Modaes

Empresa

H&M esquiva el golpe en Latinoamérica: crece un 32% en el primer semestre

A pesar de haber contraído sus ventas en Perú y en Puerto Rico, el gigante sueco de distribución de moda vuelve a sacar petróleo de la región con alzas a doble dígito, mientras encoge sus ventas en mercados maduros.

María Bertero
28 jun 2018 - 00:00

H&M esquiva el golpe en Latinoamérica: crece un 32% en el primer semestre

Latinoamérica salva la caída de H&M en el primer semestre. El gigante sueco de distribución de moda, que estancó sus ventas globales y redujo su utilidad a doble dígito, ha vuelto a sacar partido de los cinco mercados latinoamericanos en los que está presente.

Tras haber crecido un 41% en los primeros tres meses del ejercicio, H&M ha vuelto a elevar su facturación en la región a doble dígito en el primer semestre (cerrado el 31 de mayo). **Las ventas del grupo se situaron en 3.114 millones de coronas suecas (349 millones de dólares)**, lo que supuso un incremento del 32,3% respecto al mismo periodo del año anterior.

A pesar del buen desempeño regional de la compañía sueca, algunos mercados de Latinoamérica penalizaron el avance del grupo. De hecho, **la región ha ido perdiendo peso en la facturación global de H&M, con una participación del 2,7%** hasta mayo, mientras que en el primer trimestre la cifra fue del 3,2%.

Sin embargo, esta cifra podría aumentar en el próximo trimestre, cuando el grupo contemple en su facturación la apertura de nuevas tiendas en México y Perú. Ayer, en la presentación de sus resultados semestrales, **H&M anunció que la expansión de su red de tiendas se centrará en mercados emergentes**

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.

, mientras que cerrará algunos establecimientos en mercados maduros como Europa.

La compañía sueca puso en marcha solamente una tienda en Latinoamérica durante el segundo trimestre del ejercicio, con la que alcanzó los sesenta establecimientos en la región. H&M ha elegido Colombia para agrandar su red de tiendas, sumado a que **el país cafetero fue el mercado de mejor evolución para el grupo, con una facturación de 220 millones de coronas (24,6 millones de dólares)**, frente a las 38 millones de coronas del mismo periodo del año anterior, cuando sólo contaba con dos puntos de venta.

En México, las ventas de H&M se elevaron un 42,5% en el primer semestre, hasta 1.514 millones de coronas (169,6 millones de dólares). El país azteca es el principal mercado en Latinoamérica para la compañía, por facturación como por número de tiendas, donde suma 38 establecimientos.

H&M elevó sus ventas un 42,5% en México y un 22,7% en Chile durante el primer semestre

El gigante sueco alcanzó los cuarenta puntos de venta en el mercado mexicano la semana pasada, cuando subió la persiana de dos nuevos establecimientos en los centros comerciales Paseo Interlomas y Parque Puebla. Además, **H&M anunció que comenzará a operar en México con su canal online**, siendo el primer mercado de Latinoamérica en tener presencia con ecommerce.

El segundo mercado por cifra de negocio para H&M en la región volvió a ser Chile. **En el país andino, la compañía elevó sus ventas un 22,7%**, hasta 916 millones de coronas (102,6 millones de dólares). El grupo opera en el país con ocho establecimientos y también prepara nuevas aperturas en lo que resta del año.

Por otro lado, **H&M volvió a tropezar en Perú y Puerto Rico**, tal y como sucedió en el primer trimestre. Sin embargo, la caída en los primeros seis meses fue menor. **Las ventas del grupo en el mercado peruano se situaron en 432 millones de coronas (48,4 millones de dólares), un 2,9% menos** que en el primer semestre de 2017. La compañía opera en el país inca con ocho *macrotiendas* y prepara otras tres aperturas para lo que resta del año.

El titán sueco desplomó un 48,3% sus ventas en Puerto Rico entre diciembre y mayo

https://www.modaes.com/empresa/hm-esquiva-el-golpe-en-latinoamerica-crece-un-32-en-el-primer-semestre

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.

El descenso más pronunciado en el segundo semestre se produjo en Puerto Rico, con una caída del 48,3% de la facturación, producto del cierre de los dos establecimientos que tiene H&M en la isla, que debieron cancelar sus operaciones por las reformas en los centros comerciales tras el huracán del año pasado. La cifra de negocio del grupo en el mercado puertorriqueño fue de 32 millones de coronas (3,5 millones de dólares), frente a las 62 millones de coronas (6,9 millones de dólares) de los primeros seis meses del ejercicio 2017.

Latinoamérica se ha convertido en un filón para H&M tras su llegada a la región en 2012, cuando subió la persiana de su primera tienda en México. **En los últimos tres años, la compañía ha desembarcado en un nuevo mercado latinoamericano durante cada ejercicio**. En 2016, el grupo entró en Puerto Rico, mientras que en 2017 lo hizo en Colombia. **Para finales de este año, H&M sumará a Uruguay a su lista de territorios en la región**, con la puesta en marcha de un establecimiento en el centro comercial Montevideo Shopping.

En todo el mundo, el titán sueco cuenta con 4.801 tiendas, a cierre del segundo semestre del ejercicio. La cifra de negocio de H&M retrocedió apenas un 0,2%, hasta situarse en 98.165 millones de coronas (11.002,6 millones de dólares) entre diciembre y mayo. El beneficio, por su parte, cayó un 28%, hasta 6.010 millones de coronas (673,6 millones de dólares).

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.