
Modaes

Empresa

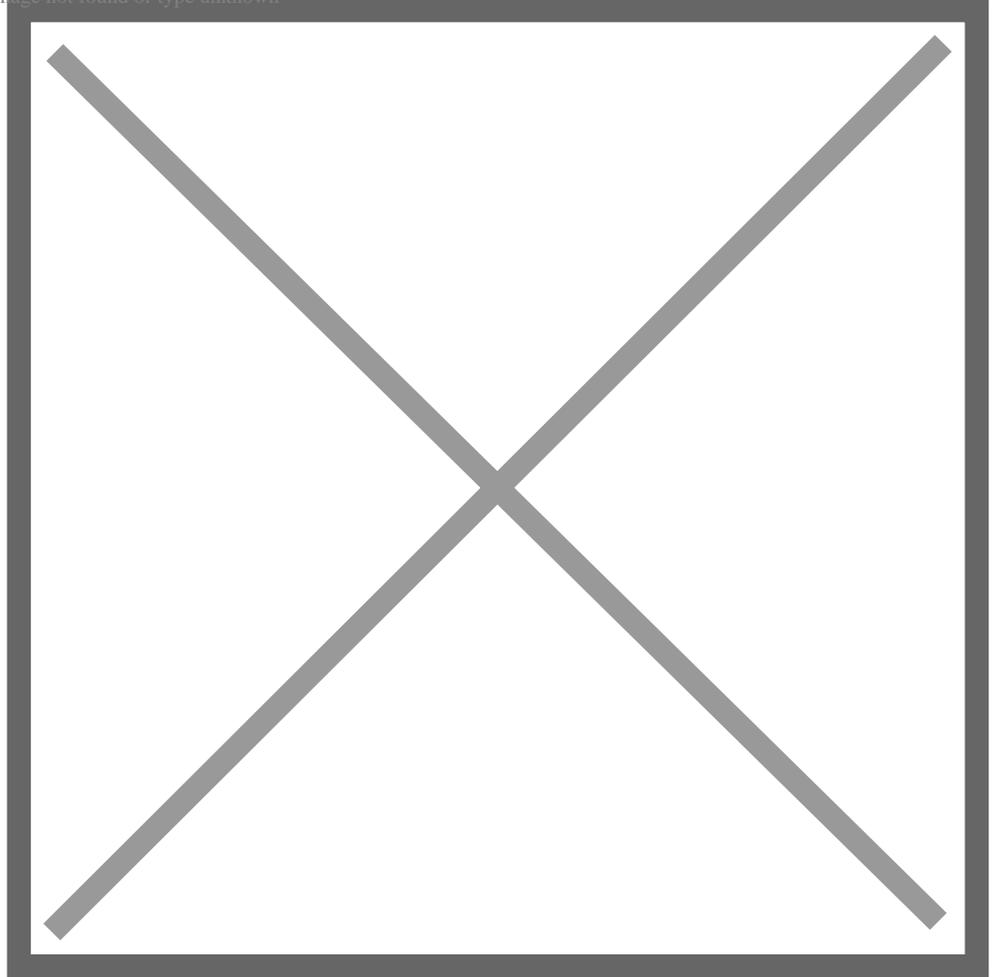
Urban Outfitters desploma el beneficio en el primer semestre con una caída del 42%

El gigante estadounidense del retail no escapa de la crisis que vive el sector en el país y encara un plan de reorganización de su red de tiendas que penaliza su resultado neto.

Modaes
16 ago 2017 - 09:58

Modaes

Image not found or type unknown



Urban Outfitters desploma de nuevo su beneficio. La compañía estadounidense de distribución se encuentra inmersa en un plan de reestructuración de su red de tiendas en su país que penaliza su resultado neto. En el primer semestre del año (cerrado a 31 de julio), la empresa registró ganancias de 61,8 millones de dólares (52,6 millones de euros), un 41,9% menos que en el mismo periodo del año anterior.

La compañía concluyó ya el ejercicio anterior con un retroceso del resultado neto del 3%, una caída que aceleró en el primer trimestre del año hasta el 60%. El pasado abril, **Urban Outfitters** anunció una inversión de ocho millones de dólares para reestructurar su red de retail y mejorar su servicio de entrega y su red logística.

En cuanto a la cifra de negocio, el grupo cerró los seis primeros meses del año con

Modaes

ventas de 1.634,1 millones de dólares (1.390,9 millones de euros), un 1,15% menos que un año atrás, cuando alcanzó 1.653,1 millones de dólares (1.407 millones de euros). Por marcas, las que peor han evolucionado han sido las dos mayores, **Urban Outfitters** y **Anthropologie**, cuya facturación se ha encogido en este periodo un 6,75% y un 1%, respectivamente.

La empresa ha concluido el primer semestre del año con un descenso de las ventas del 1,15%, hasta 1.634,1 millones de dólares

Por el contrario, **Free People** ha elevado su cifra de negocio en el primer semestre del año un 10%, hasta 339,7 millones de dólares (289,1 millones de euros). Por su parte, Food and Beverage ha crecido un 13%, hasta 12,3 millones de dólares (10,5 millones de euros).

El retail continúa concentrando el negocio del grupo, copando el 90% de su facturación, aunque entre febrero y julio ha frenado su crecimiento marcando un retroceso del 2,3% frente al avance del 11,5% del canal multimarca.

El consejero delegado de la empresa, **Richard A. Hayne**, ha asegurado que están decepcionados con los resultados registrados en el segundo trimestre del año y que tienen en marcha todo un conjunto de acciones para revertir la tendencia, como velocidad en llegar al consumidor, crecimiento internacional, expansión en multimarca e inversión digital.

Durante el primer semestre del año, **Urban Outfitters** ha abierto doce nuevos establecimientos, seis de ellos de **Free People**, otros cuatro de su cadena homónima, uno de **Anthropologie** y un último de Food and Beverage. Por otro lado, el grupo ha cerrado en este periodo seis tiendas, tres de ellas de **Free People**, una de **Urban Outfitters**, otra de **Anthropologie** y una última de Food and Beverage.

En la actualidad, el grupo cuenta con una red de 245 establecimientos de **Urban Outfitters** y 225 de **Anthropologie** en Estados Unidos, Canadá y Europa; 130 de **Free People** en Estados Unidos y Canadá, y doce restaurantes de Food and Beverage. Por otro lado, la marca **Free People** se comercializa en cerca de 1.900 puntos de venta en todo el mundo.