

Empresa

H&M se dispara en Latinoamérica: crece un 70% con quince nuevas tiendas en 2016

El gigante sueco confirma su apuesta por la región con nuevos puntos de venta, nuevos mercados y una facturación de 369 millones de dólares.

María Bertero
31 ene 2017 - 00:00



Latinoamérica se afianza como el motor de crecimiento de **H&M**. La compañía sueca, el segundo mayor grupo de distribución de moda del mundo, ha finalizado su ejercicio 2016 con un crecimiento del 68,9% de su cifra de negocio en el mercado latinoamericano. En el último año, el gigante europeo ha iniciado operaciones en un nuevo mercado y alcanzará los cinco países en la región este 2017.

En 2016, la facturación de **H&M** en Latinoamérica alcanzó los 3.263 millones de coronas suecas (369 millones de dólares). En el ejercicio anterior, la cifra de negocio del grupo sueco se había situado en 1.931 millones de coronas suecas (218,4 millones

de dólares), que en su momento supuso un crecimiento del 50% respecto a 2014.

Chile fue el mercado de mayor crecimiento de **H&M** en 2016. Aunque la compañía no abrió ninguna tienda en el mercado andino, en el último año, la cifra de negocio del grupo evolucionó un 97% respecto a 2015, hasta 1.129 millones de coronas suecas (127,7 millones de dólares).

Pese a no abrir nunguna tienda en 2016, Chile fue el mercado de mayor crecimiento del grupo

Perú fue el segundo mercado de mayor crecimiento de la compañía sueca en 2016, con un aumento del 95% de su facturación, hasta 510 millones de coronas suecas (57,9 millones de dólares). La evolución estuvo impulsada, en parte, por las nuevas aperturas que el grupo realizó en el país inca. En el último año, **H&M** subió la persiana de cuatro nuevas tiendas en el mercado peruano, superando a Chile por número de establecimientos.

México, en cambio, fue el país en el que la compañía abrió más tiendas en el último año. Sin embargo, el mercado azteca fue el que menos evolucionó por cifra de negocio, con incremento del 42% de su facturación, hasta 1.561 millones de coronas suecas (57,6 millones de dólares).

H&M, segundo grupo de distribución de moda, luego del gigante español **Inditex** y por delante de la estadounidense **Gap**, entró en el mercado latinoamericano en 2012. Su primera apuesta fue México, país donde hoy cuenta con 25 tiendas. Un año más tarde, la compañía aterrizó en Chile y en 2014 en Perú.

Tras desembarcar en Puerto Rico el año pasado, H&M prepara su entrada en Colombia para 2017

En 2016, **H&M** desembarcó en Puerto Rico tras poner en marcha su primer punto de venta 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). A cierre de su ejercicio 2016, el grupo cuenta con dos establecimientos en el mercado puertorriqueño.

Otra de las ofensivas del grupo en Latinoamérica es su inminente entrada en el

Modaes

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.

El grupo ha comenzado a dar forma a su equipo directivo en el mercado cafetero, para el que ha fichado talento de otros gigantes del sector como **Zara (Inditex)**, **Adidas** y **Mango**, entre otras empresas internacionales.

Las ventas globales de **H&M** crecieron un 6,3%, hasta 192.267 millones de coronas suecas (21.748 millones de dólares). Pese al crecimiento, el beneficio del gigante sueco se situó en 18.636 millones de coronas suecas (2.108 millones de dólares), un 10,8% menos que en 2015.