

Modaes

Empresa

Hanesbrands crece un 4,5% y vuelve a beneficios en el primer trimestre

La empresa estadounidense ha registrado un beneficio neto de 118,7 millones de dólares, mientras que, en el primer trimestre del ejercicio anterior, las pérdidas ascendieron a 263,2 millones de dólares.

Modaes
6 may 2022 - 11:43



Hanesbrands regresa a números negros. El gigante estadounidense, propietario de marcas como Bonds o Playtex, entre otras, ha cerrado el primer trimestre del ejercicio fiscal 2022 con unas ventas de 1.576,1 millones de dólares, lo que ha supuesto un incremento del 4,5% frente al mismo periodo del ejercicio anterior.

“Este trimestre hemos registrado un crecimiento de la marca Champion a escala global y también hemos notado el incremento de las ventas de productos de ropa interior”, ha explicado Steve Bratspies, consejero delegado de la empresa, en un comunicado. “Hemos superado las expectativas tanto de ventas como ganancias en

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/hanesbrands-crece-un-45-y-vuelve-a-beneficios-en-el-primer-trimestre>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

los tres primeros meses del año”, añadió el directivo.

En el periodo, la empresa volvió a números negros, registrando un beneficio neto de 118,7 millones de dólares. En el primer trimestre de 2021, Hanesbrands registró unos números rojos de 263,2 millones de dólares. Entre enero y marzo, el beneficio antes de impuestos de la compañía se situó en 584 millones de dólares, un 3,1% menos que en el primer trimestre del ejercicio anterior.

“A pesar de la inflación acelerada, las interrupciones de la actividad relacionadas con la pandemia y los desafíos logísticos, seguimos manteniendo nuestro objetivo de cumplir el plan estratégico *Full Potential*”, sostuvo Bratspies. La empresa puso en marcha el plan en mayo del año pasado, con el que espera alcanzar una facturación de 7.400 millones de dólares para 2024.

Hanesbrands ha perdido cuarenta millones de euros en ventas debido a los retrasos ocasionados en las entregas de Champion

La venta de artículos de moda íntima creció en un 1,5%, liderada, sobre todo, por la venta de las categorías de hombre, mujer y calcetines. El *activewear*, donde se incluye la marca Champion, registró un aumento del 6% en el periodo.

“El retraso en las entregas de los productos nos ha hecho perder cuarenta millones de dólares en pedidos; si las entregas hubieran llegado a tiempo, las ventas de Champion habrían registrado un alza del 14% en el periodo”, explicó la empresa.

Las ventas procedentes del mercado internacional registraron un alza del 7%, lideradas, sobre todo, por Europa, América y China. En países como Japón y Australia, las ventas registraron un receso debido a las restricciones relacionadas con la pandemia y los retrasos en las entregas, respectivamente.

De cara al segundo trimestre del ejercicio, Hanesbrands prevé registrar unas ventas consolidadas de entre 1.680 millones de dólares y 1.730 millones de dólares. Para el ejercicio fiscal completo, la empresa espera registrar una facturación de entre 7.000 millones de dólares y 7.150 millones de dólares, lo que supondría un crecimiento aproximado del 6% frente al ejercicio anterior.