102 TU ENERGÍA EN MOVIMIENTO

Shein fue la gran novedad de la moda rápida, pero perdió impulso y está rodeada de incertidumbres

El gigante minorista busca nuevas formas de crecer después de que EE.UU. y Europa desmantelaran las exenciones arancelarias que ayudaron a respaldar su modelo de bajo costo

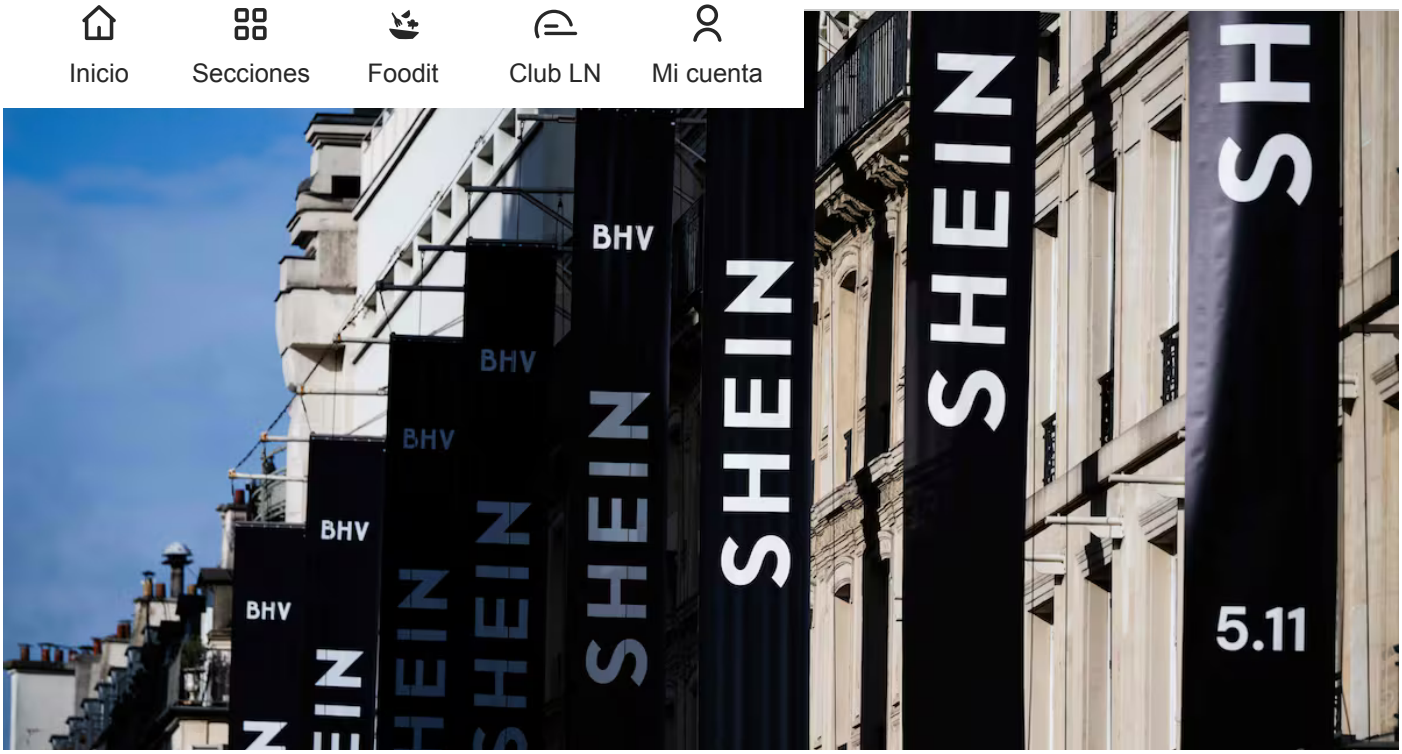
24 de agosto de 2026 • 18:01

8 '

Sui-Lee Wee

THE NEW YORK TIMES

ESCUCHAR NOTA





La compañía enfrenta cuestionamientos por su cadena de suministro y sus prácticas laborales, tanto en Estados Unidos como en Europa

