

Empresa

## La española Custo Barcelona incumple previsiones y reduce sus ventas un 9,3%

Modaes  
29 dic 2015 - 00:00

**Custo Barcelona** encoge su negocio. Según las cuentas correspondientes a la sociedad Blue Tower que acaban de ser publicadas por el Registro Mercantil, la firma de moda cerró 2014 con una caída del 9,33% en sus ventas. La empresa, que señala que el retroceso hubiera sido del 25% si no se hubiera realizado la colaboración con la cadena de supermercados **Lidl**, ha registrado un resultado de explotación negativo como consecuencia de una planificación errónea de las compras.

**Blue Tower** finalizó 2014 con una cifra de negocio de 17,71 millones de euros (19,43 millones de dólares), frente a los 19,54 millones de euros (21,4 millones de euros) del ejercicio anterior. “La evolución del negocio de la sociedad en 2014 no ha sido positiva, lejos de las previsiones que se hicieron en el año 2013, pues se preveía un incremento de las ventas, cuando lo que efectivamente ha sucedido ha sido todo lo contrario”, explica la empresa en el Informe de Gestión.

La reducción del 9,33% en las ventas de 2014 se hubiera situaron en el 25% de no haber realizado un acuerdo de distribución con **Lidl**, que supuso unas ventas de 3,18 millones de euros, tal y como explica la propia empresa. “El motivo principal de esta situación obedece a la crisis económica de este año 2014 que ha provocado que el consumo privado de este tipo de bienes haya bajado considerablemente”, afirma la compañía, que acaba de cerrar varias de sus tiendas en España.

Teniendo en cuenta que a cierre de 2013 **Custo Barcelona** preveía un buen 2014, la empresa aumentó la compra de prendas. “Al no cumplirse las expectativas de venta de las temporadas actuales, las existencias a cierre del ejercicio 2014 han aumentado de forma considerable en relación al año anterior”, afirma la sociedad.

**La empresa señala que la caída de las ventas se**

## hubiera situado en el 25% de no ser por la colaboración con una cadena de supermercados, que aportó ventas por 3,18 millones de euros

Además del aumento del stock, otro factor que ha afectado de forma negativa al margen bruto es que la empresa registró en 2014 un incremento de las ventas de producto de temporadas anteriores, “frente a una reducción en las ventas de la temporada actual”.

La empresa puso en marcha en 2014 un plan de choque que ha pasado por una reducción de los gastos de personal (con una disminución del 28% respecto a 2013 y trece personas menos en plantilla, con un total de 123 trabajadores) o un recorte en los servicios exteriores (un 17,56% menos).

“Todo ello en su conjunto ha supuesto haber obtenido unas pérdidas de explotación en 2014 de 28.999 euros (31.819 millones de dólares), frente a los beneficios de explotación obtenidos en el año anterior”, explica la empresa, cuyo resultado neto en 2014 fue de 611.092 euros (670 millones de dólares).

Por otro lado, en 2015, **Custo Barcelona** consiguió refinanciar su deuda con la banca, que asciende a 15,3 millones de euros (16,78 millones de dólares). La compañía, cuyos préstamos hipotecarios gozan de garantía sobre inmuebles propiedad de **Domus Viator** (la patrimonial de los hermanos **Dalmau**), ha logrado un periodo de carencia y ha conseguido alargar los periodos de vencimiento.