

Modaes

Empresa

El gigante francés Kiabi prepara su entrada en Brasil para extender su negocio más allá de Europa

P. Riaño/ C. Pareja
12 may 2016 - 00:00

Kiabi
Image not found or type unknown

Un nuevo operador internacional se prepara para aterrizar en territorio americano. El grupo francés **Kiabi**, especializado en moda a precios asequibles para hombre, mujer y niño, prepara su desembarco en Brasil con la puesta en marcha de sus primeros puntos de venta. La entrada de **Kiabi** en Brasil forma parte de la nueva fase de crecimiento de la empresa, que se desarrollará a lo largo de los próximos cinco años, según ha explicado a Modaes el director general de la compañía, **Nicolas Hennon**.

Kiabi es uno de los mayores grupos de Europa de distribución de moda, con unos ingresos de más de 1.800 millones de dólares. La empresa concentra su negocio en Europa, donde suma más de 460 tiendas. La compañía está controlada por la familia **Mulliez**, que cuenta con negocios como **Grupo Auchan** o **Decathlon**.

El grupo francés, fundado en 1978, comienza ahora una nueva etapa de crecimiento, en la que se volcará en llevar su negocio a nuevos territorios. En los próximos cinco años, la empresa analizará su entrada en cinco nuevos países: Brasil, India, China, Reino Unido y Turquía. “El único seguro es Brasil”, ha señalado Hennon.

En los próximos cinco años, la empresa también analizará su entrada en India, China, Reino Unido y

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/el-gigante-frances-kiabi-prepara-su-entrada-en-brasil-para-extender-su-negocio-mas-alla-de-europa>

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

Turquía

Según el director general de **Kiabi**, la compañía escoge los países en que entrar teniendo en cuenta la clase media existente en cada uno de ellos. La empresa, además, adapta su negocio a cada país en términos de imagen o de comunicación, pero no de producto.

En Brasil, **Kiabi** se enfrentará no sólo a la competencia local (con gigantes como **Riachuelo**), sino también a operadores internacionales, especialmente la holandesa **C&A**, que está presente en el país desde 1976. El frenazo experimentado por la economía brasileña y la devaluación del real así como la inestabilidad política del país están forzando a los grupos internacionales a salir de Brasil o a dar marcha atrás en sus planes de entrada en él.

A cierre del ejercicio 2015, **Kiabi** contaba con una red de 460 establecimientos en Europa, 334 de ellos ubicados en Francia, 65 en España, veinte en Italia, siete en Portugal y tres en Rusia. La compañía cuenta también con un punto de venta en Marruecos.

Con una plantilla de más 8.000 empleados, **Kiabi** finalizó el ejercicio 2015 con unos ingresos de 1.662 millones de euros (1.891 millones de dólares), lo que significó un incremento del 6,7% respecto al ejercicio anterior. La compañía se ha marcado el objetivo de que los mercados internacionales representen el 50% de su negocio total.