

# Modaes

Empresa

## H&M, a contracorriente en Latinoamérica: eleva sus ventas 46% con 18 aperturas en 2017

En el último ejercicio, el gigante sueco de distribución de moda sumó Colombia a sus mercados de la región, facturando un total de 4.751 millones de coronas suecas (602 millones de dólares) en los cinco países en los que opera.

María Bertero  
31 ene 2018 - 00:00

H&M reduce su crecimiento en Latinoamérica: eleva un 46% su facturación con 18 ape

H&M baja una marcha en Latinoamérica, pero sigue batallando. El gigante sueco de distribución de moda, que obtuvo un resultado ajustado en todo el mundo en 2017, volvió a elevar sus ventas a doble dígito en los cinco mercados latinoamericanos en los que está presente.

**Entre diciembre de 2016 y noviembre del año pasado, las ventas de H&M en la región fueron de 4.751 millones de coronas suecas (602 millones de dólares), un 46% más que en 2016.** Sin embargo, el crecimiento es menor respecto al año anterior, cuando la cifra de negocio del grupo sueco en Latinoamérica se disparó un 69%.

La compañía europea elevó sus ingresos a doble dígito en todos los mercados en los que está presente. **El país donde la cifra de negocio de H&M creció con más fuerza fue Perú, con un alza del 67,4%, hasta 855 millones de coronas suecas (108,3 millones de dólares).** En el último año, el grupo puso en marcha dos nuevos establecimientos en el mercado inca, sumando un total de ocho tiendas en el país.

**H&M elevó sus ventas un 47,7% en México, un 31,7% en Chile y un 67,6% en Perú durante 2017**

México volvió a obtener el oro como el mercado más importante para H&M en

# Modaes

Latinoamérica, tanto por volumen como por número de puntos de venta. **Los ingresos de la compañía en el mercado mexicano se situaron en 2.307 millones de coronas suecas (292,3 millones de dólares) en el último ejercicio**, un 47,7% más que en 2016. Además, el gigante europeo subió la persiana de doce tiendas en el país azteca, alcanzando los 37 establecimientos en el mercado mexicano.

Por facturación, **Chile se situó en 2017 como el segundo mayor mercado para H&M, con una cifra de negocio de 1.488 millones de coronas (188,5 millones de dólares)**. La cifra representa un incremento interanual del 31,7%, siendo el más bajo de los mercados latinoamericanos. A cierre del ejercicio, la compañía contaba con ocho tiendas en país andino, cuatro más que en el año anterior.

**Puerto Rico, en cambio, fue el único país de Latinoamérica en el que H&M no abrió establecimientos**. Sin embargo, la cifra de negocio del grupo en la isla se disparó un 60,3% en el último ejercicio, hasta 101 millones de coronas suecas (12,7 millones de dólares).

## Las ventas en Colombia se situaron en 224 millones de coronas (28,3 millones de dólares), en tan sólo siete meses de operación

En mayo de 2017, H&M sumó un nuevo mercado en la región: Colombia. **A cierre del ejercicio, la compañía sueca sumaba un total de tres *macrotiendas* en el país cafetero, que facturaron 224 millones de coronas (28,3 millones de dólares)**, más del doble que los dos establecimientos que el grupo tiene en Puerto Rico.

Con todo, **Latinoamérica representa sólo el 2% de la cifra de negocio total de H&M en el mundo**. La compañía cuenta a cierre del ejercicio con 58 tiendas en la región, 18 más que en 2016. Mientras el grupo sueco ha bajado la persiana en distintos países, Latinoamérica sigue siendo uno de los mercados de mejor evolución para la empresa y con más aperturas.

**En 2018, H&M comenzará a operar en Uruguay**, que se convertirá en el sexto mercado latinoamericano para el grupo sueco. La compañía ya confirmó que **el primer establecimiento en el país charrúa se ubicará en el centro comercial Montevideo Shopping**, tendrá una superficie de 3.000 metros cuadrados y abrirá sus puertas a finales de este año.

---

# Modaes

---

## Latinoamérica copa el 2% de las ventas globales de H&M

La facturación global de H&M en 2017 se situó en 200.004 millones de coronas suecas (25.343,8 millones de dólares), un 4% más que en el ejercicio anterior.

**El beneficio del grupo, en cambio, retrocedió un 13%**, hasta 16.184 millones de coronas suecas (2.050,7 millones de dólares).

La empresa explica que parte de esta caída se debe a la “débil evolución de las ventas en las tiendas físicas de H&M”, y añade que “esto se debe principalmente al cambio que está a travessando la industria, en el que cada vez más las ventas tienen lugar online”.

Contrario a lo que sucede en el panorama mundial, **las tiendas físicas siguen reinando las compras de los consumidores en Latinoamérica**. Además, H&M desembarcó en un nuevo mercado de la región durante los últimos tres ejercicios.