
Modaes

Empresa

Inditex, cadena a cadena: Oysho se dispara un 23% y Uterqüe reduce su negocio un 6%

Modaes
17 sep 2014 - 11:13

La moda íntima de **Oysho** dispara su facturación en el primer semestre del año. La cadena del grupo **Inditex** ha logrado aumentar sus ventas en los seis primeros meses un 23%, convirtiéndose así en uno de los conceptos de mayor crecimiento del grupo. La cadena de calzado y complementos **Uterqüe** ha sido la línea de negocio que más ha reducido sus ventas en la primera mitad del año, hasta un 6%.

Aun así, **Pablo Isla**, presidente del gigante gallego, ha explicado en el marco de la presentación de resultados correspondientes al primer semestre que **Uterqüe** ha experimentado un “gran crecimiento en las ventas por superficie comparable”, en parte, “gracias a la transformación de la imagen de la cadena”. “Estamos contentos con la evolución del concepto”, ha añadido. La compañía ha pasado de tener 87 puntos de venta a contar 67 establecimientos en un año.

Oysho, por su parte, ha sido la cadena que mayor crecimiento ha registrado en los seis primeros meses del año. El concepto, especializado en moda íntima femenina, ha facturado en el primer semestre 187 millones de euros, un 23% más que en el mismo periodo del año anterior.

Modaes

La moda de hogar de **Zara Home** también se ha convertido en una de las protagonistas del periodo, registrando en el primer semestre de 2014 una facturación de 240 millones de euros, un 23% más que en los seis primeros meses de 2013, cuando alcanzó unas ventas de 196 millones de euros. La moda de hogar de **Inditex** también ha aumentado su número de tiendas desde febrero, con una red de distribución formada por 408 establecimientos, frente a los 363 con los que contaba hace un año.

La moda joven de **Stradivarius** continúa en buena forma. La cadena ha elevado sus ventas un 10%, hasta 509 millones de euros. **Stradivarius**, que ha aumentado su red de distribución hasta 877 establecimientos, creció en el primer semestre del año pasado un 2%, por lo que la evolución de la cadena está siendo positiva.

Zara, la cadena estrella del grupo, ha vuelto a cerrar el primer semestre del año con un crecimiento del 4%, hasta 5.206 millones de euros. Aun así, la cadena continúa siendo la que mayores ventas reporta al grupo y la que cuenta con un mayor número de tiendas, que a 31 de julio se situaban en 1.863.

Bershka, **Massimo Dutti** y **Pull & Bear** también han continuado creciendo en el primer semestre del año, registrando un aumento en sus ventas del 4%, 7% y 7%, respectivamente. En cuanto a su red de tiendas, **Bershka** es el concepto que cuenta con más establecimientos, por detrás de **Zara**, con un parque formado por 973 puntos de venta. **Pull & Bear**, por su parte, cuenta con 872 establecimientos, mientras que **Massimo Dutti** tiene 681 tiendas.

El grupo de distribución de moda ha finalizado los seis primeros meses del año con un facturación de 8.085 millones de euros, lo que representa un incremento del 6% respecto a la cifra lograda en el mismo periodo del ejercicio precedente. El beneficio neto de la compañía, en cambio, ha caído un 2,4%, hasta 928 millones de euros.