

Empresa

Primark crece un 15% en la campaña de invierno pese a la climatología adversa

Modaes
15 ene 2015 - 09:59

Primark sigue imparable. El grupo irlandés de distribución de moda ha finalizado los últimos cuatro meses con un aumento del 15% en sus ventas. La empresa ha conseguido esquivar el efecto de la climatología adversa, del que advirtió el pasado diciembre.

Según ha comunicado Associated British Foods, en las dieciséis semanas hasta el pasado 3 de enero, **Primark** ha impulsado sus ventas gracias al aumento de la superficie de venta y al buen ritmo de los nuevos establecimientos abiertos en el último año, “con una evolución excepcional en Francia”.

“Como indicamos en la presentación anual de resultados el pasado 4 de noviembre, las ventas por superficie comparable en otoño se vieron afectadas por el atípico clima cálido, pero la evolución durante las últimas cinco semanas, incluyendo Navidad, ha sido fuerte”, ha explicado **AB Foods**.

En el último año, **Primark** ha registrado ventas por superficie comparable positivas en Reino Unido, Irlanda y la Península Ibérica. “Como resultado de la debilidad del euro frente a la libra esterlina, las ventas totales de **Primark** se han elevado un 12%”, señala la empresa.

La cadena ha señalado asimismo que el margen operativo en las últimas seis semanas ha evolucionado según las previsiones, es decir, por debajo del año pasado “como consecuencia de un mayor nivel de descuentos.

La compañía ha llevado a cabo en las últimas semanas un total de diez aperturas, cuatro de ellas en Holanda y tres en Alemania.

Primark cerró el ejercicio 2014 el pasado septiembre. La compañía registró en 2014 una cifra de negocio de 4.950 millones de libras (6.332 millones de euros), un 16%

Modaes

más que un año antes. El beneficio de la compañía se situó en el pasado ejercicio en 662 millones de libras (847 millones de euros), un 29% más.