

Modaes

Empresa

H&M conquista Latinoamérica: el grupo sueco duplica su negocio en un año y supera los 220 millones de dólares

Modaes
28 ene 2016 - 00:00



H&M confirma su encaje en el mercado latino. El grupo europeo, segunda mayor compañía del mundo de distribución de moda, ha duplicado su tamaño en Latinoamérica en sólo un año, mientras en el mercado global ha crecido un 19%. La empresa, con sede en Suecia, ha sumado en Latinoamérica una facturación de 1.931 millones de coronas suecas (226 millones de dólares) en 2015 con presencia en sólo tres países. Los próximos planes de la compañía pasan por seguir conquistando el

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/hm-conquista-latinoamerica-el-grupo-sueco-duplica-su-negocio-en-un-ano-y-supera-los-220-millones-de-dolares>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (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

mercado latino con su inminente entrada en Puerto Rico.

México y Chile han sido en 2015 dos de los territorios de mayor crecimiento para la cadena sueca, presente en 61 países. Durante 2015, **H&M** aumentó un 83% sus ventas en el territorio azteca respecto al ejercicio 2014, registrando una facturación de 1.097 millones de coronas suecas (128 millones de dólares). En Chile, el grupo facturó, durante el último año, 573 millones de coronas suecas (67 millones de dólares), creciendo un 64% frente a la facturación de 350 millones de coronas suecas (41 millones de dólares) obtenida en 2014.

En Latinoamérica, Perú fue la gran apuesta de **H&M** durante 2015. El grupo aterrizó en el país en el pasado mayo y cerró su ejercicio con dos nuevas tiendas en Lima, que alcanzaron ventas por 261 millones de coronas suecas (30 millones de dólares). La cadena sueca se encuentra ahora ultimando su desembarco en Puerto Rico y evalúa su entrada en Colombia.

H&M, segundo grupo de distribución de moda, luego del gigante gallego **Inditex** y por delante de la estadounidense **Gap**, entró en el mercado latinoamericano en 2012. Su primera apuesta fue México, país donde hoy cuenta con dieciseis tiendas. Un año más tarde, la compañía aterrizó en Chile y durante 2015 realizó tres nuevas aperturas en Santiago, sumando un total de cuatro tiendas en el territorio.

Dentro de su expansión internacional por Latinoamérica, H&M planea la entrada a los mercados puertorriqueño y colombiano

Entre los tres grandes grupos de distribución de moda, **H&M** fue el último en apostar por el mercado latinoamericano. La cadena americana **Gap** inició su desarrollo en Latinoamérica en 2011, ingresando primero en Chile, de la mano del grupo nacional **Komax**. La expansión siguió en países como México, Panamá, Costa Rica, Colombia, Uruguay, Brasil, Paraguay y Perú.

Por el lado de **Inditex**, el gigante español está presente en 16 países y cuenta con más de 550 tiendas repartidas entre México, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Guatemala, Argentina, Ecuador, República Dominicana y Puerto Rico, entre otros.

En el último trimestre del ejercicio 2015, **H&M** alcanzó una facturación de 627 millones de coronas suecas (73 millones de dólares) en los tres países

Modaes

latinoamericanos, frente a los 296 millones de coronas suecas (34 millones de dólares) de facturación en el año anterior. Las cifras representan un beneficio de 111 millones de coronas suecas (13 millones de dólares).

En el cuarto trimestre 2015, la cifra de negocio en México creció un 73%, pasando de los 193 millones de coronas suecas (22 millones de dólares) del cuarto trimestre de 2014 a las 334 millones de coronas suecas (39 millones de dólares) del mismo período de 2015. La facturación de **H&M** en Chile aumentó un 83%, y se situó en el cuarto trimestre del ejercicio en 189 millones de coronas suecas (22 millones de dólares). Por el lado de Perú, al ser la última apertura en la región, las ventas en los últimos tres meses del 2015 alcanzaron los 104 millones de coronas suecas (12 millones de dólares).