

Empresa

Levi Strauss reduce su beneficio un 54% en 2014 en plena reestructuración del grupo

Modaes
13 feb 2015 - 11:12

El gigante estadounidense del *denim* vuelve a pinchar en 2014. Tras registrar un aumento del 59% en su beneficio en 2013, la compañía volvió a reducir su beneficio en 2014 a niveles de 2012, hasta 104,3 millones de dólares (91,9 millones de euros), un 54,2% menos que en el año anterior. La empresa se encuentra inmersa en un proceso de reestructuración para reorganizar su negocio en todo el mundo.

El grupo ha visto penalizado su resultado en el último ejercicio a causa de la reestructuración que está llevando a cabo en los últimos meses, en la que la compañía ha decidido externalizar sus servicios centrales al grupo Wipro Limited y prescindir de medio millar de empleados.

En cambio, la cifra de negocio del grupo sí que ha registrado una evolución positiva. La compañía ha finalizado el ejercicio 2014 con unas ventas de 4.753 millones de dólares (4.189 millones de euros), un 1,5% más que en el año anterior.

“En 2014 hemos llevado a cabo nuestra estrategia programada, pero el entorno económico ha sido desafiante –explica **Chip Bergh**, presidente de **Levi’s**-. Hemos observado un buen comportamiento en los mercados internacionales, así como de nuestro canal de retail”. “En 2015 continuaremos invirtiendo en reorganizar nuestra estructura para impulsar un crecimiento de nuestro resultado a largo plazo”, añade el directivo.

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

Modaes

| corners.