Modaes

Empresa

El gigante de la moda, cadena a cadena: 10 cierres para Uterqüe, 26 aperturas para Zara

C. Pareja
11 jun 2014 - 09:54

El gigante gallego reestructura la red de distribución de **Uterqüe**. **Inditex** echó el cierre a 10 establecimientos de la cadena en los tres primeros meses del año, la única del grupo que redujo sus ventas en 2013. La marca de la compañía que mejor evolucionó en cuanto a puntos de venta es **Zara**, que abrió en el primer trimestre del año 26 nuevos establecimientos.

Tal y como ha comunicado **Inditex** en el marco de la presentación de sus resultados correspondientes al primer trimestre del año, **Uterqüe** redujo su red de tiendas hasta 66 puntos de venta en todo el mundo, en comparación con los 91 que tenía a cierre del primer trimestre de 2013.

Zara, por su parte, fue la cadena del grupo que mejor evolucionó a lo largo de los tres primeros meses del año. La compañía puso en marcha 26 establecimientos en todo el mundo y echó el cierre a siete puntos de venta. A cierre del primer trimestre, **Zara** contaba con 1.846 establecimientos.

Inditex, que ya cuenta con 6.393 establecimientos en 87 mercados, también ha aumentado su presencia en el mundo con el resto de sus cadenas. La moda joven de **Berhka** puso en marcha en el primer trimestre del año 18 establecimientos, mientras que **Massimo Dutti** abrió quince.

Pull & Bear, **Stradivarius**, **Zara Home** y **Oysho** también han continuado creciendo con la apertura de nuevas tiendas en el primer periodo del año, con la apertura de 14, 13, 10 y 9 establecimientos, respectivamente.

El primer trimestre del año también le sirvió a **Inditex** para continuar adelante con su nueva política de reestructuración, con la que el gigante gallego está llevando a cabo el cierre de establecimientos de menores dimensiones y poco rentables para centrarse

Modaes

en las macrotiendas. En los primeros meses del año, el grupo prescindió de 53 establecimientos de todas sus cadenas.

Por ventas, aunque **Inditex** no facilita la evolución de sus cadenas trimestre a trimestre, sus marcas de moda joven **Bershka** y **Pull & Bear** han evolucionado por debajo de la media. Se mantienen **Stradivarius**, **Zara Home** y **Massimo Dutti**, y evolucionan por encima del resto **Uterqüe** y **Oysho**.

En cuanto al lanzamiento de nuevos conceptos, tres de las cadenas del grupo gallego estrenaron imagen en los tres primeros meses del año. **Bershka**, **Uterqüe** y **Massimo Dutti**, con su *flagship* de Mallorca, ubicado en la zona de El Borne, fueron las marcas del grupo que han instalado en sus establecimientos un nuevo concepto de retail en los últimos meses.

Stradivarius abrió en el primer periodo del año su primer establecimiento en Japón, mientras que **Pull & Bear** abrió un *flagship store* en Milán y **Zara Home** aumentó su presencia en Japón, con un establecimientos de referencia en Tokio.

Zara, por su parte, fue la que registró una mayor actividad desde principios de año. La cadena estrella del grupo estrenó puntos de venta de referencia, como el de calle Serrano, en Madrid, además de nuevos *flagship stores* en Los Ángeles, Miami, Hong Kong, en Queen's Road, Zurich, Seattle, Johannesburgo y Sidney.

El grupo gallego ha concluido el primer trimestre del ejercicio (periodo comprendido del 1 de febrero al 30 de abril) con un aumento del 4% en sus ventas, que se han situado en 3.748 millones de euros. La empresa ha visto reducido en el periodo tanto su resultado neto como su resultado bruto, que han retrocedido un 7,3% y un 2,3%, respectivamente.