JULIE SEBADELHA - AFP

Agregar en

BANGKOK.– **Shein solía ser una de las empresas de las que más se hablaba en el sector minorista.**

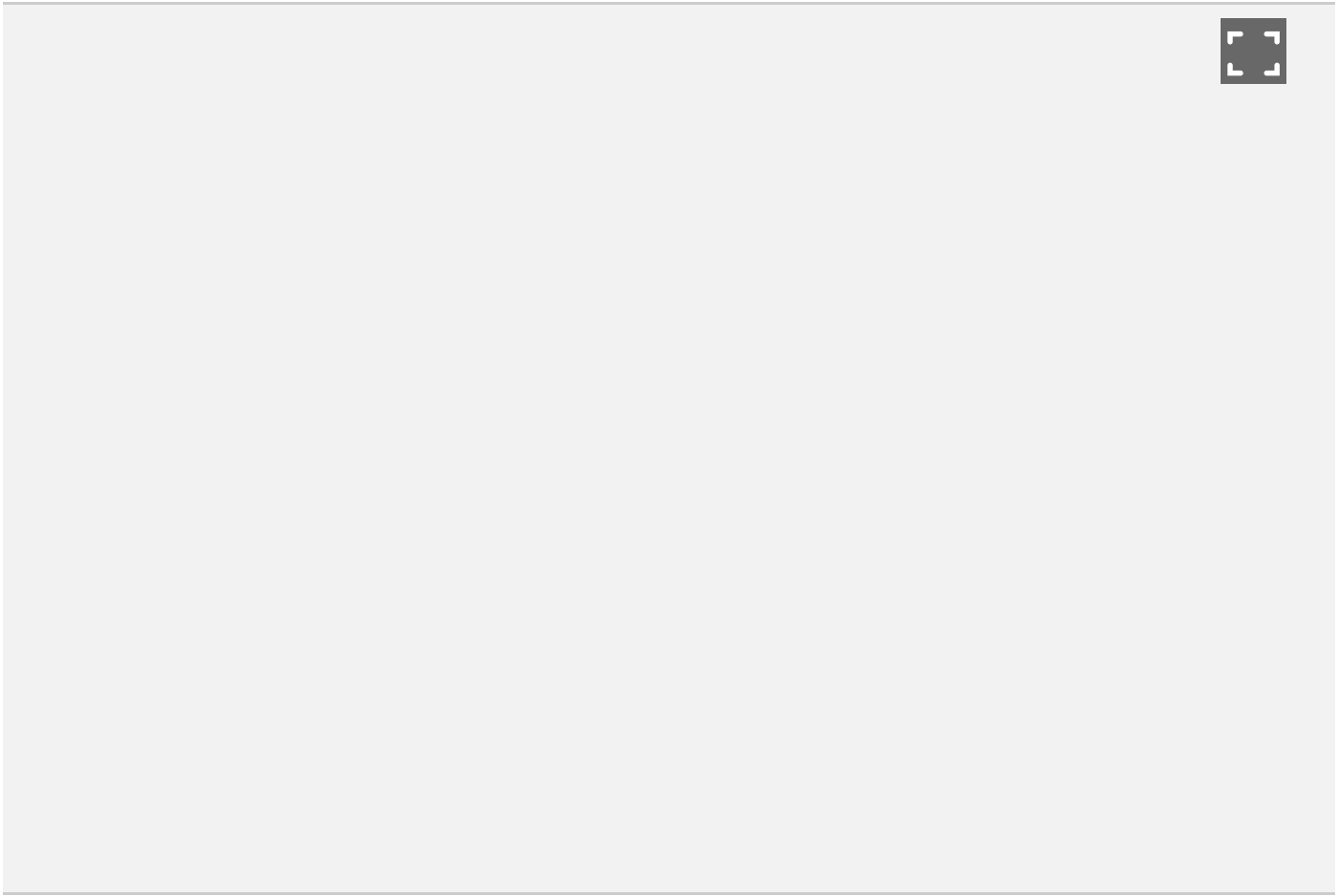


Podía detectar lo que quería la generación Z y, en cuestión de días, convertir esas tendencias en vestidos de 10 dólares y tops cortos de 5 dólares. Sus prendas eran tan baratas y su rotación de nuevos estilos tan incesante que #Sheinhaul se convirtió en un fenómeno en TikTok. **Shein superó a rivales más grandes como Zara y H&M**, comenzó a planificar una oferta pública inicial y, en un momento dado, fue **valorada en casi 100.000 millones de dólares**.

