

EQUIPAMIENTO

Unipreus emprende la recuperación y pone rumbo a los 43 millones este año

Tras un ejercicio 2020-2021 con una caída del 30% de la facturación, hasta 29,38 millones de euros, la sociedad que gestiona las tiendas de Wala, Unipreus y Prilow mira al futuro con optimismo.

Palco23
26 jul 2021 - 12:49



Unipreus encara la recuperación tras el golpe del Covid-19. La sociedad que gestiona las tiendas de Wala, Unipreus y Prilow cerró el último ejercicio con una disminución de la facturación del 30%, hasta 29,38 millones, pero apunta a facturar 43 millones en el año actual, que finaliza en julio de 2022, según *CMD Sport*.

La sociedad ha cerrado los cinco primeros meses de su año fiscal, de marzo hasta julio, con un crecimiento a doble dígito y prepara la apertura de nuevas tiendas de Wala de cara a 2022, poniendo el foco en aquellas zonas del área metropolitana de Barcelona donde no está presente, tanto al norte como al sur de la ciudad condal como en las dos comarcas del Vallès. Además, no descarta el salto fuera de Cataluña.

Actualmente, Wala está presente en las cuatro capitales de provincia catalanas, Barcelona, Tarragona, Lleida y Girona, además de en Vic. Las nuevas aperturas se

producirán en 2022, una vez se concreten las ubicaciones donde abrirán sus puertas los nuevos establecimientos de la cadena.

Unipreus ha cerrado los cinco primeros meses de su año fiscal con un crecimiento a doble dígito

Si se mantiene la buena evolución de las ventas hasta febrero de 2022, Unipreus podría igualar en el ejercicio fiscal 2021-2022 los casi 42 millones de euros con los que cerró 2019-2020. Y no se descarta incluso superar el máximo histórico de los últimos seis años, fijado en 43,38 millones de euros. Wala cuenta ahora con una tienda más y, por tanto, con posibilidades de más volúmenes de venta.

Al mismo tiempo, Unipreus detalla que se está produciendo una recuperación del margen de beneficio, tras cambiar la política de descuentos, y gracias al impulso de todas las categorías, incluyendo el fútbol y la moda, dos de las más afectadas por la pandemia.

Por otro lado, de cara al segundo semestre de 2021, Wala va a invertir en el canal digital para mejorar el CRM para ventas, las bases de datos de los clientes o la promoción de los productos. La tienda online aporta un 10% del global de la facturación.