

Empresa

## Inditex estrecha lazos con Asos para elevar su penetración en ecommerce

Modaes  
27 feb 2014 - 13:38

**Inditex** sigue penetrando en comercio electrónico. El grupo gallego, que inició su apuesta por la Red en septiembre de 2010 con la apertura de la tienda online de **Zara**, refuerza su relación con el gigante británico **Asos** a través de su cadena de moda íntima, **Oysho**. La enseña prepara el lanzamiento de una selección de prendas que sólo se venderán en la plataforma y, exclusivamente, en Reino Unido.

**Oysho** fue en septiembre de 2012 la primera enseña del grupo **Inditex** en comenzar a vender en **Asos**. “En 2012, y en apenas seis meses de venta, las cuotas de venta de **Oysho** a través de **Asos** para Reino Unido la convirtieron en la mejor firma de lencería dentro de la plataforma ecommerce británica”, según ha explicado **Oysho**. “Por ese motivo una selección exclusiva de ropa de la firma española estará presente desde inicios del mes de marzo, de nuevo sólo para Reino Unido”, añade.

**Oysho** no es la única cadena de **Inditex** que está presente en **Asos**. En octubre del año pasado, la cadena de moda joven **Pull & Bear** confirmó su entrada en la plataforma británica para principios de 2014.

La colaboración entre **Asos** y **Oysho** está planteada para representar todas las líneas de negocio de **Oysho** durante la campaña de primavera-verano 2014, “y se prevé un aumento de volumen de negocio entre ambos a lo largo del año”.

De este modo, **Inditex** refuerza su apuesta por distribuir sus marcas a través de plataformas de terceros en la Red, mientras en el canal físico limita la venta a sus propios puntos de venta. Grupos como **Bestseller** (que también utiliza las tiendas multimarca a pie de calle), **Mango** o **H&M** están presentes también en tiendas online de terceros.

El ecommerce es uno de los pilares en que actualmente basa su estrategia **Inditex**, que

---

# Modaes

---

apuesta por ser una empresa global, multiconcepto y multicanal. El grupo no facilita datos sobre su negocio online, pero, según estimaciones de BBVA, **Inditex** podría ingresar a través de su ecommerce más de 1.356 millones de euros en 2017, que equivaldría al 5% de su cifra de negocio.