

Empresa

Etam señala a Latinoamérica como uno de sus mercados estratégicos tras entrar en México y Chile

Modaes
26 ene 2015 - 12:00

El gigante francés de la moda íntima **Etam** se fija en Latinoamérica para crecer. La compañía, que creció en 2014 un 0,4%, hasta 1.220 millones de euros (1.408 millones de dólares), señala al mercado latinoamericano como uno de sus focos de desarrollo para el próximo año. La empresa, que opera en el sector con sus marcas **Etam**, **Undiz** y **Un Deux Trois**, ya cuenta con presencia en países como México y Chile.

“En 2014, el grupo ha desarrollado su presencia en Francia, además de haber apostado por crecer en mercados como Latinoamérica con la marca principal de la compañía, **Etam**”, explica la empresa en un comunicado.

El pasado mayo, la empresa abrió su primer punto de venta en México de la mano del grupo de grandes almacenes **Liverpool**. Para presentar la marca al consumidor mexicano, la compañía llevó a cabo un desfile de su colección primavera-verano 2014.

En noviembre, el grupo francés dio un paso más en el mercado latinoamericano al aliarse con el grupo chileno Falabella, el mayor operador de grandes almacenes de toda la región. La compañía desembarcó en Chile con establecimientos en los centros comerciales Parque Arauco, Costanera Center y en el complejo comercial La Dehesa.

Etam estanca su crecimiento

El grupo de moda íntima busca nuevos mercados para hacer su red de distribución, pero también su cifra de negocio. La compañía, que la semana pasada presentó sus resultados correspondientes al año anterior, finalizó 2014 con una facturación de 1.220 millones de euros (1.408 millones de dólares), lo que ha supuesto un crecimiento de sólo el 0,4%.

Modaes

Europa representa actualmente el grueso de las ventas de la compañía, con un total de 838 millones de euros (739,3 millones de euros corresponden a Francia), mientras el negocio en China aportó en 2014 poco más de 382 millones de euros.

A cierre del pasado diciembre, **Etam** sumaba un total de 4.122 establecimientos, 943 en Europa, 2.935 en China y 244 franquicias internacionales.