

Empresa

Inditex completa su desembarco online en México: lanza ecommerce de Uterqüe en el país

El país norteamericano es el único mercado en Latinoamérica en el que está presente a través del canal online y con la cadena de moda femenina.

Iria P. Gestal
6 feb 2019 - 00:00

Inditex potencia el online de Uterqüe: entra en Zalando, Lamoda y lanza ecommerce en

Inditex, *all in* en México. El gigante español de distribución, que se ha marcado el objetivo de llegar online en todo el mundo en 2020, ultima el lanzamiento del ecommerce de Uterqüe en México, completando así su desembarco online en el país.

El concepto de moda femenina es, actualmente, el único con el que Inditex aún no está presente en el mercado mexicano y además, México es el único país de Latinoamérica en el que el gigante español opera con Uterqüe, con un total de catorce tiendas.

Estos movimientos se producen en el marco de la estrategia 2020 del grupo español. El pasado septiembre, Pablo Isla, presidente de Inditex, explicó que la empresa se ha marcado el objetivo de llegar online a todos los países del mundo con todas sus cadenas para ese año, tengan o no presencia física.

La cadena más joven de Inditex es la que más creció en el último ejercicio, un 16,9% más

Uterqüe cerró el ejercicio de 2017 con una cifra de negocio de 97 millones de euros

Modaes

(110,7 millones de dólares), frente a los 83 millones de euros (94,7 millones de dólares) registrados en 2016. A cierre del año fiscal, la compañía contaba con noventa tiendas en todo el mundo, doce más que el año anterior.

En paralelo a su expansión en México, Uterqüe ha entrado también en la plataforma Lamoda, propiedad de Rocket Internet. El pasado octubre, Oysho, la cadena de íntimo de Inditex, firmó un acuerdo con el grupo para comenzar a comercializar la cadena. Pull&Bear es la otra presencia del grupo que tiene presencia en el *marketplace*.

En Zalando, el gigante español también ha realizado alguna colaboración con Oysho. La cadena de íntimo del grupo entró en el *Parnert Program* del *pure player* en febrero de 2017. El grupo alemán y Lamoda no son las únicas plataformas online con las que se ha aliado Inditex. La empresa ha colaborado en varias ocasiones con compañías como Asos, Privalia o Vente Privee para comercializar los productos de algunas de sus cadenas.

Uterqüe es la tercera cadena del grupo gallego que entra en Lamoda y Zalando

La única plataforma online donde tienen presencia todas las cadenas de Inditex es el gigante chino Alibaba. **El grupo español completó el pasado agosto su desembarco en Tmall**, una de las plataformas de la empresa china, con la introducción de Uterqüe.

A la espera de que el grupo dé a conocer los resultados del ejercicio 2018, Uterqüe, la cadena más joven de Inditex, es la que más creció durante el último año, con una subida del 16,9% de su cifra de negocio. En global, Inditex cerró 2017 con un crecimiento del 9% su cifra de negocio, hasta 25.336 millones de euros (28.934 millones de dólares), mientras el resultado neto aumentó un 7%, hasta 3.368 millones de euros (3.846,3 millones de dólares).