

Modaes

Empresa

H&M crece un 32% en Latinoamérica en 2019 a las puertas de su entrada en Panamá

El grupo de distribución de moda ha cerrado 2019 con un crecimiento del 32% en la región, donde Puerto Rico, México y Colombia fueron los países que registraron un mayor incremento en ventas con respecto al ejercicio anterior.

Andrea Rosales G.
31 ene 2020 - 00:00



H&M crece a doble dígito en Latinoamérica. El gigante sueco de distribución de moda mantiene por cuarto año consecutivo su buen ritmo en la región, registrando un crecimiento del 32%, impulsado por Puerto Rico, México y Colombia. La empresa facturó 7.417 millones de coronas suecas (774,9 millones de dólares).

Mientras la compañía ha cerrado 175 establecimientos a escala global, **en la región el grupo sueco ha abierto 16 establecimientos en 2019 y culmina detalles para su próximo desembarco en Panamá**

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/hm-crece-un-32-en-latinoamerica-en-2019-a-las-puertas-de-su-entrada-en-panama>

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

de la mano del grupo Hola Moda.

En sólo cinco años, la compañía ha desembarcado en cuatro nuevos mercados: Colombia, Perú, Puerto Rico y Uruguay, a un ritmo de un nuevo mercado en el continente cada año y medio. La empresa suma 90 establecimientos en la región, donde México, Chile y Perú tienen el mayor peso en cuanto a número de tiendas.

H&M cuenta con una red de 19 establecimientos en Latinoamérica, distribuidos en Colombia, Perú, Puerto Rico, Uruguay, México, Chile, y próximamente en Panamá

El último país de la región donde llegó H&M fue Uruguay, instalándose en octubre de 2018 con una macrotienda en Montevideo. A cierre de 2019, H&M opera con tres establecimientos en el país que facturaron ventas 332 millones de coronas suecas (34,44 millones de dólares).

México, su principal mercado en la región por ventas y número de tiendas, volvió a ser el país que impulsó mayormente la facturación de H&M en Latinoamérica, aunque el de mayor crecimiento fue Puerto Rico, incluso sin haber tenido nuevas aperturas en 2019. En el último ejercicio, las ventas del grupo en el país azteca aumentaron un 29%, hasta 3.685 millones de coronas (382 millones de dólares). **La compañía opera en el país desde 2012 y actualmente suma 52 puntos de venta, ocho más que en 2018.**

Puerto Rico se posicionó como el país con mayor crecimiento en ventas en la región para la compañía sueca, incluso sin haber tenido nuevas aperturas en el año

Chile fue el segundo mercado en facturación para la compañía sueca en 2019, registrando 1.834 millones de coronas suecas (189,82 millones de dólares) en ventas y un alza del 23%, sin haber tenido nuevas aperturas. H&M llegó a Chile en 2013 y cuenta en la actualidad con quince establecimientos en el país.

En Perú, H&M cerró 2019 con dos establecimientos nuevos y una facturación de 970 millones de coronas suecas (100,62 millones de dólares), lo que significó un crecimiento del 27% en comparación con el ejercicio anterior. La compañía suma

Modaes

trece tiendas en el país, donde llegó en 2014.

En Colombia, la compañía de *fast fashion* sumó tres tiendas en 2019, llegando a los siete establecimientos en el país. **La facturación de H&M en el país cafetero alcanzó los 528 millones de coronas suecas (54,770 millones de dólares), registrando un alza del 30% en comparación con el ejercicio anterior.**

H&M, segundo grupo de distribución de moda, entró en el mercado latinoamericano en 2012 con su primera apuesta en México, un año más tarde la compañía aterrizó en Chile y en 2014 en Perú

Erling Persson, fallecido en 2002, puso en marcha la primera tienda de Hennes en 1947, tras un viaje a Nueva York luego impresionarse por los grandes almacenes de la ciudad como Macy's y Barney's y el modelo de negocio basado en el volumen, por lo que decidió exportarlo a Europa.

A escala global, el grupo ha cerrado el último ejercicio con una facturación de 232.765 millones de coronas suecas (22.242 millones de euros), un 10,6% más que el año anterior y ganancias de 13.443 millones de coronas (1.270 millones de euros), un 6,3% más que 2018.

Estos resultados significaron el primer crecimiento a doble dígito en cuatro años para la empresa, tras las subidas del 6,3% de 2016, del 4% de 2017 y del 5,2% de 2018. Karl-Kohan Persson, exconsejero delegado y ahora presidente del grupo, atribuyó este crecimiento al cambio de estrategia de la empresa “el plan de transformación de H&M continúa dando resultados”, aseguró Persson.