

Modaes

Empresa

España vuelve a salir del 'top ten' de mercados de H&M en el segundo trimestre

Entre diciembre y mayo, las ventas del grupo sueco en el mercado español se impulsaron un 5%. Estados Unidos le ha arrebatado la primera posición a Alemania.

Modaes
1 jul 2021 - 09:18



España vuelve a perder importancia para H&M. El mercado español ha vuelto a salir del *top ten* de principales mercados para el gigante sueco de la distribución de moda en el segundo trimestre, muy lejos de la quinta posición que llegó a ocupar en el pasado. Estados Unidos le ha arrebatado la primera posición a Alemania.

Entre marzo y mayo, H&M facturó 1.302 millones de coronas suecas (128,4 millones de euros), un 138% más que en el mismo periodo del año anterior, cuando las tiendas estaban afectadas por las restricciones. En el periodo, la compañía también continuó ajustando su red de retail con nueve cierres en el país.

Modaes

En el acumulado del primer semestre, H&M facturó 2.534 millones de coronas (249,9 millones de euros) en el mercado español, un 5% más que en el mismo periodo de 2020 y un 10% más a tipos de cambio constantes. Durante el periodo, la empresa ha cerrado diez puntos de venta en el país.

Estados Unidos se ha convertido en el mayor mercado para H&M, por delante de Alemania

En el segundo trimestre de ejercicio, **Estados Unidos se ha coronado como mercado principal para H&M**, con unas ventas de 7.111 millones de coronas suecas (701,3 millones de euros), quitándole así el trono a Alemania, hasta ahora primer mercado para el gigante. En tercera posición se encuentra Reino Unido.

Le siguen Rusia, Suecia y China. Suiza se mantiene como el séptimo mayor mercado, mientras que Francia y Países Bajos se colocan en la octava y novena posición. Cierra el ránking Italia.

H&M ha cerrado diez tiendas en España durante el primer semestre

Por regiones geográficas, H&M sólo ha retrocedido en Europa, donde las ventas han disminuido un 1,7% en el periodo. En Asia y América, por su parte, el negocio de H&M se ha elevado un 1% y un 21%, respectivamente.

H&M ha finalizado el primer semestre con un incremento de las ventas del 3,5%, mientras que ha vuelto a la senda de la rentabilidad, volviendo a números negro en el periodo con un beneficio de 1.697 millones de coronas (167 millones de euros).