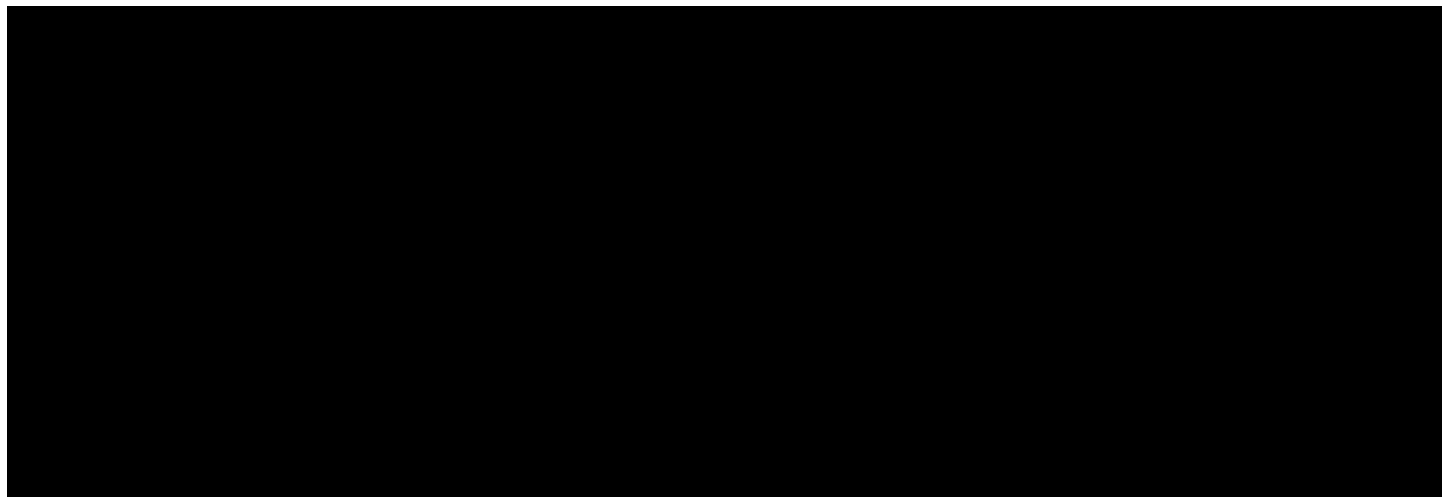

Modaes

Empresa

Custo crea una joint venture para adentrarse en el sector de los complementos



2 ago 2011 - 00:00

Pilar Riaño.- Los complementos se han convertido en un artículo obligado para cualquier firma de moda. Grupos de gran distribución como **Inditex** y **Mango** están reforzando sus divisiones lanzando redes de tiendas, y enseñas como **Coach** apuestan por su desarrollo internacional. **Custo Barcelona** no quiere quedarse fuera de esta tendencia y prepara el lanzamiento de una cadena independiente dedicada a complementos.

Los hermanos **Custodio** y **David Dalmau**, fundadores y propietarios de **Custo Barcelona**, se han unido a un grupo de profesionales liderado por **José Jiménez** y **Pietro Cuevas** para poner en marcha la sociedad **Blue Bags**. La empresa diseña, distribuye y gestiona la nueva línea de complementos, con el nombre **Custo Accessories**.

Con la creación de esta empresa conjunta (cuyo reparto del capital no ha sido facilitado), **Custo Barcelona** deja atrás la estrategia que había seguido hasta ahora de

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/custo-crea-una-joint-venture-para-adentrarse-en-el>

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

diversificar su cartera de productos mediante licencias. Perfumes, gafas y relojes, por ejemplo, se producen mediante licencias, mientras la línea infantil (**Custo Growing**) se gestiona desde el propio grupo.

Según han explicado a Modaes fuentes de la compañía catalana, “el proyecto pretende reposicionar la marca hacia el mercado premium y medio a través de colecciones de moda”, en las que destacan materiales como “piel de alta calidad y laminados que permiten novedosas técnicas de estampación”.

Custo Accessories, que se dirige únicamente al público femenino, se distribuirá tanto a las tiendas actuales de la firma de moda como a través de una nueva red de establecimientos dedicados en exclusiva a los complementos.

La compañía ha cerrado ya acuerdos para distribuir la nueva línea en los grandes almacenes **Ripley**, en Perú; **Uranus**, en Emiratos Arabes; **Grupo Pilates**, en Colombia, y **Coin**, en Italia. Los planes de la empresa pasan por entrar en grandes almacenes de México y Brasil durante la próxima temporada.

En paralelo, la firma de moda tiene previsto tejer una red de establecimientos monomarca en los principales mercados europeos. La compañía tiene previsto instalarse próximamente en Barcelona, París y Milán.

La apuesta por el sector de los complementos forma parte del plan de desarrollo de **Custo Barcelona**, que ha puesto en marcha un plan de crecimiento internacional, centrado en mercados como Latinoamérica, donde se está aliando con socios locales para penetrar en diferentes países.

La empresa, que desde hace años está inmersa en la búsqueda de un socio para potenciar su crecimiento, alcanzó en 2010 una facturación de 92 millones de euros, frente a los 77 millones de euros de 2009, según datos aportados por la compañía.