

Modaes

Back Stage

Los jefes del ecommerce en Latinoamérica

MercadoLibre, Netshoes y Dafiti se consolidan como los grupos más importantes de la región, gracias al agudo olfato de sus consejeros delegados, quienes le han hecho contrapeso a gigantes del sector como Amazon y Alibaba.

María Cantini
15 dic 2017 - 00:00

Los jefes del ecommerce en Latinoamérica

Image not found or type unknown

El podio del ecommerce, repleto de actores regionales en Latinoamérica. Las compras en la Red han crecido y se han sustentado debido a la amplia oferta de precios y el crecimiento del acceso a Internet. Aprovechando este *boom* de productos y ofertas, en todo el mundo se han construido grandes imperios como Amazon y Alibaba.

En Latinoamérica, estos grandes grupos internacionales tienen un gran número de compradores. Sin embargo, estos tienen que esperar cerca de un mes para recibir sus pedidos. Precisamente, **el factor tiempo conllevó a que los usuarios locales se decantarán por comprar en plataformas latinas como Mercado Libre, Dafiti y Netshoes**, que tienen políticas de entrega de entre dos a cinco días. Lo que ha disparado la facturación de los grupos latinos, transformándolos en los dueños del ecommerce en la región.

Los jefes del ecommerce en Latinoamérica

Image not found or type unknown

MercadoLibre: el gigante argentino

En 1999, Marcos Galperin puso en marcha MercadoLibre, plataforma que buscó acercar a los compradores argentinos a la dinámica del comercio electrónico que en ese momento daba sus primeros pasos en el país gaucho. Graduado en Economía por la Universidad de Pennsylvania y con un MBA en la Universidad de Stanford, Galperin catapultó a la compañía como **el grupo de ecommerce más grande de Latinoamérica**, ya que opera en dieciocho mercados como Bolivia, Colombia, Costa

Modaes

Rica, Honduras y Uruguay, entre otros.

Durante los primeros nueve meses de su ejercicio 2017, MercadoLibre obtuvo **una cifra de negocio de 961,1 millones de dólares, un 63,4% más** que en el mismo periodo del año anterior. El beneficio del grupo se **mantuvo a la baja de enero a septiembre, con un descenso del 4,1% de sus utilidades netas, hasta 81,5 millones de dólares**. En el mismo periodo de 2016, el grupo registró ganancias de 85 millones de dólares.

El pasado junio, MercadoLibre ingresó al Nasdaq, el índice bursátil que reúne a más de cien compañías de sector tecnológico en la Bolsa de Nueva York como Facebook, Apple y Google. **El grupo argentino relevó a Yahoo dentro del repertorio de compañías**, consolidando su nombre como uno de los más importantes del mundo y ratificando a Marcos Galperin como uno de los empresarios más influyentes de Argentina.

Modaes

Los jefes del ecommerce en Latinoamérica

Image not found or type unknown

Netshoes: del retail al online

Marcio Kumruian es considerado como uno de los empresarios más destacados de Brasil gracias al impulso que Netshoes le ha dado a la moda deportiva en el país. En 2000, Kumruian puso en marcha dos tiendas de zapatos en Sao Paulo. Dos años después, la compañía inició su plataforma de venta online, en la que poco después centraría el grueso de su negocio.

En 2011, el grupo, capitaneado aún por Kumruian, dio un nuevo salto adelante con el inicio de su desarrollo internacional en Argentina y México. Netshoes también ha extendido su negocio fuera de su propia web y gestiona las tiendas online de Puma, Havainas y Timberland en países latinoamericanos, entre otras. Así mismo, la

Modaes

compañía tramita las plataformas de diferentes clubes deportivos como Corinthians, São Paulo y Palmeiras, Santos y Cruzeiro, entre otros.

Según los últimos datos disponibles, Netshoes superó los 2.000 millones de reales de facturación en 2015 (623 millones de dólares). Este año, la compañía argentina empezó a cotizar en la Bolsa de Nueva York.

Los jefes del ecommerce en Latinoamérica

Image not found or type unknown

Dafiti: de *start up* a gigante

En 2010, cuatro emprendedores brasileños, (Malte Horeyseck, Malte Huffmann, Thibaud Lecuyer y Philipp Povel), buscaron replicar en su país natal el modelo de

Modaes

negocio de Zalando, la plataforma alemana que dio sus primeros pasos en la Red comercializando distintas líneas de calzado y que después amplió su portafolio a prendas de vestir y artículos deportivos.

Povel, consejero delegado de Dafiti, tocó las puertas de Global Fashion Group, propiedad de Rocket Internet, especializada en impulsar *starts ups* y la que aportó cincuenta millones de dólares para iniciar las operaciones en Brasil. Durante el primer año de funcionamiento en su mercado local, la compañía superó todas las expectativas y alcanzó una facturación cercana a los 200 millones de dólares.

El crecimiento de la empresa, en tan sólo siete años de funcionamiento, ha llamado la atención de más grupos inversores como Quadrant Capital Advisors, propiedad del magnate colombiano Alejandro Santodomingo. En 2012, el fondo desembolsó 62 millones de dólares para potenciar a Dafiti en otros mercados de la región.

Bajo la directriz de Povel, la compañía ha expandido sus fronteras a Argentina, Colombia y Chile, donde comercializa más de 120.000 referencias de prendas de vestir, calzado y accesorios deportivos de marcas como Adidas, Nike y Under Armour. Durante los seis primeros meses de 2017, **Dafiti registró una cifra de negocio de 306 millones de dólares, un 18,9% más** que el mismo periodo del año anterior.