

Modaes

Empresa

Inditex y H&M plantan cara a Gap en Latinoamérica: las europeas se refuerzan y la estadounidense cierra tiendas

M. Bertero
1 jul 2016 - 00:00



Los tres gigantes de la moda reorganizan su estrategia en el mercado latinoamericano. En el primer semestre del año, **Inditex**, **H&M** y **Gap** han reenforcado su negocio en la región de distintas maneras: conquistando nuevos mercados, reforzando su presencia en países en los que operan o bien clausurando tiendas.

En la pugna por el dominio en el territorio latinoamericano, las europeas **Inditex** y **H&M**

1 / 5

<https://www.modaes.com/empresa/inditex-y-hm-plantan-cara-a-gap-en-latinoamerica-las-europeas-se-refuerzan-y-la-estadounidense-cierra-tiendas>

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.

Modaes

le han ganado la batalla a la estadounidense **Gap** en los primeros seis meses de 2016. Tanto el grupo español como la compañía sueca han reforzado su presencia en México y, en el caso de **Inditex**, ha entrado en tres nuevos mercados de la región, mientras que **H&M** ha anunciado su desembarco en otros dos país latinoamericanos.

Gap, en cambio, ha sido víctima en el primer semestre de la inestabilidad de las economías latinoamericanas. El grupo estadounidense, número tres mundial en distribución de moda, se ha retirado de dos mercados en los que operaba: Colombia y Costa Rica.

Inditex y H&M reforzaron su presencia en la región mientras que Gap tuvo que cerrar tiendas

En el primer semestre del año, **Inditex** extendió su red de tiendas a noventa mercados gracias a la entrada en nuevos países latinoamericanos. Con un total de 580 de tiendas en la región, el número uno del mundo en gran distribución de moda ha entrado en Paraguay, Nicaragua y Honduras.

En mayo, **Inditex** desembarcó en Paraguay. El grupo levantó la persiana de sus dos primeras tiendas en Asunción de las cadenas **Zara** y **Zara Home**, ambas ubicadas en el centro comercial **Paseo La Galería** de la capital paraguaya y con una superficie de 3.000 metros cuadrados.

En el primer trimestre de su ejercicio, **Inditex** puso un pie en otro mercado latinoamericano: Nicaragua. El gigante español instaló sus cadenas **Zara**, **Pull&Bear** y **Bershka** en el centro comercial **Galerías Santo Domingo** de Managua.

H&M anunció su entrada en Colombia para 2017 y a fines de 2016 abrió su primera tienda en Puerto Rico

Sumado a esto, **Inditex** ha conquistado territorio caribeño. La compañía levantó la persiana de su primera tienda **Zara** en la isla de Aruba (país autónomo de Holanda). El establecimiento se encuentra en la plaza Daniel Leo de la capital del país.

La red de distribución de **H&M** en Latinoamérica es más acotada. La compañía, número dos del mundo en distribución de moda por facturación, opera actualmente en México, donde concentra el mayor porcentaje de su negocio en la región, en Chile y Perú, con un total de 23 tiendas en estos tres países. Sin embargo, **H&M** también

Modaes

centra su expansión en Latinoamérica con la entrada en nuevos mercados.

Si bien no ha desembarcado en ningún país de la región durante los seis primeros meses del año, la compañía sueca anunció la apertura de su primera tienda en Puerto Rico. El nuevo establecimiento estaba previsto para junio de 2016, pero aún no ha abierto sus puertas.

En el primer semestre, el gigante Inditex desembarcó en Paraguay, Aruba y Nicaragua

Por otro lado, coincidiendo con la presentación de sus resultados semestrales, **H&M** también ha hecho pública su próxima entrada en Colombia, que se convertiría en su cuarto mercado en Latinoamérica. La primera tienda del grupo sueco en el país se encontrará en el centro comercial **Parque La Colina**. La compañía se ha marcado el objetivo de crecer en el mercado colombiano con diez tiendas hasta 2020.

Los gigantes refuerzan su imperio

Además de su entrada en nuevos mercados, en el primer semestre del año, **Inditex** ha reforzado su red de tiendas en países donde ya tenía presencia. En los primeros tres meses de su ejercicio, **Inditex** se fortaleció en México, país latinoamericano en donde concentra la mayor cantidad de tiendas, con un total de 35 locales. El grupo puso en marcha un nuevo establecimiento de su cadena **Massimo Dutti** en Avenida Masaryk, la calle más cara de Ciudad de México.

