

Modaes

Empresa

H&M mantiene el impulso en Latinoamérica: crece otra vez por encima del 60% en los nueve primeros meses

La facturación del gigante sueco de distribución de moda en la región se disparó un 60,7% entre diciembre y agosto, hasta 3.631 millones de coronas suecas (445,5 millones de dólares), incluyendo el IVA. La compañía finalizó el periodo con 44 establecimientos en Latinoamérica.

María Bertero
28 sep 2017 - 00:00

H&M mantiene el impulso en Latinoamérica: crece otra vez por encima del 60% en los

H&M mantiene el envión en los nueve primeros meses. El gigante sueco de distribución de moda facturó un 60,7% más en Latinoamérica en el periodo comprendido entre diciembre y agosto. La cifra de negocio del grupo en los cinco mercados en los que opera alcanzó las 3.631 millones de coronas suecas (445,5 millones de dólares), incluyendo el IVA.

El mercado de mejor evolución en el acumulado del ejercicio de H&M fue Puerto Rico. Con sólo dos tiendas en la isla caribeña, el grupo sueco triplicó su facturación en el país, hasta 89 millones de coronas (10,9 millones de dólares).

Perú fue el segundo mercado de mejor evolución para la compañía en los nueve primeros meses. **En el mercado inca, H&M facturó 638 millones de coronas (78,2 millones de dólares), un 88,6% más que el mismo periodo del año anterior.**

H&M sólo abrió dos tiendas en el tercer trimestre de su ejercicio, ambas en México

Tras subir la persiana de una *macrotienda* en el centro comercial Real Plaza en

Modaes

Trujillo, H&M se ha marcado un plan de expansión en el mercado peruano que contempla la apertura de otro establecimiento fuera de la capital inca, que se ubicará en el centro El Quinde Shopping Center de la ciudad de Cajamarca, tal y como avanzó Modaes.

El tercer mercado latinoamericano de mayor crecimiento para el gigante sueco fue México. **Entre diciembre y agosto, la compañía europea elevó un 50% su cifra de negocio en el país azteca, hasta 1.670 millones de coronas (204,9 millones de dólares).** México continúa siendo el principal mercado del grupo en la región por número de tiendas y por facturación. Además, **en el tercer trimestre del ejercicio, H&M subió la persiana de dos *macrotiendas* en el mercado mexicano**, mientras que en el resto de Latinoamérica no realizó nuevas aperturas.

El gigante sueco se ha marcado el objetivo de abrir doce tiendas en México este año para romper la barrera de los cuarenta establecimientos en el país. Recientemente, H&M subió la persiana de una *macrotienda* en el centro comercial Galerías Pachuca.

H&M puso en marcha recientemente dos nuevas tiendas en Chile

Por su parte, **el grupo facturó un 34,3% más en Chile** durante los nueve primeros meses de su ejercicio. **La cifra de negocio de la compañía en el mercado andino se situó en 1.060 millones de coronas (130 millones de dólares), achicando así la brecha con México** y manteniendo la segunda posición entre los mercados latinoamericanos con mayor peso para el grupo sueco.

Ayer, H&M subió la persiana de su sexto establecimiento en el país, ubicado en el centro comercial Mall Plaza Coquimbo. A finales de agosto, la compañía abrió las puertas de su quinta *macrotienda* en Chile, en el centro comercial Mall Plaza Los Dominicos.

Los planes del grupo pasan por poner en marca más tiendas en el mercado chileno en la recta final del año. La estrategia de la compañía se centrará también en extenderse fuera de la capital con nuevos establecimientos y su primera *macrotienda* a pie de calle en el país.

H&M facturó en sólo tres meses 15,8 millones de dólares en el mercado colombiano

Modaes

Por último, el mercado colombiano tuvo un gran desempeño para el gigante sueco. Tras haber desembarcado en el país el pasado mayo, **H&M lleva facturados 129 millones de coronas suecas (15,8 millones de dólares) en los dos establecimientos con los que opera en Colombia, superando así a Puerto Rico.**

Latinoamérica es sin duda un mercado estratégico para H&M. **El próximo año, el grupo comenzará a operar en Uruguay**, que se convertirá en el sexto mercado latinoamericano en el que la compañía tendrá presencia.

En términos generales, H&M elevó sus ventas en todo el mundo un 7,2% en los nueve primeros meses, hasta 149.597 millones de coronas suecas (18.355,7 millones de dólares), sin contar el IVA. El beneficio bruto de la compañía creció un 5,27%, hasta 80.161 millones de coronas (9.835,8 millones de dólares). **El grupo sueco ha anunciado una reorganización de su red de tiendas en los mercados maduros**, con el cierre de noventa establecimientos en este ejercicio.