

Empresa

El dueño de Uniqlo dispara un 23% sus ganancias y crece un 15% en los nueve primeros meses

Fast Retailing explica en su cuenta de resultados que las cifras registradas entre septiembre de 2017 y mayo de 2018 están “muy por encima” de las previsiones.

Modaes
12 jul 2018 - 10:14

El dueño Uniqlo dispara un 23% sus ganancias y crece un 15% en los nueve primeros meses

Fast Retailing dispara sus resultados en los nueve primeros meses. Entre septiembre de 2017 y mayo de 2018, el dueño de Uniqlo catapultó sus ganancias netas un 23,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

En los tres primeros trimestres, la empresa ha situado su beneficio neto en 148.300 millones de yenes (1.136,7 millones de euros), frente a los 120.100 millones de yenes (920 millones de euros) de un año atrás. El tercer trimestre ha sido clave en este incremento, ya que entre marzo y mayo, Fast Retailing duplicó su resultado neto.

El grupo japonés creció también a doble dígito con un incremento del 15,3% en su cifra de negocio en los nueve primeros meses del ejercicio fiscal. **En este periodo, Fast Retailing facturó 1.704.100 millones de yenes (13.062 millones de euros).**

Sólo en el tercer trimestre, Fast Retailing duplicó su resultado neto

El negocio de Uniqlo en Japón creció un 7,8% en los nueve primeros meses del año fiscal, hasta 704.400 millones de yenes (5.399 millones de euros), mientras que **en los mercados internacionales, la marca elevó sus ventas un 27,5%, hasta 716.000 millones de yenes (5.488 millones de euros)**

La firma GU, que sólo se comercializa en los mercados asiáticos, incrementó su cifra de negocio un 6,4%, hasta 166.600 millones de yenes (1.277 millones de euros) y el resto de las marcas del grupo (Theory, Comptoir des Cottonniers, Princess Tam Tam y J Brand) aumentó los ingresos un 10,1%, hasta 114.700 millones de yenes (879 millones de euros).

En el caso concreto de Uniqlo, la marca continúa viento en popa en China y en Europa. En el gigante asiático, la marca elevó a doble dígito sus ventas por superficie comparable y en el canal online.

Uniqlo creció un 7,8% en Japón en los nueve primeros meses del año y un 27,5% en los mercados internacionales

Rusia, por su parte, tiró del negocio europeo, donde en los próximos meses la marca prevé entrar en Holanda y Suecia con sus primeras aperturas. **En cambio, en Estados Unidos, el grupo continúa ajustando su negocio y apoyándose en el canal online.**

A 31 de mayo de 2018, el grupo japonés contaba con un total de 3.437 establecimientos, de los cuales 2.042 son de Uniqlo; otros 392, de GU, y otros 1.003, de sus otras marcas. A lo largo de los nueve primeros meses del ejercicio, la compañía ha ejecutado 143 aperturas netas.