 229 millones de dólares (167,6 millones de euros), lo que supone un incremento del 59% respecto a los 144 millones de dólares (105,4 millones de euros) del año anterior. Las ventas del gigante del denim han crecido tímidamente como consecuencia de la mala evolución de su negocio en Europa.

Tras varios ejercicios en los que la compañía se ha visto afectada por los precios del algodón, **Levi Strauss** ha mejorado su margen bruto en dos puntos porcentuales en 2013. El impacto de los menores precios de esta materia prima se vieron sólo en el primer semestre, y en el último trimestre del ejercicio el beneficio neto de la empresa ha retrocedido hasta 17 millones de dólares (12,4 millones de euros), frente a los 53 millones de dólares (38,8 millones de euros) del cuarto trimestre de 2012.

En el conjunto del ejercicio, el negocio de **Levi Strauss** ha aumentado un 2%, hasta 4.682 millones de dólares (4.682 millones de euros), en comparación con los 4.610 millones de dólares (3.374 millones de euros) de 2012. Este crecimiento se debe, según la empresa, a la evolución registrada en América.

En el último trimestre del ejercicio, las ventas de la empresa han aumentado un 1% en América y un 2% en Asia Pacífico, mientras en Europa han retrocedido un 5%. El beneficio, en cambio, sólo ha aumentado en Asia Pacífico, con un incremento del 67%. En América y en Europa, en cambio, el resultado neto ha caído un 7% y un 55%, respectivamente.

Modaes

“La facturación en Europa refleja la caída del negocio de canales tradicionales como el multimarca y las franquicias, aunque parcialmente compensado por la evolución y expansión de la red de tiendas propias de la empresa”, ha explicado **Levi Strauss**.

Levi Strauss es una de las compañías con más tradición en el negocio del denim. La empresa vende sus productos en más de cien países con las marcas **Levi's**, **Dockers**, **Signature by Levi Strauss** y **Denizen**. La compañía combina la distribución en el canal multimarca, con las tiendas monomarca, con alrededor de 2.800 establecimientos y corners.