

Modaes

Empresa

Timberland y The North Face tiran del resultado de VF, que gana un 11% más hasta junio

Modaes
18 jul 2014 - 14:17

Las marcas de outdoor y de deportes de acción vuelven a dar una alegría a VF. El grupo estadounidense ha concluido los seis primeros meses del ejercicio (periodo finalizado el pasado junio) con un incremento del 11,3% en su resultado neto, hasta 454,8 millones de dólares (336,18 millones de euros), en comparación con los 408,6 millones de dólares (302,03 millones de euros) obtenidos en el mismo periodo del ejercicio precedente.

La compañía ha explicado que este aumento se debe, en gran parte, al buen ritmo de su división de enseñas de outdoor y deportes de acción, en la que se integran marcas como **Vans**, **The North Face**, **Reef**, **Eastpak** y **Timberland**. Esta división ha cerrado el primer semestre con un incremento del 14% en su cifra de negocio, hasta 2.853 millones de dólares (2.108 millones de euros), frente a los 2.487 millones de dólares (1.838 millones de euros) registrados en los seis primeros meses del ejercicio anterior.

La nota negativa del periodo la ha puesto la división de marcas de denim de VF, formada por enseñas como **Lee**, **Wrangler** o **Rock & Republic** y la de *contemporary brands*, integrada por **7 For All Mankind**, **Ella Moss** y **Splendid**.

La división de denim ha cerrado los seis primeros meses con una caída del 2,48% en su facturación, pasando de los 1.329 millones de dólares (982,39 millones de euros) alcanzados hace un año a los 1.296 millones de dólares (957,99 millones de euros) obtenidos en el primer semestre del actual ejercicio. La de *contemporary brands*, por su parte, ha concluido el periodo con un retroceso del 3,9% en sus ventas, hasta 194 millones de dólares (143,40 millones de euros).