

Empresa

Inditex inicia una segunda fase de crecimiento en China con la entrada en Tmall de dos cadenas más

P. Riaño
11 dic 2014 - 13:10

Inditex pisa el acelerador en China. El grupo de distribución de moda comienza una segunda fase de expansión en el gigante asiático combinando la apertura de tiendas propias, el desarrollo de su plataforma online y la entrada en portales online de terceros. El primer paso de esta estrategia se produce con la incorporación de **Massimo Dutti** y **Oysho** al gigante online **Tmall**.

La compañía gallega ha colocado ya al país asiático entre sus principales mercados por número de tiendas. A cierre del pasado septiembre, **Inditex** contaba con un total de 456 establecimientos en China, 152 de los cuales correspondían a **Zara**.

A principios de diciembre, por ejemplo, la empresa puso en marcha un establecimiento de referencia en Shanghái, correspondiente a **Zara**. Ubicado en Nanjing East Road, uno de los principales ejes comerciales de la ciudad, el *flagship store* de **Zara** en la ciudad cuenta con una superficie comercial de 2.000 metros cuadrados, distribuidos en cuatro plantas.

Otro de los grandes movimientos que ha dado Inditex en China en los últimos meses ha sido el desembarco en **Tmall**. El pasado octubre, **Zara** debutó en la plataforma china, propiedad del grupo **Alibaba** y considerada la mayor web de distribución online del país, con más de 400 millones de clientes. **Bershka** y **Pull&Bear** operaban con anterioridad en el portal de Alibaba.

Modaes

A la tienda propia de **Zara** en **Tmall**, Inditex sumará ahora la de cuatro cadenas más: **Bershka**, **Massimo Dutti**, **Pull&Bear** y **Oysho**. En paralelo, la empresa gallega continuará vendiendo online en China a través de las tiendas online propias de cada concepto.

La apuesta de Inditex por el mercado chino se da en un momento de incertidumbre sobre el país. En China, que ha adelantado a Estados Unidos como primera potencia económica del mundo, el consumo interno no termina de despegar y las importaciones se debilitan, lo que levanta dudas sobre la evolución del país.

H&M, el principal rival de **Inditex** a nivel mundial, contaba a cierre del pasado agosto, con un total de 256 tiendas en China, 53 de las cuales se abrieron en los nueve primeros meses del ejercicio del grupo.

El grupo sueco, que a diferencia de Inditex publica datos segregados por países, ha conseguido que China se coloque entre sus diez primeros mercados, con unas ventas de 6.244 millones de coronas suecas en los nueve primeros meses del ejercicio, con un crecimiento del 33% respecto al mismo periodo del año anterior.

Según señaló ayer **Pablo Isla**, presidente de **Inditex**, en la conferencia a analistas con motivos de los resultados trimestrales del grupo, el propietario de **Zara** ve un “fuerte potencial” a su desarrollo en China, donde ahora comenzará una “nueva fase” de expansión.