

Empresa

H&M en Latinoamérica: ocho veces más grande y tres nuevos mercados en cinco años

A cierre de 2013, el gigante sueco de distribución de moda tenía presencia únicamente en la región en los mercados de México y Chile, a los que ahora se suman Colombia, Perú y Puerto Rico.

C. Juárez
17 oct 2019 - 00:00



H&M, *all in* en Latinoamérica en los últimos cinco años. El gigante sueco de distribución de moda, que acaba de ser adelantado por Fast Retailing como segundo mayor operador, ha dado un salto de gigante en Latinoamérica en el último lustro, multiplicando sus ventas por ocho, hasta 5.185 millones de coronas suecas (528,9 millones de dólares) y sumando 66 nuevas tiendas.

A cierre de 2013, el grupo contaba sólo con cinco establecimientos en la región, dos en Chile y tres en México, y una facturación de 601 millones de coronas suecas (61,3 millones de dólares). En 2014, el grupo incrementó su cifra de negocio un 57% en la región, sumando siete nuevos establecimientos.

Modaes

Para H&M, 2015 fue un año de inflexión en Latinoamérica. El grupo desembarcó en un nuevo mercado durante el periodo: Perú, donde entró con dos puntos de venta. La entrada en el mercado peruano supuso que la facturación del gigante sueco se duplicara en el periodo, hasta 1.931 millones de coronas suecas (196,9 millones de dólares).

En 2016, H&M continuó dando pasos en su estrategia de expansión en Latinoamérica con la entrada en un nuevo mercado. La compañía desembarcó en Puerto Rico, con dos establecimientos, y abriendo nuevas tiendas en los mercados donde ya operaba.

A cierre de ejercicio el grupo sumara veintidós nuevos puntos de venta en la región y rozando la barrera de las cuarenta tiendas. La entrada en Puerto Rico hizo que H&M disparara un 68,9% sus ventas en la región.

Un año después, el gigante sueco no sació su apetito de expandirse en Latinoamérica. La compañía amplió su presencia al mercado colombiano, donde subió la persiana de tres puntos de venta.

H&M cerró 2018 con 71 puntos de venta en Latinoamérica

En el periodo, H&M incrementó su red comercial con dieciocho nuevos puntos de venta, sumando un total de 58 establecimientos. Las ventas del grupo en la región, por su parte, se incrementaron un 46%, hasta 4.751 millones de coronas suecas (484,6 millones de dólares).

En el ejercicio de 2018, H&M pausó su expansión en la región americana. Con todo, el grupo continuó subiendo la persiana de nuevos puntos de venta, superando la barrera de los 71 establecimientos.

Modaes

A cierre de ejercicio, el gigante sueco registró una facturación de 5.185 millones de coronas suecas (528,9 millones de dólares), un 30,8% más que el año anterior, cuando la facturación de la empresa ascendió a 3.963 millones de coronas suecas (404,3 millones de dólares).