

Modaes

Empresa

Calzedonia se vuelca en México: cinco aperturas hasta 2019 para llegar a 20 millones

El gigante italiano de moda íntima prepara nuevas aperturas en el país, donde opera a través de Emeah. Este año, la compañía prevé facturar 18 millones de dólares en el mercado mexicano.

María Bertero
31 may 2018 - 00:00

Calzedonia se vuelca en México: cinco aperturas hasta 2019 para llegar a 20 millones

Calzedonia se zambulle en México. El titán italiano de moda íntima, que opera con su cadena homónima y con Intimissimi, prepara nuevas aperturas en el país, donde ya cuenta con más de un centenar de puntos de venta.

Según ha informado Lorenzo Vianello, director de Calzedonia en México, los planes de la compañía pasan por abrir un mínimo de cinco tiendas en el país hasta 2019. **Los nuevos establecimientos se ubicarán en las ciudades de Jalisco, Monterrey, Cancún, Mérida y Metepec** y corresponderán a Calzedonia e Intimissimi.

El año pasado, el grupo italiano puso en marcha seis tiendas en México, además de cinco puntos de venta en tiendas departamentales. **Calzedonia facturó 15 millones de euros (17,4 millones de dólares) en México durante 2017, un 20% más que el ejercicio anterior.**

Calzedonia creció un 20% en México en 2017, hasta 15 millones de euros (17,4 millones de dólares).

El grupo no descarta subir la persiana de más puntos de venta hasta 2019. “Estamos siempre analizando nuevas locaciones para seguir expandiendo las dos marcas”, añade Vianello. **Para 2018, la empresa prevé facturar en el país entre 16 y 18 millones de euros (18,5 y 20,8 millones de dólares),** aunque “se espera un segundo semestre

Modaes

difícil tras las elecciones”, subraya el directivo.

Calzedonia desembarcó en México en 1997, cuando subió la persiana de su primera tienda en el país, ubicada en el centro comercial Santa Fe, en la capital. **El grupo opera en el país de la mano de Emeah, socio exclusivo de la empresa italiana en el mercado azteca.**

Actualmente, la compañía de moda íntima y trajes de baño cuenta 28 tiendas monomarca en México y cinco outlets en Ciudad de México, Guadalajara, León y Cancún. Además, **Calzedonia opera en las tiendas departamentales Liverpool desde hace una década y suma 120 puntos de venta en el país norteamericano.**

Calzedonia desembarcó en México hace dos décadas y cuenta con 120 puntos de venta en la actualidad

El grupo italiano ha trazado una fuerte estrategia en todo el continente americano. La compañía cuenta con una sede de Intimissimi en Brasil y también tiene presencia en Chile, de la mano de Falabella, y en Colombia, donde desembarcó el año pasado.

Tal y como avanzó Modaes, Calzedonia se ha marcado el objetivo de consolidar una red de 125 tiendas en Brasil. Además, el grupo desembarcó el año pasado en Estados Unidos, con la puesta en marcha de una tienda de Intimissimi en Nueva York.

Calzedonia finalizó el ejercicio 2017 con un alza del 20% de su beneficio neto, hasta 249 millones de euros (305,9 millones de dólares). Las ventas de la compañía se situaron en 2.300 millones de euros (2.825,8 millones de dólares), un 8,7% más que en 2016. En el extranjero, el grupo creció un 54%.

Fundada en 1987 en Verona (Italia) por Sandro Veronesi, Calzedonia está especializada en calcetería y vestidos de baño. En 1996, el grupo lanzó al mercado Intimissimi, su cadena de moda íntima. El conglomerado también es propietario de Tezenis, Falconeri y Cash&Carry, entre otras. **La compañía cerró 2017 con 4.454 puntos de venta en 49 países.**