

Empresa

Lululemon ficha en Adidas para expansión internacional y en Abercrombie para diversidad

La empresa también ha ascendido a Celeste Burgoyne a nueva presidenta ejecutiva del mercado americano e innovación.

Modaes
30 oct 2020 - 13:43



Lululemon reordena su equipo directivo. La compañía canadiense, especializada en ropa para la práctica del yoga, ha incorporado a André Maestrini como nuevo responsable de expansión internacional. El ejecutivo cuenta con una amplia trayectoria en Adidas.

Por su parte, **la empresa ha ascendido a Celeste Burgoyne como presidenta de América e innovación global** y ha incorporado a Stacia Jones como nueva responsable de inclusión, diversidad, igualdad y acción (Idea, en sus siglas en inglés). “Estos tres nombramientos permitirán a Lululemon seguir avanzando en su estrategia Power of

Modaes

Three”, ha argumentado la compañía en un comunicado.

Maestrini ha desarrollado los últimos catorce años de su carrera en Adidas, donde ha ocupado distintos puestos de responsabilidad. Hasta ahora, era vicepresidente global de *training*, fútbol, *running* y baloncesto.

Lululemon ha incorporado a André Maestrini, con más de diez años de trayectoria en Adidas

Durante su paso por Adidas, el ejecutivo desarrolló el negocio en China y fue director general del negocio en Francia y Latinoamérica. Con anterioridad, ocupó cargos en marketing en Coca-Cola, Danone y Kraft Jacobs Suchard.

Stacia Jones, por su parte, ha pasado la última década en Abercrombie&Fitch, donde hasta ahora era directora de diversidad e inclusión. Ahora liderará el departamento Idea en Under Armour, de reciente creación.

Por último, Celeste Burgoyne se incorporó a Lululemon en 2006 para pilotar la expansión en 2006 y desde entonces ha ocupado diferentes puestos de responsabilidad. La ejecutiva, que también comenzó su carrera en Abercrombie&Fitch, donde pasó diez años, **será ahora la responsable de supervisar todos los negocios del grupo en Norteamérica**, incluyendo las tiendas y el canal online.

Lululemon cerró el segundo trimestre de su ejercicio (entre mayo y julio) con un crecimiento del 2% gracias a la expansión de la práctica deportiva y el avance del canal online. La empresa redujo su beneficio un 30,5% en el periodo.