

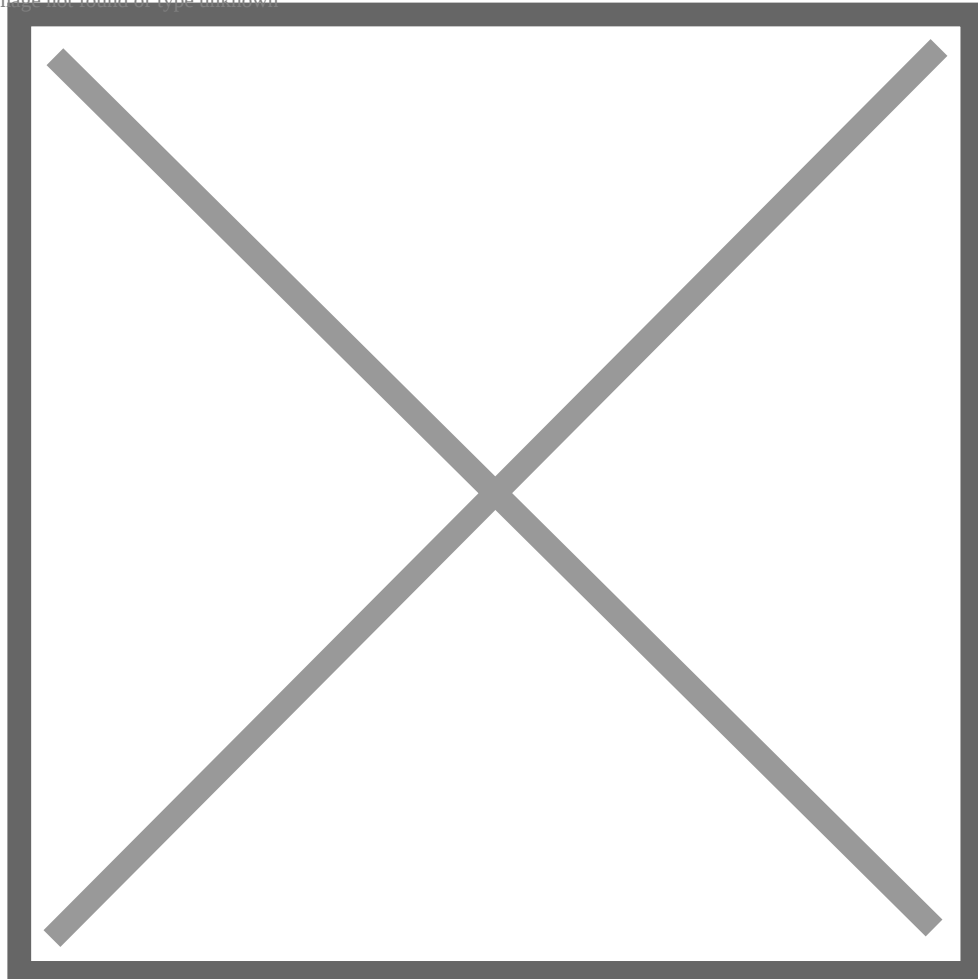
Empresa

Inditex impulsa Oysho: alcanza las 600 tiendas tras desembarcar en Suecia y Corea del Sur

Custodio Pareja
11 nov 2015 - 00:00

Modaes

Image not found or type unknown



El gigante español **Inditex** saca pecho con **Oysho**. La compañía especializada en moda íntima del grupo acaba de sobrepasar la barrera de las 600 tiendas tras desembarcar en Suecia y Corea del Sur, tal y como han explicado fuentes de la compañía a Modaes. En los últimos años, **Oysho**, que ha elevado su posicionamiento con nuevas aperturas en ubicaciones *prime*, se ha convertido en uno de los conceptos de **Inditex** de mayor crecimiento.

La cadena finalizó el ejercicio 2014 (cerrado el pasado enero) como el segundo concepto de **Inditex** con mayor crecimiento, solamente por detrás de **Zara Home**. **Oysho** registró en 2014 un aumento del 18% en sus ventas, que se situaron en 416 millones de euros (446,3 millones de dólares), frente a los 353 millones de euros

(378,7 millones de dólares) del ejercicio anterior.

Ahora, y tras los buenos resultados cosechados en 2014 en todos los países en los que opera, la compañía continúa potenciando su presencia en el mercado internacional con su entrada en Corea del Sur y Suecia con nuevas tiendas en las capitales de estos países.

La nueva tienda de **Oysho** en Seúl está situada en el complejo comercial **Coex Mall** y cuenta con una superficie comercial de 260 metros cuadrados, mientras que el establecimiento de Estocolmo dispone de una superficie de venta de 220 metros cuadrados y está ubicado en el centro comercial **Mall of Scandinavia**. En estos puntos de venta, **Oysho** distribuirá todas las líneas de producto de la marca, como su colección de moda íntima, deportiva, calzado o accesorios.

La cadena finalizó el ejercicio 2014 (cerrado el pasado enero) como el segundo concepto de Inditex con mayor crecimiento, solamente por detrás de Zara Home

A cierre de 2014, **Oysho** contaba con una red de 575 establecimientos (la sexta mayor cadena del grupo), 510 de los cuales eran tiendas propias y 65, franquicias. La cadena finalizó 2014 con 26 tiendas más que un año antes y aumentó un 7% la superficie de venta, hasta contar con un total de 84.193 metros cuadrados de superficie.

Con estas aperturas, **Oysho** pasa a estar presente en más de 44 países con una red de distribución formada por 600 establecimientos. Estas nuevas aperturas, sumadas a las que la cadena ha llevado a cabo recientemente en Europa, África, América o Asia, confirman la apuesta internacional de **Inditex** con **Oysho**. Además, la cadena de moda íntima de **Inditex** también distribuye sus colecciones online en más de 16 mercados.

Evolución de Oysho

Aunque el peso de las ventas de **Oysho**, que se fundó en 2001, en el conjunto del grupo es todavía pequeño, con sólo un 2,3% del total (por delante del 0,4% de **Uterqüe** y por detrás del 3% de **Zara Home**), la cadena se ha convertido en una de las apuestas en firme de **Inditex** para los próximos años.

Con estas aperturas, Oysho pasa a estar presente en más de 44 países con una red de distribución formada por 600 establecimientos.

El concepto de moda íntima del grupo de A Coruña fue el que más aumentó su rentabilidad el año pasado. En concreto, **Oysho** cerró el ejercicio con un ebit de 65 millones de euros (69,7 millones de dólares), lo que supuso un incremento del 63% respecto a 2013, por delante del 47% de mejora que registró **Zara Home** y del 2% de incremento de **Zara**.

Inditex, que también opera con **Zara**, **Zara Home**, **Bershka**, **Stradivarius**, **Massimo Dutti**, **Pull&Bear** y **Uterqüe**, cuenta con más de 6.570 tiendas en 88 países de los cinco continentes. **Inditex** finalizó 2014 con una cifra de negocio de 18.117 millones de euros (20.508 millones de dólares), un 8,3% más que en el año anterior. El resultado neto de la compañía se situó en 2.501 millones de euros (3.882,2 millones de dólares), un 5,2% más. En la actualidad, las ventas de **Uterqüe** no llegan al 1% del negocio total del grupo.