

# Modaes

Empresa

## Marisa entra en números rojos en el primer trimestre y contrae sus ventas un 4,5%

El grupo de moda brasileño, que cuenta con 387 puntos de venta, vuelve a hundir su resultado y acumula tres ejercicios consecutivos en descenso.

Modaes  
11 may 2018 - 00:00

**Marisa entra en números rojos en el primer trimestre y contrae sus ventas un 4,5%**

Marisa entra en número rojos. **El gigante brasileño de moda femenina registró unas pérdidas de 41 millones de reales (11,4 millones de dólares)** en el primer trimestre de 2018, como consecuencia de la crisis del consumo del mercado brasileño. En el mismo periodo del año anterior, el beneficio neto fue de 14,7 millones de reales (4,1 millones de dólares).

**Los ingresos netos de la compañía alcanzaron los 429,3 millones de reales (120,1 millones de dólares)**, lo que representa una caída de 4,5% frente al mismo periodo de 2017. Además, el resultado bruto de explotación (ebitda) se situó en 40,7 millones de reales (11,3 millones de dólares) entre enero y marzo de 2018, un 63,5% menos que los 101,6 millones registrados en el primer trimestre del año anterior.

La compañía ha explicado que las cuentas del primer trimestre se han visto afectadas negativamente por el calendario de carnaval, que impactó en las ventas de enero y febrero. La situación se complicó por un desbalance de los stocks de ciertos productos en los puntos de venta y la nueva sectorización de moda femenina y lencería en algunas tiendas.

**Marisa atribuye los resultados al efecto calendario, incluido por la celebración de carnaval en febrero**

---

# Modaes

---

**El beneficio bruto del periodo se situó en los 208,3 millones de reales (58,2 millones de dólares), cayendo un 9,6% con respecto a los 230,4 millones (64,4 millones de dólares) registrados en el mismo periodo del año anterior. El 31 de marzo de 2018, la compañía contaba con una red de 387 tiendas, dos menos que hace un año atrás. La superficie de ventas cayó un 0,2%.**

Fundada en 1948, Marisa se apoya en el modelo de *macrotiendas* y una amplia variedad de producto, especialmente en la moda íntima, que se ha convertido en su fuerte en los últimos años.