

Modaes

Empresa

PVH contrae su beneficio un 2,3% en 2017 pese a elevar sus ventas un 8,3%

La empresa estadounidense registró una buena evolución del negocio en los mercados internacionales: las ventas de Calvin Klein subieron un 22,2% en el exterior y las de Tommy Hilfiger un 19,4%.



Modaes
29 mar 2018 - 11:30

PVH contrae su beneficio un 2,3% en 2017 pese a elevar sus ventas un 8,3%

Una de cal y otra de arena para PVH. La empresa encogió su beneficio en 2,3% en 2017, situándolo en 536,1 millones de dólares (433,4 millones de euros), al tiempo que sus ventas se elevaron un 8,3% hasta los 8.439,4 millones de dólares (6.823,3 millones de dólares).

VHF, propietaria de las marcas Calvin Klein y Tommy Hilfiger, cerró el ejercicio con un resultado bruto de explotación (Ebitda) de 632,4 millones de dólares (511,3 millones de euros)

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/pvh-contrae-su-beneficio-un-23-en-2017-pese-a-elevar-sus-ventas-un-83>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

, lo que representa una caída de 19,9% frente a 2016.

En cuanto a sus marcas, Calvin Klein concluyó el año con una facturación de 3.153,3 millones de dólares (2.549,2 millones de euros), un 10,3% más que en 2016, a pesar de registrar un descenso de ventas en Norteamérica en torno a 0,11%.

Calvin Klein y Tommy Hilfiger registraron un descenso de ventas en Norteamérica

En los mercados internacionales, Calvin Klein reportó unas ventas de 1.645,0 millones de dólares (1.330 millones de euros), un 22 % más que en 2017, gracias al buen comportamiento de los mercados chino y europeo. A escala global, sus ventas comparables en tienda repuntaron un 6 %. Mientras que en Norteamérica, decrecieron en 1%.

Una tendencia similar se produjo en Tommy Hilfiger, que vio caer sus ventas en Norteamérica un 1,3%, hasta los 1.482,2 millones (1.330 millones de euros), mientras que en el resto del mundo, el incremento fue del 19,4% hasta los 2.268 millones (1.833,7 millones de euros).

De este modo, las ventas totales de Tommy Hilfiger han sumado 3.750,2 millones de dólares (3.032 millones de euros), un 10,2% más que en el ejercicio anterior.

La compañía también ha destacado la evolución del negocio de Tommy Hilfiger tanto en Asia como en Europa. De hecho, las ventas comparables crecieron un 8% en los mercados internacionales, estando por encima del aumento registrado en Norteamérica, que fue del 3%.

Emanuel Chirico, presidente y director ejecutivo ha señalado que los resultados superan las expectativas que se había trazado para 2017, destacando el impulso que la ha dado a la compañía el comportamiento de Tommy Hilfiger y Calvin Klein.