Hoy, el furor se desvaneció.

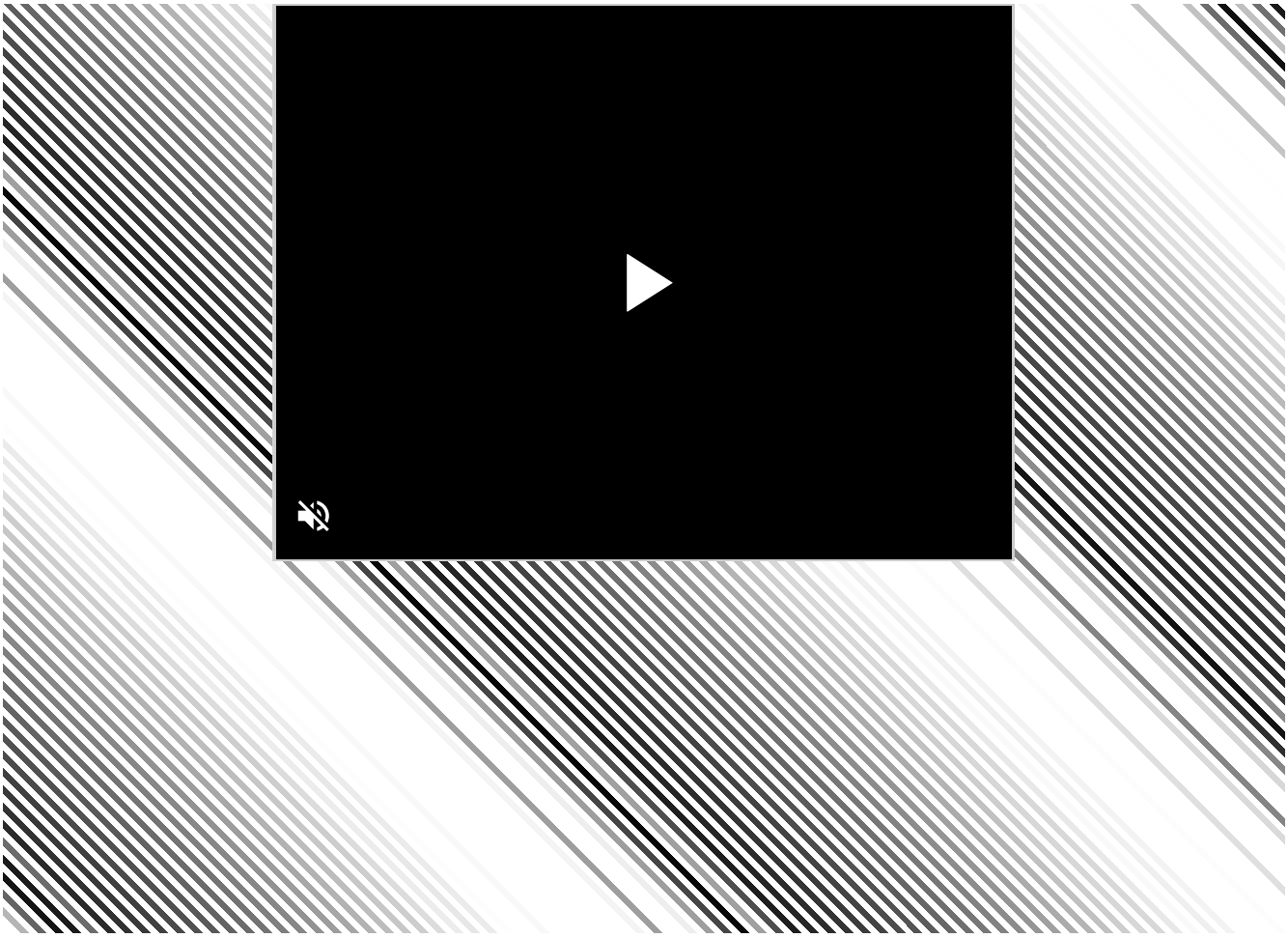
Después de años de retraso, **Shein está cerca de salir a bolsa**, esta vez a una fracción de su valoración máxima. **Busca nuevas formas de crecer después de que Estados Unidos y Europa desmantelaran las exenciones arancelarias a los productos baratos** que habían ayudado a respaldar su modelo de bajo costo. Las **ventas han caído drásticamente** en **Estados Unidos**, su mercado más grande. Y la empresa ha ofrecido a los inversionistas pocos detalles sobre de dónde provendrá un nuevo crecimiento significativo.

