

# Estrategia de Merama es respaldada por J.P. Morgan con un financiamiento de 80 millones de dólares

*El unicornio latinoamericano refuerza su estrategia de house of brands basada en consolidar unidades de negocio rentables, autónomas y con sinergias relevantes.*

CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO, April 25, 2024 /EINPresswire.com/ -- Merama, el unicornio latinoamericano que opera y escala empresas dedicadas al comercio electrónico, reitera su estrategia de house of brands que responde a un enfoque en unidades de negocio y que se ha visto respaldada por un financiamiento de 80 millones de dólares de J.P. Morgan, a través de una línea de crédito a cinco años.

El financiamiento proporcionado por J.P. Morgan, una empresa líder global en servicios financieros, ha sido respaldado por los sólidos resultados de la empresa, los cuales fueron auditados por una Big 4. Esta línea de crédito refuerza la confianza en la solidez y el potencial de crecimiento de Merama.

Con este hito, Merama fortalece su visión estratégica enfocada en categorizar compañías del portafolio en unidades de negocio rentables, autónomas y líderes de industria, entre ellas wellness, belleza, hogar, bebés y deportes. Este enfoque ha permitido escalar las operaciones de manera sostenible, logrando resultados sobresalientes en términos de venta y rentabilidad.

En este sentido, al cierre del 2023 Merama registró ventas por encima de US \$600 millones, con un EBITDA de más de US \$100 millones entre sus unidades de negocio y un crecimiento orgánico de más de 2 veces lo del año anterior. Este desempeño notable se logró sin perder el foco en



generación de flujo de efectivo. Además, esta tendencia al alza continua, con un EBITDA del primer trimestre de 2024 creciendo orgánicamente más de 150% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

La firma, con presencia en Latinoamérica y sede en Ciudad de México y São Paulo, seleccionó a J.P. Morgan dentro de un proceso competitivo para la financiación de su deuda basándose en varios factores, como su reputación mundial, las condiciones favorables ofrecidas y la alineación de los objetivos estratégicos ofrecidos a largo plazo.

Estrategia de expansión y enfoque en unidades de negocio

Los planes del unicornio latinoamericano para mantener sus bajos índices de apalancamiento y su sólido balance pasan por una gestión financiera prudente y una asignación

disciplinada de capital. Merama planea desplegar la financiación de la deuda estratégicamente, dando prioridad al refinanciamiento de deuda existente y a las oportunidades de alto crecimiento que se alineen con sus objetivos a largo plazo.

“

Desde nuestros inicios, en Merama adoptamos un enfoque de house of brands, permitiendo que cada unidad de negocio de nuestra cartera mantenga su identidad única y autonomía operativa.”

*Felipe Delgado, Co-Founder,  
CFO y Presidente*

“Estamos orgullosos por el gran momento en el que nos encontramos y de tener el respaldo de un banco como J.P. Morgan. Tenemos previsto utilizar los 80 millones de dólares para refinanciar deuda existente y para seguir impulsando el crecimiento y la mejora de nuestras marcas actuales, así como en maximizar su potencial y consolidarlas; también seguimos abiertos a la posibilidad de adquirir nuevas marcas que vayan de acuerdo con las categorías que nos estamos enfocando, si es que surgen oportunidades estratégicas”, subrayó Felipe Delgado, Co-founder, Presidente, y CFO de Merama.

La visión estratégica de Merama le ha permitido crear

sinergias entre compañías en su portafolio y usar economías de escala para acelerar el crecimiento orgánico. Cada unidad de negocio opera de forma independiente dentro de su nicho, apalancado de los recursos y la experiencia de Merama. Asimismo, esta estructura



Felipe Delgado, Co-Founder, CFO y Presidente

permite que cada unidad mantenga su identidad única y presencia en el mercado.

“Desde nuestros inicios, en Merama adoptamos un enfoque de house of brands, permitiendo que cada unidad de negocio de nuestra cartera mantenga su identidad única y autonomía operativa. Esto se fundamenta con una estrategia omnicanal, que nos permite integrar diversos canales de distribución y comunicación para brindar una experiencia completa y competitiva alineada con las necesidades del mercado”, añadió Delgado.

Algunos ejemplos de las marcas que maneja son Bebesit, Mundo In y Avera en Hispanoamérica y Oceane en Brasil, que destacan el interés de Merama por cultivar y hacer crecer negocios en sectores con un importante potencial de crecimiento del comercio electrónico.

Merama PR Team

Eureka&Co.

+52 55 52564225

[email us here](#)

Visit us on social media:

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/706382156>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2024 Newsmatics Inc. All Right Reserved.