
Modaes

Empresa

Daniel Espinosa, salto adelante: remodela su red de tiendas y se vuelca en ecommerce para crecer un 5% en 2019

La compañía mexicana de joyería ha abierto un total de 75 puntos de venta a lo largo de 2018, especialmente en Europa, donde también se alió con las tiendas departamentales Harvey Nichols.

María Bertero
8 ene 2019 - 00:00

Daniel Espinosa, salto adelante: remodela su red de tiendas y se vuelca en ecommerce

Daniel Espinosa fija sus metas para 2019. La empresa mexicana de joyería sigue adelante con su plan de expansión global, tras haber alcanzado el medio centenar de tiendas durante el ejercicio 2018.

Según ha informado Daniel Espinosa, fundador y director general de la compañía que lleva su nombre, los planes de la empresa pasan por **remodelar el 20% de su parque comercial para brindar una nueva experiencia de compra en tienda.**

La remodelación se contempla en un plan de fortalecimiento de los canales de distribución de Daniel Espinosa, compuesto en su mayoría por puntos de venta en tiendas multimarca y departamentales.

Daniel Espinosa comenzó a operar en las tiendas departamentales de lujo Harvey Nichols en 2018

En 2018, la compañía mexicana sumó 75 nuevos puntos de venta en distintos países de Europa como Bélgica, Francia, España, Reino Unido, Turquía, Rusia, Italia O Macedonia, entre otros. En el mercado británico y en Hong Kong, Daniel Espinosa se

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/daniel-espinosa-salto-adelante-remodela-su-red-de-tiendas-y-se-vuelca-en-ecommerce-para-crecer-un-5-en-2019>

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

ha aliado con las tiendas departamentales Harvey Nichols para comenzar a vender en sus establecimientos.

Además de su expansión en tiendas especializadas, Daniel Espinosa subió la persiana el año pasado de su primer establecimiento en Los Cabos (México), tal y como avanzó Modaes. En 2017, la empresa de joyería desembarcó en Colombia con una apertura en el centro comercial Andino, en Bogotá.

En el resto de Latinoamérica, Daniel Espinosa tiene presencia en Panamá, Puerto Rico, República Dominicana y Nicaragua, entre otros mercados de la región. Más allá de su expansión offline, **la compañía reforzará su presencia en el canal online este año.**

En su nuevo taller en Taxco, Daniel Espinosa ha comenzado también a producir para terceros

En concreto, **Daniel Espinosa espera elevar su facturación entre un 3% y un 5%** en el ejercicio 2019, considerando que “este será un año conservador”, según el empresario. En 2018, la empresa puso en marcha un nuevo taller en Taxco, donde da empleo a más de 120 trabajadores y lo que la ha permitido también comenzar a fabricar para terceros.

Además de su colección de joyería, Daniel Espinosa cuenta desde 2012 con una línea de decoración, bisutería infantil y relojería. **La facturación anual del grupo asciende a 25 millones de dólares** y en su expansión en varios mercados es asesorada por Lizan Retail Advisors.