“Para una empresa que generó tanta expectación durante tanto tiempo, al parecer la música se ha acabado”, dijo Juozas Kaziukenas, un analista independiente de comercio electrónico.



Shein fue valorada en casi US$100.000 millones en 2022, cuando se convirtió en el mayor minorista de moda online del mundo y su popularidad explotó entre los consumidores jóvenes

Richard Drew - AP

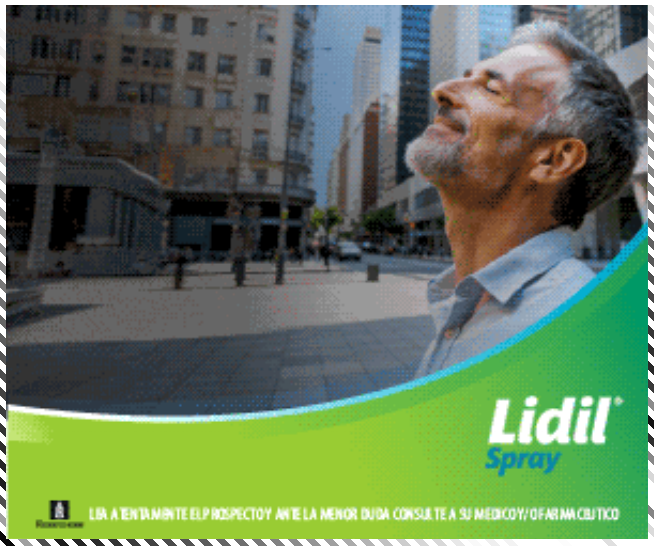


Ninguna marca de moda china tuvo tanto éxito como Shein al globalizarse. Y sin embargo, la empresa se mantiene inusualmente reservada.

Su fundador y director ejecutivo, Sky Xu Yangtian, es tan reservado que, hasta que apareció públicamente en febrero, la mayoría de las fotografías que circulaban en línea y que supuestamente lo mostraban, eran falsas. Incluso un alto ejecutivo de Shein en el extranjero, que habló con la condición de mantener el anonimato porque no estaba autorizado a hablar con los medios, dijo que nunca había conocido ni interactuado con Xu.

Shein rechazó las solicitudes para una entrevista. Los detalles sobre los

tiempos y los precios de su debut en el mercado no han sido anunciados, pero el **mes pasado la empresa presentó un prospecto ante la Bolsa de Valores de Hong Kong**.



Distanciarse de sus orígenes chinos

Shein se ha esmerado en distanciarse de sus orígenes chinos. En 2019, estableció su sede en Singapur y dio de baja su entidad corporativa china original unos años más tarde. El objetivo era, en parte, **sortear las regulaciones chinas que rigen a las empresas que buscan cotizar en el extranjero** y despejar el camino hacia una OPI (oferta pública inicial) en Nueva York.