Por el lado de **H&M**, la única apertura del grupo en el primer semestre fue también en el mercado mexicano. El nuevo establecimiento se encuentra en el centro comercial **Plaza Mayor** de la ciudad de León, localidad donde **H&M** ya contaba con un punto de venta. Con esta nueva apertura, la compañía sueca alcanza las 18 tiendas en el país, que se convierte en el principal mercado del grupo en la región latinoamericana.

Gap reforzó su presencia en México impulsando su cadena Banana Republic con una nueva tienda en León

Modaes

Para lo que resta del año, **H&M** reforzará su presencia en el mercado peruano. El centro comercial **Mall del Sur** de la ciudad de Lima contará con una nueva tienda de **H&M**, que espera abrir sus puertas en el segundo semestre del año. Pese a las pocas aperturas de 2016, la compañía sueca anunció tres nuevas tiendas en Chile para 2017.

La estadounidense **Gap**, en cambio, ha reestructurado su negocio en Latinoamérica al mismo tiempo que sus rivales extiendan su presencia. En el primer semestre del año, la compañía dio marcha atrás en algunos de los mercados latinoamericanos en donde tenía presencia.

Gap ha retirado su negocio de Costa Rica y Colombia. La compañía estadounidense operaba en el país centroamericano con dos establecimientos ubicados en los centros comerciales **Multiplaza Escazú** y **Lincoln Plaza**, que cerraron sus puertas a finales de abril.

Coincidiendo con el anuncio de **H&M** de entrar en Colombia, **Gap** decidió replegarse en el país cafetero y echar el cierre de sus cinco establecimientos. La compañía operaba en el mercado colombiano con una tienda **Banana Republic** y cuatro **Gap**. El negocio de **Gap** en Centroamérica, Caribe y parte de Sudamérica, está controlado por el grupo panameño **Superior Brands Holding**, que era propietario de las licencias del grupo en Costa Rica y Colombia.

Sin embargo, **Gap** afila su estrategia en México, donde acaba de poner en marcha un nuevo establecimiento de **Banana Republic** en el centro comercial **Plaza Mayor**, en la ciudad de León. En paralelo, la compañía estadounidense planea duplicar su presencia en Perú, donde instalará *macrotiendas* de sus marcas **Gap**, **Banana Republic** y **Old Navy**.

Facturación de los tres gigantes

Inditex cerró el periodo del 1 de febrero al 30 de abril de este año con ventas de 4.879 millones de euros (5.488 millones de dólares), un 12% que en el primer trimestre de 2015. Lastrada por los efectos del tipo de cambio, la empresa logró un beneficio neto de 554 millones de euros (623 millones de dólares), un 6% más.

El grupo español no detalla su facturación por países pero sí informa que presencia tiene en todos los mercados en los que opera. A cierre de 2015, el grupo sumaba un total de 578 tiendas en Latinoamérica, el 8% de su red total de establecimientos en el mundo.

H&M, que presenta sus resultados financieros por países, elevó sus ventas a doble dígito en todos los mercados en los que opera en Latinoamérica en el primer semestre

Modaes

. En México, el grupo ha cerrado los seis primeros meses de su ejercicio fiscal (periodo concluido el 31 de mayo) con una cifra de negocio de 716 millones de coronas suecas (86,8 millones de dólares), un 46% más que el año anterior.

Por su parte, en Chile las ventas de la compañía sueca ascendieron a 514 millones de coronas suecas (62,3 millones de dólares), casi el doble que en el mismo periodo del año anterior. Por último, en Perú, **H&M** facturó 226 millones de coronas suecas (27 millones de dólares), tres veces más que en la primera mitad de 2015.

Gap registró en los tres primeros meses del año un resultado neto de 127 millones de dólares, un 46,8% menos que en el mismo periodo del año anterior, cuando la empresa, alcanzó un beneficio de 239 millones de dólares.

La compañía llevó a cabo el cierre de más de 75 de tiendas a nivel mundial. La cifra de negocio del grupo también se resintió en el primero trimestre del año. **Gap** redujo sus ventas en este periodo un 6%, hasta 3.438 millones de dólares.

Latinoamérica concentra 152 tiendas de las cadenas **Gap**, **Banana Republic** y **Old Navy** del grupo estadounidense. La región representa así un 3,5% de la red total de la compañía estadounidense.