

Empresa

Celio se apoya en las franquicias para crecer en Latinoamérica con 65 nuevas tiendas

El grupo francés de moda masculina prepara nuevas aperturas en la región y tantea su desembarco en Perú, Ecuador, El Salvador, Costa Rica y Honduras.

María Bertero
20 jun 2018 - 00:00

Celio se apoya en las franquicias para crecer en Latinoamérica con 65 nuevas tiendas

Celio se vuelca en Latinoamérica. El grupo francés especializado en moda masculina prepara una batería de aperturas en la región hasta fin de año, apoyándose en el formato de tiendas franquicias. Además, la compañía evalúa comenzar a operar en nuevos países próximamente.

Los planes de Celio pasan por sumar 65 nuevos puntos de venta en Latinoamérica durante todo el ejercicio 2018. Las nuevas aperturas serán bajo el formato franquicia, ya sea con establecimientos monomarca o corners en tiendas departamentales.

Uno de los mercados de mayor expansión para la compañía francesa será México. Celio reforzará su alianza con Liverpool con la puesta en marcha de veinte puntos de venta, además de abrir cuatro tiendas en el mercado azteca. Una de ella subió la persiana el pasado febrero en la ciudad Cuernavaca.

Celio opera en Latinoamérica con más de cincuenta puntos de venta

Celio desembarcó en los almacenes de Liverpool en 2017 y tal y como avanzó Modaes, la empresa tiene proyectado sumar un total de 25 tiendas monomarca en el país

norteamericano hasta 2019.

Además de reforzar su presencia en mercados en los que ya está presente, el grupo francés ultima su entrada en nuevos países de la región. **Celio tantea su desembarco en Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras y Perú.**

En paralelo, la compañía de moda masculina busca seguir expandiendo su presencia en Cuba, donde ya opera a través del canal multimarca. En el resto de Latinoamérica, Celio está presente en Bolivia, Chile, Colombia, Guatemala y las islas de Guayana y Guadalupe.

La compañía francesa espera cerrar el ejercicio 2018 con un crecimiento a doble dígito en Latinoamérica

A cierre del ejercicio 2017, el grupo francés sumaba una red comercial de 49 puntos de venta en Latinoamérica, mientras que en todo el mundo, la empresa tiene 330 franquicias fuera de su mercado local.

Celio prevé elevar sus ventas a doble dígito en Latinoamérica en 2018. Además, la compañía no descarta abrir una filial en la región a futuro. El grupo tiene subsidiarias en Francia, España, Italia, República Checa e India, entre otros países.

Celio comenzó a operar en 1982 en Francia de la mano de los hermanos Marc y Lauren Grossman, que también controlan la cadena de moda femenina Jennyfer. En la actualidad, la compañía opera con 500 tiendas en su mercado local y vende 35 millones de productos cada año en todo el mundo.