

Empresa

Hugo Boss gana un 39% menos en 2016 y contrae sus ventas un 4%

Mark Langer, el consejero delegado de la empresa, aseguró que la reestructuración está comenzando a dar sus frutos y prevé que las ventas se estabilicen en este ejercicio.

Modaes
9 mar 2017 - 11:14



Hugo Boss cierra otro ejercicio en descenso. La compañía alemana, inmersa en un plan de reestructuración, ha contraído su beneficio un 39% en 2016 y ha registrado una caída de las ventas del 4%. Con todo, la empresa prevé que los primeros resultados del plan comiencen a verse en este ejercicio y que las ventas retomen la senda del crecimiento el próximo año.

“El ejercicio 2016 no fue un año fácil para **Hugo Boss**”, reconoció **Mark Langer**, consejero delegado de la compañía. “Sin embargo, reaccionamos rápido y con consistencia a los cambios en nuestro entorno e introducimos un paquete de medidas

Modaes

para retomar la senda correcta”, añadió el directivo.

El resultado neto de **Hugo Boss** se situó en 193,6 millones de euros, frente a los 319,4 millones de euros del año anterior. La compañía registró una cifra de negocio de 2.692,8 millones de euros, frente a los 2.808,7 millones de euros de 2015.

La empresa redujo sus ventas en todos los mercados en los que opera, especialmente en América, donde retrocedió un 13%. En Asia Pacífico, la facturación se redujo un 3% mientras que en Europa, que continúa siendo el primer mercado de la empresa por cifra de negocio, se encogió un 1%, hasta 1.660 millones de euros.

La empresa confía en que este año su beneficio retome de nuevo la senda del crecimiento

Por su parte, los ingresos por licencias se incrementaron un 12%, hasta 69,4 millones de euros. Las tiendas propias siguen copando el grueso de la facturación de la compañía, con 1.677,1 millones de euros en 2016, un 1% menos. En cambio, en el canal multimarca la empresa redujo sus ventas un 11%, hasta 946,3 millones de euros.

“La reorganización que estamos llevando a cabo está comenzando a tener efecto y los primeros resultados ya son visibles, en particular, en lo que se refiere a nuestro negocio en China”, apuntó. Langer añadió que la compañía está ajustando su modelo de negocio a los cambios en el comportamiento del consumidor, reordenando su oferta de marcas.

Las previsiones de la empresa de cara a este año pasan por que Europa se mantenga estable, Asia registre un leve crecimiento, gracias al tirón de China, y América marque un leve descenso debido a los cambios en la distribución multimarca.

Hugo Boss estima que el canal propio crezca en 2017, mientras que el multimarca continuará cayendo, si bien a un solo dígito. Las licencias mantendrán el impulso, gracias principalmente al crecimiento del negocio de perfumería.

La empresa logró elevar sus ingresos por licencias gracias al empuje de su negocio de perfumería

Modaes

Por otro lado, la empresa considera que el beneficio volverá a remontar en este ejercicio y marcará una subida a doble dígito, gracias a la ausencia de gastos no recurrentes el año anterior.

La empresa se disparó en bolsa el mes pasado después de que la compañía belga **Group Bruxelles Lambert (GBL)** se hiciera con un 3% de la empresa. Este cambio de manos de parte del capital se produce en plena estrategia de reorganización en el seno del grupo, que el año pasado anunció la reducción de su oferta a sólo dos marcas : Hugo y Boss.

Este cambio de rumbo está siendo capitaneado por **Mark Langer**, quien tomó las riendas de la compañía en mayo del año pasado tras la renuncia de **Claus-Dietrich Lahrs** por las malas previsiones de la compañía.