

Modaes

Empresa

H&M se mantiene firme en Latinoamérica: crece un 30% en 2018 tras entrar en Uruguay

El gigante sueco de distribución de moda facturó 5.437 millones de coronas (599,4 millones de dólares) en el último ejercicio. Puerto Rico fue el único mercado de la región en el que las ventas evolucionaron a la baja.

María Bertero
31 ene 2019 - 00:00

H&M se mantiene firme en Latinoamérica: crece un 30% en 2018 tras entrar en Uruguay

Latinoamérica sigue empujando a H&M al podio mundial. El grupo sueco de distribución de moda, número dos en el mundo por cifra de negocio, mantiene su impulso en la región otro ejercicio más. A pesar del buen desempeño, **la compañía ha ido aflojando su ritmo de crecimiento en Latinoamérica**, aunque se mantiene con alzas a doble dígito.

Mientras reordena su red mundial de tiendas, cerrando establecimientos en Europa y Estados Unidos, **Latinoamérica se ha posicionado como una región estratégica para H&M**. La compañía ha desembarcado en un nuevo mercado del continente cada año y medio.

En 2018 fue el turno de Uruguay, mercado en el que H&M se instaló en octubre con una *macrotienda* en Montevideo. **En los primeros dos meses de operaciones, el establecimiento de la compañía sueca en la capital uruguaya facturó 64 millones de coronas suecas (7,5 millones de dólares).**

Nuevamente, México volvió a ser el mercado de mayor peso en la facturación de H&M en Latinoamérica, aunque el de mayor crecimiento fue Colombia. En el último ejercicio, **las ventas del grupo en el país azteca aumentaron un 43,5%**, hasta 2.854 millones de coronas (314,6 millones de dólares). La compañía opera en el país con 45 establecimientos, ocho más que en 2017. Este año, H&M lanzará su plataforma de

Modaes

ecommerce en el mercado mexicano, siendo el primer país de la región en el que la empresa opere con este formato.

La cifra de negocio de la compañía de fast fashion en Colombia fue de 188 millones de coronas (20,7 millones de dólares), un 63,4% más que en el ejercicio anterior. H&M desembarcó en el país cafetero en 2017 y a cierre de ejercicio totalizaba cuatro establecimientos.

Por otro lado, **Chile siguió ganando peso en la facturación latinoamericana del grupo sueco**, con unos ingresos de 1.488 millones de coronas (164 millones de dólares) en 2018. La cifra supuso un incremento interanual del 19%. La empresa rompió este año la barrera de la decena de tiendas en el mercado chileno, sumando un total de 13 establecimientos a cierre del ejercicio.

Perú, en cambio, fue el país donde la cifra de negocio de H&M creció más moderadamente, con un avance del 5,2%, hasta 763 millones de coronas (84 millones de dólares). El país inca es el tercero para el grupo por número de tiendas, con once puntos de venta.

A pesar de la buena evolución en cinco mercados de la región, **H&M siguió pagando los estragos del huracán que azotó Puerto Rico en 2017, ya que las ventas en la isla cayeron un 12%** en el último ejercicio, hasta ochenta millones de coronas (8,8 millones de dólares). La compañía, que opera con dos tiendas en el país, debió cerrar las puertas de sus establecimientos por las condiciones climáticas que afectaron a los centros comerciales donde está presente.

Con todo, **H&M elevó sus ingresos un 30,4% en Latinoamérica, hasta 5.437 millones de coronas (599,4 millones de dólares)**. A pesar del buen crecimiento, la compañía sueca ha moderado su expansión en la región respecto a 2017, cuando incrementó sus ventas un 46%.

El gigante europeo también ha aminorado su crecimiento offline. Si en 2017 el grupo abrió 18 nuevas tiendas, en el último ejercicio H&M **subió la persiana de 16 nuevos establecimientos en Latinoamérica**.

H&M abrió 16 nuevas tiendas en Latinoamérica en 2018 y facturó 5.437 millones de coronas (599,4 millones de dólares)

La buena evolución en la región contrasta con los resultados globales de la compañía sueca, que, a diferencia de su archirrival Inditex, ha comenzado ahora a poner en marcha un plan de viabilidad para cambiar de modelo.

H&M cerró el ejercicio de 2018 con un beneficio después de impuestos de 12.652 millones de coronas suecas (1.394,8 millones de dólares) y una facturación de 210.400 millones de coronas suecas (23.195,6 millones de dólares). Se trata del tercer año consecutivo en el que, aunque las ventas suben, el beneficio de H&M baja. El margen bruto de la compañía también se redujo, del 54% de 2017 al 52,7% en 2018.