La estrategia fracasó. En Estados Unidos, Shein enfrentó un **intenso escrutinio bipartidista por parte de los legisladores respecto a su cadena de suministro** y prácticas laborales. Tras **abandonar su intento de cotizar en Nueva York en 2024, recurrió a Londres**, donde enfrentó una resistencia similar por parte de organizaciones no gubernamentales y otros manifestantes.



La compañía de moda rápida busca recuperar el crecimiento tras el fuerte impacto de los cambios arancelarios en Estados Unidos y Europa, que afectaron especialmente a los envíos de bajo costo

Alejandro Martínez Vélez - Eur - Alejandro Martínez Vélez - Eur

Eso dejó a Hong Kong como la última plaza viable importante. Pero después de años de retraso, los analistas dicen que a Shein podría habérsele pasado su momento.

El giro hacia Hong Kong también puso a Shein en la incómoda posición de **tener que volver a asumir la identidad china que alguna vez intentó minimizar**. En China, la empresa enfrentó críticas por **"florecer en China pero dar frutos en el extranjero"**, una frase que sugiere que Shein construyó su éxito en el país mientras redirigía las ganancias al exterior.

Luego, en febrero, el notoriamente esquivo Xu apareció de repente ante funcionarios de la **provincia de Cantón**.

"Cantón es la raíz de Shein", declaró, al anunciar que **Shein invertiría unos 1,4 mil millones de dólares en los próximos tres años para construir allí un centro para la cadena de suministro**.

Los medios chinos cubrieron el discurso de manera inicial. Luego, algunos artículos comenzaron a desaparecer de internet. Lu Minghe, un periodista veterano, publicó un aviso que mostraba que **Shein había exigido que su cuenta pública de WeChat eliminara un artículo sobre la aparición de Xu**, citando una "infracción de derechos".

La salida a la bolsa, el problema fundamental

Aun cuando Shein recalibra su relación con China, un **problema más fundamental se cierne sobre cualquier posible salida a bolsa**.

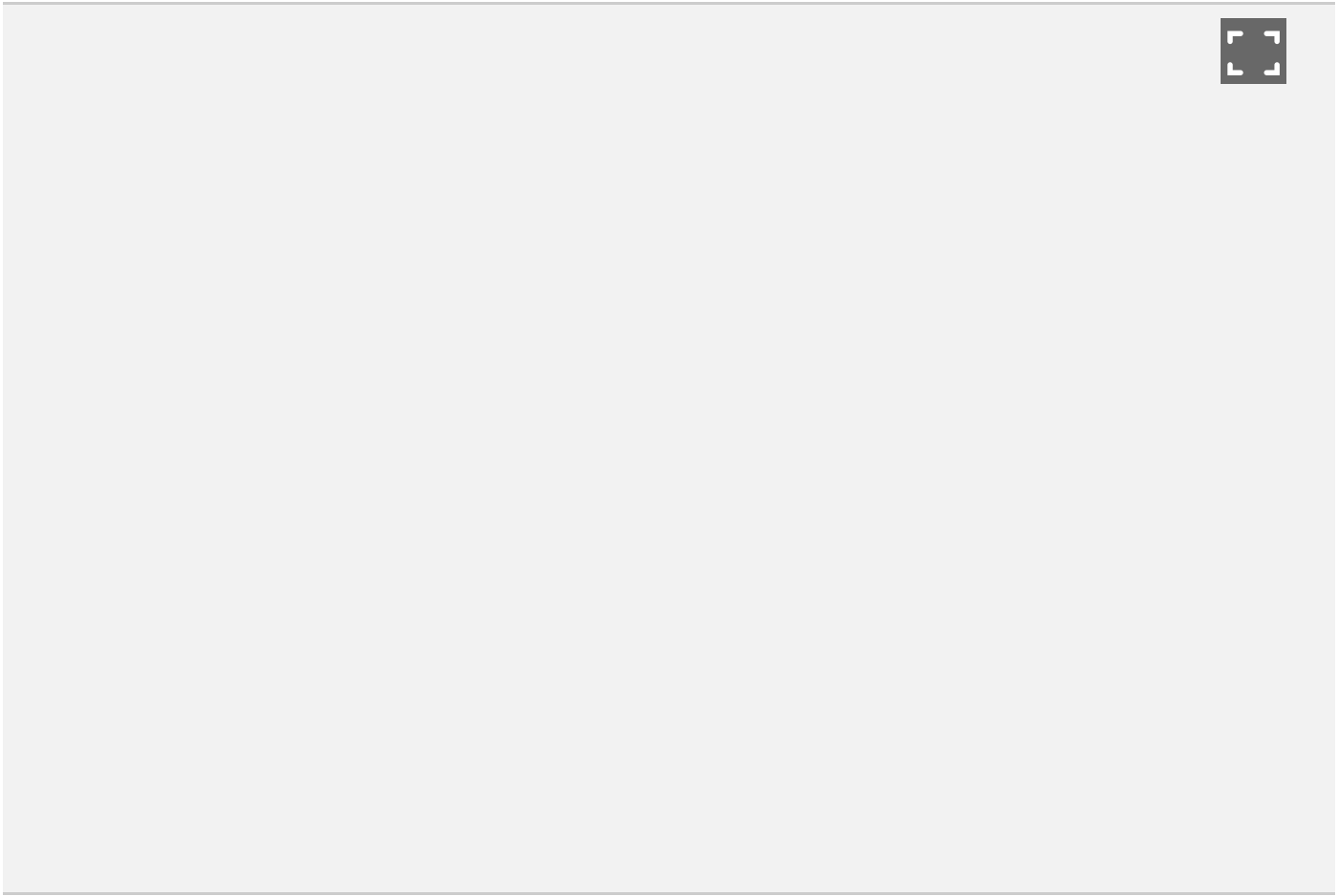
Jianggan Li, fundador de Momentum Works, una consultora que ha seguido de cerca a Shein, dijo que posibles inversionistas le habían dicho que percibían poco entusiasmo por parte de sus fundadores.

