

---

# Modaes

---

Empresa

## El multimarca español Biba asalta el mercado internacional con su desembarco en Chile

---

Sarah García  
10 dic 2014 - 11:30



**Biba** crece fuera del mercado español. El multimarca español, especializado en la venta de bolsos, maletas y calzado, apuesta por los mercados internacionales y prepara su desembarco en Chile. La compañía, controlada por **DCM Argentona**, pondrá en marcha en breve su primera tienda en el país, que estará ubicada en el barrio Las Condes de Santiago de Chile, tal y como ha explicado **Maria Guardia**, responsable de **Biba**, a Modaes.

“Es el país en el que mejor está funcionando el sector en Latinoamérica y hay interés por la marca, por lo que hemos aprovechado la oportunidad que ha surgido para establecernos allí”, destaca Guardia.

La compañía, que operará en el país de la mano de un socio que tiene una red de

---

# Modaes

---

contactos establecida, subraya que los gustos del mercado chileno son parecidos a los del español y que esta primera tienda servirá de prueba. El objetivo de **Biba** es testar el mercado y ver cómo responde el público; si la acogida es buena, el multimarca no descarta abrir más tiendas en el país.

El grupo **DCM Argentona** divide su actividad en tres: **DCM**, dedicada a la distribución de complementos de moda al por mayor; **Biba**, especializada en la distribución a través de retail y, **Slang Barcelona**, marca propia del grupo que se distribuye tanto en España como en Italia, Reino Unido, Finlandia, Francia, Suiza, Bélgica y Holanda. La empresa registró una facturación de diez millones de euros en 2011, una cifra que creció hasta 10,5 millones de euros en 2012 y hasta 12 millones de euros en 2013. El grupo todavía no cuenta con una previsión de ventas para este año.

La entrada de **Biba** en Chile se produce después de que la compañía haya incrementado su red de tiendas en España, que a cierre de 2014 alcanzará las veinticinco, si se contabilizan establecimientos *full price* y outlets.

De cara a 2015, **Biba** no tiene cerrado un calendario de aperturas, pero sí que planea poner en marcha por lo menos cuatro nuevos establecimientos, que se sumarán a los que la compañía ya opera en ciudades como Granollers, Girona o Barcelona, donde ha abierto la primera tienda que sólo cuenta con productos de **Biba**, enseña propia lanzada por el multimarca a finales de 2011, y de **Slang Barcelona**, marca que también es propiedad de **DCM Argentona**.

En paralelo al desarrollo de su red de tiendas, **Biba** está llevando a cabo un proceso de independización de su marca propia. “Además de la tienda de **Biba** y **Slang Barcelona**, hemos comenzado a vender la marca de forma autónoma”, sostiene Guardia.

Desde julio, cuando la compañía comenzó el proyecto, **Biba** ha logrado entrar en 130 puntos de venta multimarca. La empresa también ha acudido a ferias especializadas como **Mipel**, **Momad** e **Intergift** con el objetivo de captar nuevos clientes.

En el caso de **Slang Barcelona**, la marca de **DCM Argentona** cuenta con 600 puntos de venta en países como Canadá, Filipinas, Malasia, Tailandia, Italia o Alemania. En 2014, la marca ha desembarcado en el mercado francés y también tiene previsto sumar, durante este mes, el mercado portugués.