

# Modaes

Empresa

## Inditex, nuevo récord: 700 tiendas en Latinoamérica mientras acelera en ecommerce

México y Ecuador coparon la mayor cantidad de aperturas de la matriz de Zara, que retomó su expansión en Argentina y Brasil durante el último año.

María Bertero  
13 mar 2019 - 00:00



Inditex afloja el ritmo de aperturas en Latinoamérica, pero anota un nuevo récord. El gigante español de distribución de moda, dueño de Zara, Bershka o Massimo Dutti, ha finalizado el ejercicio con setecientos establecimientos en la región. **El grupo puso en marcha 28 tiendas en el último año, cifra que contrasta con las 55 aperturas netas que realizó en el ejercicio anterior.**

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/inditex-y-un-nuevo-record-700-tiendas-en-latinoamerica-mientras-acelera-en-ecommerce>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

---

El grupo europeo aumentó la red comercial de todas sus cadenas en Latinoamérica, especialmente en México y Ecuador. Además, **la compañía introdujo el concepto Oysho en El Salvador y retomó su expansión en Argentina y Brasil**. Este último mercado será también el segundo territorio donde Inditex opere en el canal online, ya que lanzará el ecommerce de Zara el próximo 20 de marzo.

En concreto, **Bershka fue la cadena que más creció en Latinoamérica durante el último año**, con 17 nuevas tiendas, seguida por Stradivarius, con quince. Además, **Inditex abrió diez puntos de venta de Zara, cinco Oysho, cinco Zara Home, tres Massimo Dutti, dos de Pull&Bear y uno de Uterqüe**.

Inditex cerró otro año sin entrar en nuevos mercados latinoamericanos. El gigante español creció con tiendas únicamente en Argentina, Brasil, Ecuador, El Salvador y México, mientras que en los otros catorce mercados se mantuvo estable.

Nuevamente, México volvió a ser el territorio de mayor crecimiento de Inditex en Latinoamérica, con 22 aperturas netas. De hecho, **el país azteca se ha convertido en el cuarto mercado para el titán de la gran distribución, detrás de España, China y Rusia y superando a Italia**. A cierre del ejercicio 2018, la matriz de Zara contaba con 414 puntos de venta en México, mientras que en el mercado italiano sumaba 390 establecimientos.

Las aperturas en México durante el último año correspondieron a las cadenas Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho y Uterqüe, que también lanzó su tienda online en el mercado mexicano.

## México superó a Italia y se convirtió en el tercer mayor mercado de Inditex en el extranjero

**El segundo mercado latinoamericano de mayor crecimiento para Inditex en 2018 fue Ecuador, donde abrió tres establecimientos**, sumando un total de trece tiendas, igualando a Panamá y superando a Chile. Entre febrero y enero de 2019, el grupo apostó por la moda joven en el país andino, con nuevos puntos de venta de Pull&Bear, Stradivarius y Bershka.

# Modaes

Las otras nuevas aperturas de Inditex en Latinoamérica se llevaron a cabo en Argentina, donde subió la persiana de Zara en la ciudad de Rosario; en Brasil, con una apertura de su cadena estrella; y en El Salvador, donde aterrizó con Oysho.

Inditex llevaba en plano casi una década en Argentina y este año rompió al fin la barrera de la decena de tiendas. El grupo opera en el mercado austral únicamente con Zara, concentrando su red comercial en Buenos Aires.

## **Inditex abrió nuevas tiendas de Bershka, Pull&Bear y Stradivarius en Ecuador**

En Brasil, en cambio, Inditex está presente con su cadena principal y con Zara Home. Además, **la compañía española comenzará a operar próximamente en el canal online en el país carioca, donde suma 72 establecimientos**, siendo su segundo mercado en Latinoamérica.

En el próximo ejercicio Inditex acelerará su expansión online, tras marcarse el objetivo de estar presente en la Red en todo el mundo para 2020. La compañía lanzó una plataforma especial de Zara para atacar aquellos mercados en los que no está presente con tiendas físicas.

**En el resto de los mercados de Latinoamérica, Inditex mantuvo estable su red de tiendas**. La matriz de Zara opera con 61 establecimientos en Colombia, 22 en Venezuela, 16 en Guatemala, catorce en República Dominicana, trece en Panamá, doce en Chile, once en Costa Rica, siete en Perú, cuatro en Nicaragua y Uruguay, siete en Perú, dos en Paraguay y uno en Aruba.

A escala global, Inditex ha cerrado 2018 con una facturación global de 26.145 millones de euros (29.474,3 millones de dólares), un 3% más que el año anterior. A tipos de cambio constante, las ventas del grupo avanzaron un 7%. El resultado neto se situó en 3.444 millones de euros (3.882,5 millones de dólares), un 2% más.