"No ha habido ningún esfuerzo por generar interés", dijo Li. "**No siento que haya un fuerte deseo por parte de la gerencia de que la empresa cotice en bolsa**, aparte del hecho de que los inversionistas quieren salir".

Los inversionistas se preguntan cómo puede seguir creciendo Shein.

La decisión del año pasado del presidente Donald Trump de poner fin a

una política que había permitido que miles de millones de dólares en importaciones de bajo costo ingresaran a Estados Unidos libres de impuestos asestó un duro golpe en su mayor mercado individual. En mayo de 2025, Shein comenzó a subir los precios en Estados Unidos. En el **primer trimestre de 2026, los ingresos netos en Estados Unidos cayeron un 14,3% a 2 mil millones de dólares**, dijo la empresa.



Shein se prepara para salir a bolsa en Hong Kong, después de años de intentos frustrados de cotizar en Nueva York y Londres
GettyImages

Europa podría representar un desafío aún mayor. El mes pasado, las **autoridades europeas anunciaron una tarifa plana de 3 euros para los paquetes de comercio electrónico que antes**

ingresaban libres de impuestos.

Europa representa más de un tercio de los ingresos de Shein. En su prospecto, Shein advirtió que, aunque era demasiado pronto para evaluar por completo el impacto de la situación en Europa, "podría estar en general en consonancia con el impacto observado en Estados Unidos o superarlo".

Shein ahora intenta convencer a los inversionistas de que **su futuro va más allá de la ropa ultrabarata al vender acceso al sistema que construyó para diseñar, producir, comercializar y entregar productos de forma rápida**.

Hasta ahora, hay **poca evidencia de que la estrategia de la cadena de suministro rinda frutos**. Desde que ofreció el servicio como programa piloto en 2023, Shein inscribió a solo unas 20 marcas. El programa generó menos del 1% de sus ingresos netos totales en 2025, según la empresa.

