

# Modaes

Empresa

## 2016, el año que Inditex, H&M y Gap reforzaron sus estrategias en Latinoamérica

Los tres gigantes de la distribución de moda transitaron diferentes caminos a lo largo del año: entraron en nuevos mercados, aumentaron su red de tiendas y cancelaron operaciones.

María Bertero  
19 dic 2016 - 18:32



Los tres gigantes de la moda finalizan el año con nuevas estrategias en Latinoamérica. Cuando parecía que **Inditex** y **H&M** serían las líderes en la región en 2016, **Gap** subió una marcha en el último tramo del año con nuevas aperturas. Aunque se retiró de dos mercados latinoamericanos, la compañía estadounidense reforzó su presencia en distintos países con nuevas tiendas.

En los últimos doce meses **Gap** apostó de lleno por México. En diciembre puso en marcha una nueva tienda de su cadena **Old Navy** en la Avenida Madero, donde también tiene presencia con su marca homónima y donde opera **Inditex** con **Zara**, **Bershka** y **Pull&Bear**. La cadena estadounidense también subió la persiana en Playa del Carmen y espera seguir creciendo en el mercado azteca con hasta cinco nuevos

1 / 5

<https://www.modaes.com/empresa/2016-el-ano-que-inditex-hm-y-gap-reforzaron-sus-estrategias-en-latinoamerica>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

---

puntos de venta. **Old Navy** opera en ciudades como Puebla, Querétaro, Cancún y Ciudad de México.

También en el último trimestre del año el grupo estadounidense abrió una tienda **Gap** en el centro comercial **Parque Delta** de Ciudad de México y una de **Banana Republic** en el centro comercial Plaza Mayor de León.

La apuesta del grupo por Latinoamérica se centra también en el mercado peruano.

**Gap**, que opera en el país de la mano de la chilena **Komax**, pondrá en marcha una nueva tienda de **Banana Republic** en Lima el próximo año, tal y como avanzó Modaes.

Pese a la expansión en algunos países de la región, Gap dio marcha atrás en dos mercados latinoamericanos. En abril, la compañía anunció su retirada de Costa Rica, país donde operaba con dos establecimientos en los centros comerciales **Multiplaza Escazú** y **Lincoln Plaza**.

Dos meses más tarde, **Gap** canceló sus operaciones en Colombia. El grupo desembarcó en el país en 2012 y contaba con una red comercial de cinco puntos de venta de su cadena homónima y de **Banana Republic**, que cerraron sus puertas el pasado junio.

Además de dar marcha atrás en algunos mercados, la compañía se encuentra también reestructurando su red de tiendas y reduciendo su número de establecimientos.

Los planes globales de **Gap** contemplan el cierre de 65 tiendas, quince más de las que tenía previstas.

**Gap** redujo un 17,74% su beneficio, hasta 204 millones de dólares. Las ventas del grupo tampoco han remontado en el periodo comprendido entre agosto y octubre. La compañía registró una cifra de negocio de 3.798 millones de dólares, un 1,5% menos que en el mismo periodo que el año anterior.

Por otra parte, **Inditex**, el número uno de distribución de moda por facturación, consolidó su reinado en Latinoamérica. México siguió siendo el principal mercado del gigante español por número de tiendas pero también sumó nuevos países latinoamericanos a su red de distribución.

# Modaes

En el último mes del año, **Inditex completó su desembarco en Colombia** con la puesta en marcha de su primera tienda **Uterqüe** en Bogotá. La compañía española llevará también sus otras cadenas al centro comercial **Parque La Colina**.

Desde su llegada a Colombia en 2007, el grupo español completa 51 tiendas. **Zara** suma trece puntos de venta, **Stradivarius** once, **Bershka** diez, **Pull&Bear** y **Massimo Dutti** con cinco cada una y tres de **Oysho** y **Zara Home**.

Guatemala fue otro de los mercados latinoamericanos elegidos por Inditex para extender sus tentáculos. La compañía española impulsó sus cadenas más jóvenes **Bershka** y **Pull&Bear** en el centro comercial en el centro comercial **Mall Pradera Concepción**.



Como todos los años, en 2016, el gigante español comenzó a operar en nuevos territorios. Con un total de 580 de tiendas en la región, el número uno del mundo en gran distribución de moda ha entrado en Paraguay, Nicaragua y Aruba.

En mayo, **Inditex** desembarcó en Paraguay. El grupo levantó la persiana de sus dos primeras tiendas en Asunción de las cadenas **Zara** y **Zara Home**, ambas ubicadas en el centro comercial **Paseo La Galería** de la capital paraguaya y con una superficie de 3.000 metros cuadrados.

En el primer trimestre de su ejercicio, **Inditex** puso un pie en otro mercado latinoamericano: Nicaragua. El gigante español instaló sus cadenas **Zara**, **Pull&Bear** y **Bershka** en el centro comercial **Galerías Santo Domingo** de Managua.

Sumado a esto, **Inditex** ha conquistado territorio caribeño. La compañía levantó la

# Modaes

persiana de su primera tienda **Zara** en la isla de Aruba (país autónomo de Holanda). El establecimiento se encuentra en la plaza Daniel Leo de la capital del país.

**Inditex finalizó los nueve primeros meses de su ejercicio** con una facturación de 16.403 millones de euros (17.434,3 millones de dólares), un 11% más que en el mismo periodo del año anterior, y con un resultado neto de 2.205 millones de euros (2.343,6 millones de dólares), un 9% más.



2016 fue también un año importante para **H&M** en Latinoamérica. El grupo sueco alcanzó las treinta tiendas en la región y superó la facturación de **Inditex** en los nueve primeros meses por tipo de cambio. A su vez, la compañía marcó el próximo año para comenzar a operar en Colombia y desembarcó en Puerto Rico. De esta manera, la compañía pasará a tener presencia en cinco países de la región, una vez que abra sus puertas la tienda de **H&M** en **Parque La Colina**.

De los tres gigantes de la distribución de moda, **H&M** es el que opera en menos mercados de Latinoamérica. Actualmente, la compañía está presente en cuatro países: México, Chile, Perú y Puerto Rico. El grupo sueco también eligió la recta final del año para acelerar su expansión en la región.

Una de sus grandes apuestas fue México, donde puso en marcha una tienda en la ciudad de León y otra en el centro comercial **Galerías Valle Oriente**, de la ciudad de Monterrey. **H&M** eligió la capital azteca para abrir su primer establecimiento fuera de un centro comercial. El grupo prepara la apertura de una nueva tienda en Avenida Madero de Ciudad de México y prevé también poner en marcha otras diez tiendas en el país

---

# Modaes

---

el próximo año.

Por otro lado, el gigante sueco abrió en Perú su punto de venta número treinta de Latinoamérica. El nuevo establecimiento se encuentra en el centro comercial **Real Plaza** de la ciudad de Piura. **H&M** ha trazado un plan de expansión en el mercado peruano que contempla doce aperturas hasta 2017, de las cuales ya realizó cuatro.

La compañía es la única que presenta su cifra de negocio por mercados. El grupo finalizó los nueve primeros meses de su ejercicio con una facturación de 2.284 millones de coronas suecas (266,4 millones de dólares) en Latinoamérica, cifra que ya supera las ventas del grupo en todo 2015 en la región. Las ventas globales de H&M alcanzaron las 139.547 millones de coronas suecas (16.282 millones de dólares), frente a las 132.167 millones de coronas suecas (15.421 millones de dólares) del mismo periodo del año anterior.