

Modaes

Empresa

Global Fashion Group crece un 19% y mejora su rentabilidad hasta septiembre

La empresa, impulsada por Rocket Internet y Kinnevik, ha finalizado el periodo con un resultado bruto de explotación (ebitda) negativo de 37,8 millones de euros, frente a los números rojos de 45,9 millones de euros de doce meses antes.

Modaes
13 nov 2019 - 13:22



Global Fashion Group mejora su rentabilidad. La compañía, impulsada por Rocket Internet y Kinnevik y que controla varios ecommerce de moda como Zalora, Lamoda o Dafiti, ha finalizado los nueve primeros meses de ejercicio con un resultado bruto de explotación (ebitda) negativo de 37,8 millones de euros, frente a los números rojos de 45,9 millones de euros.

Las ventas de la compañía se han elevado durante el periodo, con un alza del 19%, hasta 799,3 millones de euros. El *net merchandising value*, por su parte, ha registrado un

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/global-fashion-group-crece-un-19-y-mejora-su-rentabilidad-hasta-septiembre>

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

crecimiento del 22,5%, hasta 1.001,1 millones de euros. El margen bruto, por su parte, fue del 40,5%, 4,3 puntos más que doce meses antes.

Entre enero y septiembre, los pedidos a las plataformas del grupo se incrementaron un 21,3%, hasta 19,6 millones de euros, mientras que el número de consumidores activos ascendió a 10,8 millones, un 15% más.

Global Fashion Group ha registrado más de diez millones de usuarios activos entre enero y septiembre, un 15% más

Rocket Internet es una aceleradora de empresas que ha impulsado plataformas como Zalando. Además del segmento de la moda, el grupo opera con empresas de alimentación y gran consumo.

“Durante el periodo, nos hemos centrado en mejorar nuestra experiencia de cliente mediante la ampliación de nuestra gama, la mejora de las funcionalidades de nuestras aplicaciones y la consolidación de la sostenibilidad como un pilar clave de nuestro negocio”, han señalado Christoph Barchewitz y Patrick Schmidt, co consejeros delegado de Global Fashion Group, en un comunicado.

En el tercer trimestre, la empresa ha introducido más de cuatrocientas nuevas marcas en sus plataformas, además de lanzar su primera firma propia *eco*: Aere. En paralelo, el grupo ha nombrado un nuevo director de sostenibilidad para pilotar este segmento.

Para finales de ejercicio, la compañía estima un crecimiento del *net merchandising value* de entre el 20% y el 23%, hasta alrededor de 1.700 millones de euros. Global Fashion Group prevé cerrar 2019 con unas ventas de 1.300 millones de euros y “equilibrar” su ebitda.