

Empresa

Desigual se expande en Latinoamérica y alcanza las 47 tiendas en la región

La compañía opera ya en catorce países de la región, donde ha comenzado a implantar progresivamente su nuevo *branding* en Perú, Guatemala y México.

Andrea Rosales G.
13 mar 2020 - 00:00



Desigual se refuerza en Latinoamérica. El grupo español suma ya 47 tiendas en catorce países de la región, donde ha comenzado a implantar progresivamente su nueva imagen en Perú, Guatemala y México.

En junio del año pasado, la empresa presentó una nueva imagen que incluía un nuevo logotipo (el nombre de Desigual, al revés), además de cambios en la comunicación, el producto y el lanzamiento de colaboraciones con nuevas marcas.

En este sentido, la empresa invirtió el año pasado 22,8 millones de euros, de los cuales gran parte se destinaron a “acompañar el despliegue de la marca en los mercados internacionales”, según ha explicado el grupo en un comunicado. El resto

Modaes

de la inversión se destinó a “dotar a la organización de los procesos logísticos y de IT con los que fortalecer su modelo omnicanal”, precisa la compañía

La nueva imagen se ha ido implantando progresivamente en tiendas de todo el mundo, empezando por el *flagship store* de la marca en Portal de l'Àngel, en Barcelona. En el extranjero, la empresa comenzó el despliegue de su nueva identidad en Japón, donde en 2019 abrió dos nuevas tiendas en Tokio y Nagoya.

Desigual aterrizó en Latinoamérica en 2010 y en la actualidad suma los 47 establecimientos en la región

Los próximos pasos del grupo pasan por renovar sus tiendas y abrir nuevos establecimientos en Singapur, Japón y Estados Unidos, donde se expandirá en Nueva York y Las Vegas, y aterrizar en Sudáfrica e India, donde prepara ya entre tres y seis aperturas de la mano del grupo local Tablez.

Latinoamérica es un mercado estratégico para la compañía. Según había señalado Jordi Balsells, vicepresidente de Desigual para Asia, América, Europa Central y Oriente Medio a finales de 2019, **el grupo espera sumar nueve establecimientos nuevos y llegar a dieciséis países de cara a 2020.**