

Empresa

Lululemon crece un 22% y dispara su beneficio un 33% en 2019

La compañía de moda deportiva cerró el ejercicio fiscal en febrero con unas ventas de 3.979 millones de dólares y un beneficio de 645,6 millones de dólares.

Modaes
27 mar 2020 - 09:45



Lululemon logró sortear el impacto de la crisis del Covid-19 en su último ejercicio fiscal. La compañía canadiense de artículos y moda deportiva **cerró el año en febrero con un crecimiento del 22% de su facturación, hasta 3.979 millones de dólares (3.628 millones de euros)**.

La compañía también ha mejorado su rentabilidad, pues **el beneficio neto se incrementó un 33% interanual, hasta 645,6 millones de dólares (589 millones de euros)**. “La fortaleza de nuestra marca y una sólida posición financiera nos ayudará a gestionar el día a día”, ha asegurado su director general, Calvin McDonald. A 29 de febrero, la compañía disponía de 1.100 millones de dólares en caja.

Modaes

La compañía ha descartado hacer previsiones para 2020, ante la imposibilidad de calcular el impacto real que tendrá el coronavirus en sus ventas. En febrero tuvo que cerrar todas sus tiendas hoy en China, que hoy ya han reabierto, pero ahora la bajada de persiana se ha producido en Norteamérica, Europa, Malasia y Nueva Zelanda.

El grupo dispone actualmente de 491 establecimientos, si bien la dirección sostiene que el aumento de ventas no sólo responde al aumento de su red. Es más, **el aumento de ingresos a tiendas comparables fue del 9% interanual, mientras que su ecommerce facturó un 35% más**. En un año, el canal online ha ganado dos puntos de cuota en el negocio de Lululemon, pasando del 26,1% al 28,6%.