
Modaes

Empresa

H&M dispara su beneficio un 18% en el primer semestre con el mayor aumento desde 2010

Modaes
18 jun 2014 - 10:13

H&M se desmarca. El gigante sueco ha concluido los seis primeros meses del ejercicio con un incremento del 18% en su resultado neto, hasta 8.458 millones de coronas suecas (939,99 millones de euros), frente a los 7.113 millones de coronas suecas (790,51 millones de euros) alcanzados en el mismo periodo del ejercicio precedente. Este es el mayor aumento registrado por **H&M** en el primer semestre desde 2010, cuando anotó un alza del 29%.

El incremento del beneficio es todavía mayor si se contabiliza sólo el segundo trimestre. Durante este periodo (finalizado el pasado 31 de mayo), **H&M** registró un aumento del 24% en su resultado neto, hasta 5.809 millones de coronas suecas (645,59 millones de euros).

La compañía ha explicado que estas buenas cifras se deben, en gran parte, a que cadenas como **&Other Stories** y canales como el de ecommerce de **H&M** en países como Francia y Estados Unidos han empezado a aportar rentabilidad a la cuenta de resultados del grupo. En España, la compañía ha crecido un 13% en el primer semestre.

En este sentido, la empresa ha concluido el primer semestre con un incremento del 16% en su cifra de negocio, hasta 69.970 millones de coronas suecas (7.776 millones de euros), frente a los 60.027 millones de coronas suecas (6.671 millones de euros) obtenidos en el mismo periodo del ejercicio precedente.

Modaes

El gigante sueco ha explicado que tiene previsto continuar con sus inversiones a largo plazo en el marco de su apuesta por la estrategia multicanal, entre las que destacan la puesta en marcha de la tienda online de **H&M** en España e Italia, que se llevará a cabo después de verano, así como en China, país en el que desembarcará con su plataforma de ecommerce a finales de año.

Además, **H&M** también tiene previsto ampliar su colección de calzado el próximo otoño y la de moda deportiva, **H&M Sport**, que según ha explicado **Karl-Johan Persson**, consejero delegado del grupo, ha conseguido penetrar en el circuito de la moda deportiva y ganar cuota de mercado.