

Empresa

## H&M entra en pérdidas en el segundo trimestre después de hundir sus ventas un 50%

El gigante sueco de distribución de moda registró unos números rojos de 4.900 millones de coronas suecas (466,8 millones de euros) entre marzo y mayo.

Modaes  
26 jun 2020 - 09:32



H&M continúa sufriendo el golpe del coronavirus. El gigante sueco de distribución de moda, número dos en el mundo por cifra de negocio, finalizó el segundo trimestre de ejercicio (comprendido entre marzo y mayo) con unos números rojos de 4.900 millones de coronas suecas (466,8 millones de euros), frente al beneficio de 4.569 millones de coronas suecas (435,3 millones de euros) del mismo periodo del año anterior.

---

# Modaes

---

El resultado bruto de explotación (ebitda) de H&M en el segundo trimestre también evolucionó a la baja, con unas pérdidas de 6.482 millones de coronas suecas (617,5 millones de euros). El margen bruto del grupo en el periodo fue del 46,3%.

Entre marzo y mayo, **las ventas de H&M se desplomaron un 50%, hasta 28.664 millones de coronas suecas** (2.725 millones de euros). Con el grueso de las tiendas cerradas, el comercio online de H&M creció un 36% en el periodo.

## **H&M registró pérdidas de 3.063 millones de coronas suecas (291,8 millones de euros) en los seis primeros meses**

En el acumulado de los seis primeros meses de ejercicio, la empresa registró unas pérdidas de 3.063 millones de coronas suecas (291,8 millones de euros), frente al beneficio de 5.372 millones de coronas suecas (511,8 millones de euros) de los seis primeros meses de 2019.

Entre diciembre y mayo, **la cifra de negocio de H&M registró un descenso del 22,9%**, hasta 83.612 millones de coronas suecas (7.966 millones de euros). El pico del impacto del coronavirus se registró a mediados de abril, cuando llegaron a estar cerradas el 80% de las tiendas del grupo y la caída respecto a las mismas semanas del año pasado ascendió al 70%.

En el primer semestre, **el stock de la compañía se mantuvo estable frente al mismo periodo del año anterior, hasta 40.000 millones de coronas suecas** (3.810 millones de euros), un 1% menos que en los seis primeros meses de 2019 gracias al “rápido plan de acción que puso en marcha la empresa”.

La compañía explica, además, que espera que realizar más rebajas en el tercer trimestre de ejercicio. El coste de los descuentos en relación con las ventas subirá entre dos y tres puntos en el periodo.

---

# Modaes

---

“Antes del golpe de la pandemia, tuvimos un buen desempeño como resultado de muchos años de investigación, combinado al hecho de que hemos actuado rápidamente para contrarrestar los efectos de la crisis, estoy convencida de que saldremos más fuertes”, ha señalado Helena Helmersson, consejera delegada del grupo, que se incorporó a la empresa a principios de año.