
Modaes

Empresa

Zara Home y Oysho 'tiran' de Inditex en 2014 y Uterqüe pasa del rojo al negro

Modaes
18 mar 2015 - 13:17

Las cadenas más pequeñas de **Inditex** tiran del crecimiento del gigante gallego. La cadena de moda de hogar del grupo, **Zara Home**, y **Oysho**, concepto especializado en moda íntima y deportiva para mujer, son las marcas que mayor crecimiento registraron en el ejercicio 2014, cerrado el pasado 31 de enero, con un aumento en su cifra de negocio del 21% y del 18%, respectivamente. La cadena de complementos de gama alta de **Inditex**, **Uterqüe**, también mostró una evolución positiva en 2014 tras entrar en beneficios y registrar unas ganancias de 2 millones de euros.

“Todas las cadenas del grupo han registrado una evolución positiva en 2014”, ha explicado Pablo Isla, presidente de **Inditex**, en la presentación de sus resultados anuales. Isla también ha destacado especialmente la evolución de **Uterqüe**, que “ha registrado un crecimiento del 18% en ventas por superficie comparable en 2014”.

Zara Home pasó de facturar 451 millones de euros a 548 millones de euros en 2014, elevando su cifra de negocio un 21% y situándose como la cadena del grupo que más creció el pasado año. Por detrás está **Oysho**, fundada en 2001, que es otro de los conceptos que mejor comportamiento registró, con un crecimiento del 18%, hasta 416 millones de euros.

El tercer concepto que más creció del grupo presidido por **Pablo Isla** es su cadena de moda joven **Stradivarius**, que elevó su facturación un 12%, hasta 1.130 millones de euros. **Massimo Dutti**, **Pull & Bear** y **Bershka** también registraron crecimientos del 9%, 8% y el 7%, hasta 1.413 millones de euros, 1.284 millones de euros y 1.664 millones de euros, respectivamente.

La cadena estrella del grupo, **Zara**, continúa siendo el concepto que más aporta al

Modaes

total del grupo pero es la que menor crecimiento obtuvo en el último año (sin contar **Uterqüe**, que vendió un 4,2% menos). **Zara** elevó su cifra de negocio un 7%, hasta 11.594 millones de euros.

Oysho, también la que más gana

El resultado de explotación (ebit) del gigante gallego se situó en 2014 en 3.198 millones de euros, un 4% más que en el año anterior. Por cadenas, **Oysho** también fue la que más elevó su beneficio en 2014, un 63%, hasta 65 millones de euros. **Zara Home**, por su parte, ha aumentó sus ganancias un 47%, hasta 81 millones de euros, convirtiéndose así en uno de los motores de crecimiento de **Inditex** del pasado año.

Pull & Bear es la única cadena que mostró signos de debilidad en 2014, al reducir su beneficio un 4% en 2014 hasta 188 millones de euros, frente a los 196 millones de euros de un año antes. **Bershka** y **Zara** también registraron una evolución discreta de su beneficio, del 2%, hasta 245 millones de euros y 2.123 millones de euros, respectivamente.

Uterqüe se convirtió en una de las sorpresas de **Inditex** este año, al pasar de rojo a negro en 2014. La cadena de complementos dirigida a un segmento de público medio alto ha pasado de perder 8 millones de euros a registrar un ebit de dos millones de euros en el último año. **Massimo Dutti** y **Stradivarius**, por su parte, han continuado por la senda del crecimiento, elevando su resultado neto un 8% y un 7%, hasta 267 millones de euros y 227 millones de euros, respectivamente.