Shen Meng, director de Chanson & Co., una firma de banca de inversión en Pekín, dijo que **Shein tuvo éxito en parte porque estaba dispuesta a reducir al máximo sus propios costos y márgenes**, concesiones que otras marcas que utilizan su plataforma podrían no estar dispuestas a aceptar.

"Es difícil ver alguna ventaja sobresaliente en la transición de Shein", dijo Shen.

Shein también está incursionando en los sectores de muebles,

cosméticos, productos para mascotas y electrónica. Los artículos que no son prendas de vestir representaron más de un tercio de sus ingresos en el primer trimestre.

"¿Cuál es el futuro de Shein?"

Otros analistas se muestran igualmente **escépticos de que Shein haya encontrado una segunda etapa de éxito**.

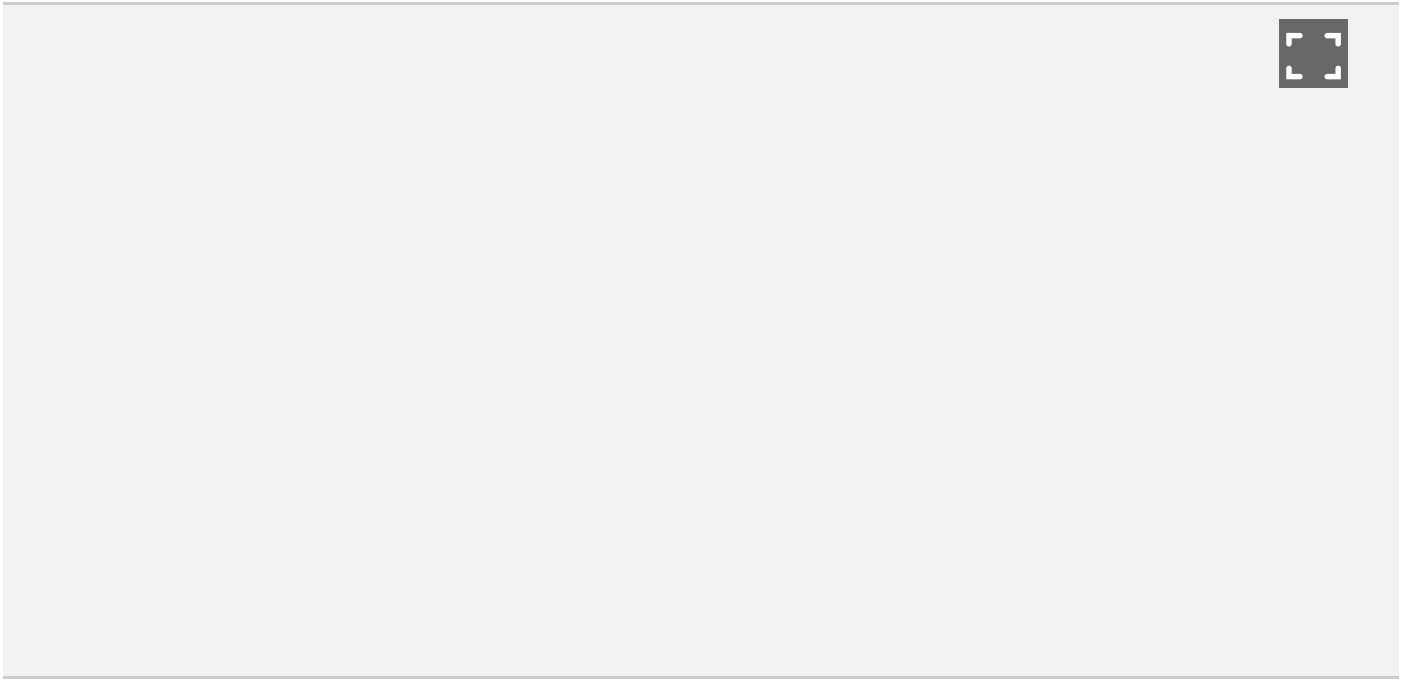
"No está claro qué más serán capaces de generar, aparte de moda ultrarrápida a precios muy bajos", dijo Sucharita Kodali, experta en comercio electrónico de Forrester, una agencia de investigación.

