

Empresa

## Primark vuelve a apoyarse en las aperturas para compensar el 'like-for-like': alza de sólo el 6% en 2018

La cadena irlandesa de moda *low cost* ha cerrado el ejercicio (concluido el 15 de septiembre) con una facturación de 7.477 millones de libras (8.539 millones de euros), aunque las ventas comparables se redujeron un 2,1%.

Modaes  
6 nov 2018 - 09:37

Primark vuelve a apoyarse en las aperturas para compensar el 'like-for-like': alza de sólo el 6% en 2018

Primark sigue creciendo gracias a su expansión física. La cadena irlandesa, propiedad del grupo británico AB Foods, ha cerrado el ejercicio 2018 con un crecimiento del 6%, frente al 19% del ejercicio anterior. Las nuevas aperturas compensaron la caída de las ventas comparables, que se situó en el 2,1%. El beneficio operativo, por su parte, se disparó un 15%, hasta 843 millones de libras (963 millones de euros).

La compañía facturó 7.477 millones de libras (8.539 millones de euros) en el último ejercicio (cerrado el 15 de septiembre), frente a los 7.053 millones de libras (8.055 millones de euros) del ejercicio anterior. El margen de la empresa mejoró además su margen bruto, que se situó en el 11,3%, frente al 10,4% de 2017.

### Primark ha anunciado su entrada en Eslovenia y Polonia para los próximos años

Esta mejora estuvo motivada por una política de compras más eficientes y el impacto de la debilidad del dólar en el aprovisionamiento, especialmente en el segundo

# Modaes

semestre. De cara al año que viene, Primark prevé una nueva mejora de los márgenes en el primer semestre y un ratio estable para el año completo.

Con todo, el grupo subraya que “los tipos de cambio aplicables a las compras en la segunda mitad del ejercicio serán susceptibles a la volatilidad del tipo de cambio de la libra en un periodo de intensas negociaciones del *Brexit*”.

## **Reino Unido, motor de crecimiento**

El mercado británico fue uno de los que mejor evolucionó en el último ejercicio.

**Primark creció un 5,3% en el país y elevó sus ventas comparables un 1,2%** “en un mercado que encogió”, apunta la empresa en un comunicado.

En la zona euro, **la compañía incrementó su facturación un 4,7%, si bien las ventas comparables cayeron al mismo ritmo**. Primark subraya que el negocio creció en España, Portugal y Alemania. Ajustando la canibalización de las nuevas aperturas, la empresa estima que la caída de las ventas comparables fue del 3,6%, que atribuye en parte a la climatología, especialmente en el norte de Europa.

## **España fue uno de los países donde mejor evolucionó el negocio de la cadena el año pasado**

**En Estados Unidos, el grupo se muestra “muy satisfecho” con la evolución**, subrayando que las ventas comparables mejoraron, incluso en las tiendas en las que se ha reducido el espacio comercial. De cara a los próximos dos años, el grupo prevé nuevas aperturas en el centro comercial American Dream, en Nueva Jersey, y en Sawgrass Mills, en Florida.

A escala global, **Primark sumó quince nuevas tiendas en el ejercicio 2018**, hasta sumar 360 establecimientos en todo el mundo. En concreto, el grupo puso en marcha cinco nuevas tiendas en Alemania, cuatro en Reino Unido, dos en Francia y una en Portugal, Bélgica, Holanda, Estados Unidos y España (Valencia).

**De cara al próximo ejercicio, el grupo prevé abrir quince tiendas más, dos de ellas en España**, que se ubicarán en Sevilla y Almería. Además, el grupo desembarcará en 2019 en Eslovenia con una apertura en Liubliana y ha firmado el contrato para su primera tienda en Polonia, ubicada en Varsovia.