

Modaes

Empresa

Inditex en Latinoamérica: el número uno de la moda roza las 500 tiendas

Modaes
24 oct 2014 - 12:00



Inditex es uno de los grupos de gran distribución que más ha apostado por crecer a nivel internacional y Latinoamérica es una de las regiones en las que ha puesto el foco. El grupo español, liderado por **Pablo Isla** y que se sitúa como el primer grupo de distribución de moda del mundo, cuenta con presencia en catorce mercados de toda la región y, a 31 de julio, sumaba un total de 469 establecimientos.

Zara es la cadena del grupo que más ha extendido su presencia por los países de Latinoamérica y México, con 58 tiendas, es el mercado en el que tiene una mayor red de distribución. Brasil, con medio centenar de establecimientos, es el segundo país en el que la cadena ha implantado de una forma más masiva su concepto.

A estos dos le siguen Colombia, Venezuela, Argentina y Chile, que cuentan con 11, 10, 10 y 9 establecimientos, respectivamente. En el resto de países en los que tiene

Modaes

presencia Zara, entre los que destacan El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Panamá, Perú o Ecuador, la marca del grupo Inditex suma un máximo de dos establecimientos por país.

También en México destaca la presencia del resto de cadenas del grupo español. A 31 de julio, en el país centroamericano había 277 tiendas de **Inditex** que, además de las 58 de **Zara**, también cuenta con 48 de **Pull&Bear**, 32 de **Massimo Dutti**, 56 de **Bershka**, 16 de **Stradivarius**, 38 de **Oysho**, 19 de **Zara Home** y 10 de **Uterqüe**.

Guatemala, Panamá y Colombia son, además de México, los países en los que la compañía española, fundada por **Amancio Ortega**, ha desarrollado más cadenas. En los tres países, Inditex cuenta con presencia con siete de sus ocho conceptos de moda: **Zara**, **Pull&Bear**, **Massimo Dutti**, **Bershka**, **Stradivarius**, **Oysho** y **Zara Home**. Sólo **Uterqüe**, cadena de gama alta especializada en complementos, no tiene ninguna presencia en estos países.

Por detrás se sitúan otros mercados como Honduras, Costa Rica y Ecuador, que cuentan con seis de los ocho conceptos que forman parte del grupo **Inditex**. Entre los tres países suman 23 establecimientos. El Salvador y Venezuela son de los países de Latinoamérica en los que la compañía española tiene presencia con menos cadenas, cuatro y tres respectivamente.

En el caso de Perú, Brasil y Uruguay, el grupo **Inditex** sólo ha implantado dos de sus conceptos y en Argentina y Chile uno: **Zara**.

Inditex concluyó el primer semestre del ejercicio (finalizado el pasado 31 de julio) con una facturación de 8.085 millones de euros, un 6% más que la lograda en el mismo periodo del ejercicio precedente. El beneficio neto de la compañía, en cambio, ha caído un 2,4% hasta 928 millones de euros.