

Modaes

Empresa

Michael Kors reduce la caída de sus ventas y factura un 3,6% menos en el primer trimestre

La compañía estadounidense anotó una facturación de 952,4 millones de dólares (807,5 millones de euros) entre abril y julio de 2017. El beneficio de la empresa cayó un 14,7%, hasta 125,5 millones de dólares (106,4 millones de euros).

Modaes
8 ago 2017 - 14:40

Michael Kors reduce sus ventas un 15% en el primer trimestre

Michael Kors atenúa sus pérdidas. La compañía estadounidense ha registrado unas ventas de 952,4 millones de dólares (807,5 millones de euros) en el primer trimestre de su ejercicio fiscal (finalizado el 1 de julio), un 3,6% menos que en el mismo periodo del año anterior. El dato es notablemente mejor a las previsiones de los analistas de Wall Street, y ha provocado que las acciones de la compañía crezcan un 12,8% antes de iniciar la sesión de mercado, hasta 42 dólares (35,6 euros).

El beneficio de **Michael Kors**, por su parte, se redujo un 14,7% entre abril y julio, hasta 125,5 millones de dólares (106,4 millones de euros). El consejero delegado del grupo, **John D. Idol** describe el ejercicio actual como un “año de transición”, mientras la empresa continúa ejecutando su plan estratégico de reestructuración *Runway 2020*.

Por canales de distribución, las ventas de retail crecieron un 10,1% en el primer trimestre del ejercicio, hasta 619,9 millones de dólares (525,6 millones de euros). Sin embargo, la evolución de la facturación en el canal *wholesale* fue negativa, con un retroceso del 23%, hasta 303,6 millones de dólares (257,4 millones de euros). El negocio de licencias del grupo, por su parte, se redujo un 5,5%, hasta 28,9 millones de dólares (24,5 millones de euros).

Michael Kors obtuvo un beneficio de 125,5 millones de dólares (106,4 millones de euros) entre abril y julio, un 14,7% menos

Por regiones, la caída de las ventas en Norteamérica fue del 8,2% entre abril y julio, hasta 634,1 millones de dólares (537,6 millones de euros). En Europa, el retroceso fue mayor, del 10,2%, hasta 201,2 millones de dólares (170,6 millones de euros). Asia fue el oasis de **Michael Kors**. En este mercado, la compañía estadounidense disparó sus ventas un 60,2%, hasta 117,1 millones de dólares (99,2 millones de euros).

A cierre del primer trimestre, el grupo contaba con 838 tiendas en todo el mundo, frente a los 771 establecimientos con los que operaba al final del mismo periodo de 2016. América concentraba el grueso de los puntos de venta de **Michael Kors**, con 399 unidades.

Para el conjunto del ejercicio, **Michael Kors** anticipa que se reducirán sus ventas con ritmos de un solo dígito, y facturará unos 4.275 millones de dólares (3.624,6 millones de euros). Las previsiones no contemplan resultados para **Jimmy Choo** en 2017, aunque sí vaticina que en 2018 la empresa espera una cifra de negocio en torno a los 585 millones de dólares (496 millones de euros).

En julio, la compañía estadounidense llegó a un acuerdo para la compra de **Jimmy Choo** por 1.350 millones de dólares (1.159 millones de euros). Se trató de una de las operaciones más competidas de los últimos años. Por ella pujaron, entre otros, el fondo chino Fosum, Interparfums (que tiene la licencia de perfume de la firma) o Coach, que finalmente terminó tomando el control de Kate Spade.

Michael Kors finalizó su ejercicio 2016 (cerrado el 1 de abril de 2017) con un beneficio de 551,5 millones de dólares (494,4 millones de euros), frente a los 837,7 millones de dólares (750,9 millones de euros) del año pasado. La facturación del grupo disminuyó un 4,2%, hasta 4.347,9 millones de dólares (3.897,6 millones de euros).