

Empresa

H&M crece un 5,2% pero se hace menos rentable por tercer año consecutivo

El beneficio neto del grupo se situó en 12.652 millones de coronas suecas (1.219 millones de euros), un 21,8% menos que en el ejercicio anterior.

Modaes
31 ene 2019 - 09:00

H&M sigue creciendo, pero, al mismo tiempo, reduciendo su rentabilidad por cuarto año consecutivo. El gigante sueco de distribución de moda cerró el ejercicio 2018, el pasado 30 de noviembre, con una cifra de negocio de 210.400 millones de coronas suecas (20.273,6 millones de euros), un 5,2% más que en el año anterior. Sin embargo, el margen continuó a la baja y tanto el resultado bruto como el neto, también.

El ejercicio 2018 es el cuarto seguido en el que H&M ha ido perdiendo rentabilidad a pesar de continuar aumentando su volumen. En concreto, **la compañía redujo un 21,8% su beneficio después de impuestos, hasta 12.652 millones de coronas suecas** (1.219 millones de euros), mientras el beneficio operativo se situó en 15.493 millones de coronas (1.492,9 millones de euros), un 24,7% menos.

Se trata del tercer año consecutivo en el que, aunque las ventas suben, el beneficio de H&M baja. **El margen bruto de la compañía también se redujo, del 54% de 2017 al 52,7% en 2018.**

La compañía sueca, que cerró el ejercicio con una red de 4.968 establecimientos y 123.283 trabajadores en todo el mundo, tenía a 30 de noviembre un pasivo de 32.236 millones de coronas (3.106,2 millones de euros), frente a los 21.439 millones de coronas del mismo momento del año anterior.

Modaes

Las ventas en el canal online impulsaron el crecimiento de H&M en 2018, que alcanzaron los 30.000 millones de coronas suecas, un 22% más. **Las ventas a través de Internet ya representan el 14,5% de la facturación del H&M**, frente al 12,5% de 2017.

El grupo H&M, propietario de la cadena homónima y otros conceptos como Cos, Weekday, Cheap Monday, Monky, &Other Stories, Arket y Afound, señaló que “ha sido un año desafiante para el grupo H&M y para el sector, pero después de una difícil primera mitad, hay signos de que los esfuerzos para la transformación de la compañía están empezando a tener efecto”, señaló Karl-Johan Persson, consejero delegado del grupo.