

Modaes

Empresa

H&M dispara sus ventas un 75% en Latinoamérica en los primeros nueve meses tras entrar en Puerto Rico

En este periodo, el gigante sueco facturó 266,4 millones de dólares en los cuatro mercados latinoamericanos en los que opera.

María Bertero
30 sep 2016 - 00:00



H&M prosigue su conquista de Latinoamérica. El grupo sueco, segundo en distribución de moda del mundo, aumentó un 75% sus ventas en la región en los primeros nuevos meses de su ejercicio, mientras que en el mercado global, la cifra de negocio del grupo se elevó tímidamente un 5,5%. Tras su entrada en Puerto Rico, **H&M** facturó 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.

Con tan solo 26 tiendas, el grupo sueco logra crecer a paso agigantados en Latinoamérica. México continúa siendo el principal mercado de **H&M** en la región,

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/hm-dispara-sus-ventas-un-75-en-latinoamerica-en-los-primeros-nueve-meses-gracias-a-su-entrada-en-puerto-rico>

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

tanto por número de establecimientos como por facturación. En todo el mundo, la compañía cuenta con una red de distribución de 4.135 locales, que facturaron en los primeros nueve meses 161.767 millones de coronas suecas (18.874,9 millones de dólares).

En el mercado mexicano, **H&M** opera con 19 tiendas, tres de ellas abiertas en el periodo entre el 1 de diciembre y el 31 de agosto. El grupo sueco facturó 1.108 millones de coronas suecas (129,2 millones de dólares) en este periodo, un 45% más que los nueve primeros meses del ejercicio anterior.

En Latinoamérica, H&M facturó 2.284 millones de coronas suecas en los nueve primeros meses de su ejercicio

Pese a ser México su principal mercado, Perú fue el país donde **H&M** más creció. La compañía disparó su cifra de negocio un 131% en los nueve primeros meses de su ejercicio en el mercado peruano, hasta 362 millones de coronas suecas (42,2 millones de dólares).

Hasta el pasado 31 de agosto, el gigante sueco operaba en el país con dos establecimientos y el pasado septiembre, **H&M** levantó la persiana de su tercer local en Perú, en el centro comercial **Mall del Sur** de Lima. La compañía ha trazado un plan de crecimiento en el mercado inca que contempla la apertura de doce tiendas hasta 2017.

El segundo país de Latinoamérica en donde **H&M** más aumentó sus ventas fue Chile. Allí, el grupo opera con cuatro tiendas en la capital del país, que facturaron 789 millones de coronas suecas (92 millones de dólares), lo que representó un 105% más que las ventas de los nueve primeros meses del ejercicio 2015.

Perú fue el país de Latinoamérica en donde H&M más aumentó sus ventas con un crecimiento del 131%

El desembarco en Puerto Rico fue también un factor que impulsó las ventas de **H&M**

Modaes

en Latinoamérica. La compañía sueca puso en marcha su primera tienda en el país el pasado junio en el centro comercial **Mall of San Juan**. A sólo dos meses de su apertura, el establecimiento logró facturar 25 millones de coronas suecas (2,9 millones de dólares).

Otra de la ofensiva del grupo en Latinoamérica es su inminente entrada en el mercado colombiano. **H&M**, que anunció su desembarco en el país en 2015, finalmente abrirá su primera tienda en Colombia en 2017 en el centro comercial Parque La Colina en Bogotá. La compañía dio a conocer la locación del segundo establecimiento que tendrá en el mercado cafetero, que se ubicará en el centro comercial Fontanar de Chía.

H&M comenzó su proceso de expansión en Latinoamérica en 2012, con su entrada en México. Posteriormente, el gigante sueco desembarcó en los mercados chileno y peruano, en 2013 y 2014, respectivamente.

Las ventas del grupo de los nueve primeros meses en Latinoamérica coparon el 1,4% de la facturación global de **H&M**. La cifra de negocio de la compañía en Latinoamérica ya supera las ventas del 2015 en la región, que alcanzaron el ejercicio pasado los 1.931 millones de coronas suecas (226 millones de dólares).

H&M ha concluido el periodo con un resultado neto de 12.722 millones de coronas suecas (1.484,4 millones de dólares), un 17% menos que en el mismo periodo del año anterior. El grupo atribuyó estos resultados a un clima demasiado cálido en el comienzo de la temporada de otoño y a los tipos de cambio.