La primera etapa de Shein fue extraordinaria.

Se fundó en 2012 por Xu y tres colegas en una firma de mercadotecnia que ayudaba a los exportadores chinos a vender productos en línea. En 2015, acortó su nombre de Sheinside a Shein.

Durante la pandemia de la COVID-19, a medida que las compras en línea explotaban, la popularidad de Shein se disparó. La **empresa saturó internet con anuncios dirigidos a los consumidores jóvenes**, y los atraía con **precios extremadamente bajos y diseños en constante cambio**.

Para 2022, Shein se convirtió en el minorista de moda en línea más grande del mundo. Ese año, fue valorada en 98,2 mil millones de dólares y estaba respaldada por una lista de reconocidos inversionistas de capital de riesgo.



Shein llegó a lanzar unos 4700 nuevos diseños de ropa por día, gracias a un modelo basado en algoritmos que detectan tendencias y una red de pequeños fabricantes concentrada en la provincia china de Cantón

Captura

El secreto era un sistema creado para comprimir el ciclo tradicional de la moda. **Shein utilizaba algoritmos para rastrear las tendencias emergentes** y luego realizaba pedidos iniciales de unos cientos de unidades para poner a prueba la demanda. El modelo le permitía presentar aproximadamente 4700 nuevos estilos de ropa al día. En comparación, Zara produce 20.000 al año, según los analistas.

Shein combinó esa tecnología con un ecosistema industrial concentrado en Cantón, donde hilanderos, tejedores, costureras y pequeñas fábricas podían fabricar rápidamente pedidos de tan solo 100 piezas.

Pero **Shein tuvo problemas para duplicar su modelo chino de cadena de suministro en países como Turquía y Vietnam**, de acuerdo con Li, de Momentum Works. Al mismo tiempo, competidores

como Temu llegaron con surtidos de productos aún más amplios y precios incluso más bajos.

Kaziukenas dijo que había revisado minuciosamente el prospecto de Shein para encontrar la respuesta a una pregunta que había tenido durante años: “¿Cuál es el futuro de Shein?”. Agregó: “No creo que hayamos obtenido esa respuesta”.

Por **Sui-Lee Wee**

The New York Times

China • Comercio electrónico

Conforme a ›

Seguí leyendo

LN

Inquietante video. Revelan una supuesta recompensa de 10 millones de dólares que Irán ofrece a quien mate al hijo menor de Trump

Balotaje de extremos. Francia se encamina ahora a un escenario electoral que inquieta a Europa

“¡Ellos nos necesitan!”. Trump escala la guerra comercial con Canadá y anuncia aranceles del 50% para los autos y el acero

Otras noticias de China

Por pedido de China. Intentaron bloquear un foro sobre regímenes

autoritarios y los organizadores denunciaron “censura”

Panorama. La excusa es correr más rápido que un humano, pero el atractivo de los robots chinos pasa por otro lado

“Riesgos de espionaje”. Lamelas volvió a expresarse en contra del uso de tecnología china en Vaca Muerta

Últimas Noticias

“El Estrecho es chileno”. Chile enviaría una protesta a la Argentina tras los dichos del jefe de la Fuerza Aérea sobre la soberanía de Magallanes

Instantes de terror. El momento en que 10 tripulantes saltaron de un barco que se hundía frente a la costa de Filipinas

Antes de las elecciones. Lula impulsa un proyecto para reducir la carga horaria laboral: “Es tiempo para la familia”

SUBIR

Enviá tu comentario

Ver legales

© Copyright 2026 SA LA NACION | Todos los derechos reservados. Dirección Nacional del Derecho de Autor DNDA - EXPEDIENTE DNDA (renovación) RL-2023-95334553-APN-DNDA#MJ.
Queda prohibida la reproducción total o parcial del presente diario.

Protegido por reCAPTCHA:

Condiciones • Privacidad

Miembro de GDA. Grupo de Diarios América