

Empresa

## Hugo Boss frena su expansión internacional tras la caída de las ventas en China y Estados Unidos

Modaes  
25 nov 2015 - 11:03

**Hugo Boss** frena su expansión internacional. La compañía alemana limitará sus aperturas a las ciudades principales, y reducirá la expansión a entre diez o quince nuevas puertas cada año, frente al centenar que venía abriendo anualmente. En el último ejercicio, **Hugo Boss** ha visto lastrado su crecimiento por la contracción de las ventas en China y Estados Unidos.

China continúa en el punto de mira de la compañía como un mercado clave para impulsar su crecimiento pero, debido a la desaceleración de la economía en el país, las ventas se han visto afectadas. En Estados Unidos, por otro lado, la fortaleza del dólar ha perjudicado al grupo, en particular a las compras realizadas por turistas.

Según ha explicado el consejero delegado de **Hugo Boss**, **Claus-Dietrich Lahrs**, el grupo se centrará ahora en localizaciones Premium en las “ciudades más importantes del mundo”. “Capitales regionales perderán interés para nuestra industria a largo plazo”, añadió. En paralelo, el grupo mantiene su apuesta por el ecommerce, que espera que aumente a doble dígito.

En el primer semestre del ejercicio, el grupo creció en todos los mercados donde está presente, y alcanzó 1.300 millones de euros de facturación, lo que supuso un alza del 5% respecto al mismo periodo de 2014. En China, **Hugo Boss** creció un 1% en el primer semestre, tras adquirir sus tiendas franquiciadas en el país.

De cara al tercer trimestre, la compañía recortó sus previsiones de crecimiento por la contracción de las ventas en China y Estados Unidos.