

Empresa

La española Desigual crece un 36% en Latinoamérica en el primer semestre pese a estancar sus ventas globales

Modaes
30 jul 2015 - 00:00



Desigual se dispara en Latinoamérica. La compañía española de moda elevó sus ventas un 36% en los seis primeros meses de 2015, pese a estancar sus ventas en términos globales en el primer semestre del ejercicio en curso.

El grupo ha registrado una evolución plana en la primera mitad de 2015 con una facturación de 451,9 millones de euros (499,2 millones de dólares), frente a los 452,9 millones de euros (500,2 millones de dólares) del mismo periodo del año anterior. Por su parte, el beneficio bruto de explotación (ebitda) de **Desigual** cayó un 26% en la primera mitad del ejercicio en curso, hasta 92,1 millones de euros.

Por mercados, Latinoamérica y Asia han sido las regiones donde mejor ha funcionado **Desigual** en la primera mitad de año, con un crecimiento en sus ventas del 36% y del

24%, respectivamente. “Estos crecimientos sientan las bases para preparar una expansión en estas áreas geográficas”, asegura la compañía.

Desigual ha visto cómo sus ventas se han reducido en Francia y en España un 4% y un 5%, respectivamente, mientras que en países como Alemania “los niveles de facturación se han mantenido”. El único mercado europeo que ha crecido ha sido Italia, con una evolución de su negocio del 7% respecto al año anterior.

En la actualidad, **Desigual** está presente en 109 países con una red de distribución formada por 548 tiendas, más de 7.500 puntos de venta multimarca y más de 2.800 corners en grandes almacenes. Durante el pasado semestre, la compañía vendió más de dieciséis millones de prendas en todo el mundo.

Expansión en Latinoamérica

La compañía barcelonesa fija en el mercado latinoamericano uno de sus ejes de desarrollo para los próximos años. **Desigual** se ha marcado el objetivo de abrir 450 nuevos puntos de venta en Latinoamérica hasta 2017. Los países por lo que apostará la cadena serán principalmente México, Colombia, Chile o Perú, entre otros, aunque frenará su desarrollo en Brasil.

Los planes de **Desigual** en este mercado pasaban por abrir hasta cincuenta tiendas hasta 2017. La compañía, que también proyectó la puesta en marcha de un almacén logístico en Brasil, nombró a principios de 2013 a **Horacio Broggi** como máximo responsable para el mercado brasileño.

En el resto de Latinoamérica, los planes de la cadena pasan por abrir 45 establecimientos monomarca en países como México, Colombia, Chile, Perú y Uruguay, además de elevar su presencia en puntos de venta multimarca y en corners en grandes almacenes.

El grupo, que el pasado mayo anunció el cese de su consejero delegado, **Manel Jadraque**, cerró el ejercicio 2014, el primero tras la entrada del grupo francés **Eurazeo** en su capital, con un crecimiento del 16,2% en su cifra de negocio. La compañía española de moda obtuvo una facturación de 963,5 millones de euros (1.064,3 millones de dólares), por debajo de sus objetivos (que pasaban por alcanzar los mil millones de euros) debido al menor crecimiento en el segundo semestre.