
Modaes

Empresa

El grupo alemán Otto invierte en moda para combatir a Zalando y Amazon

Modaes
7 mar 2014 - 11:05

Otto eleva su apuesta por la moda. El grupo alemán, uno de los mayores operadores de ecommerce del mundo, prepara una inversión de 300 millones de euros para mejorar su plataforma móvil y planea el lanzamiento de una nueva web dedicada a moda con el objetivo de seguir el ritmo a otros operadores del sector como el gigante **Amazon**.

El desembolso que realizará la compañía incluye un nuevo software para su página web homónima, así como inversiones en empresas como **Yapital**, especializada en pagos con el móvil, y otras *start-ups* de ecommerce.

El grupo también lanzará un nuevo sistema online para mujeres a las que les gusta la moda con tiendas online especializadas. Además, **Otto** está trabajando en potenciar las ventas a través del móvil, de donde prevé captar el 50% del tráfico online en un periodo de dos años.

Otto, fundada en 1949 como una empresa de venta por catálogo, se convirtió en operador de ecommerce y ahora cuenta con 60 páginas web y factura anualmente alrededor de 6.000 millones de euros sólo a través de la Red. El objetivo de la compañía es conseguir alcanzar los 8.000 millones de euros en ventas online en 2015.

Entre los principales rivales de **Otto**, que es propietario de plataformas de venta como **Venca**, están **Amazon**, el británico **Asos** y el grupo alemán **Zalando**, que prepara su salida a bolsa.