

---

# Modaes

---

Empresa

## La española Florentino eleva su apuesta por Latinoamérica: pone rumbo a Chile, Colombia, Ecuador y Perú

La empresa de moda masculina da un paso adelante en la región donde, en la actualidad, sólo está presente en México con doce corners localizados en las tiendas departamentales El Palacio de Hierro.

---

Jaime Cevallos  
8 feb 2019 - 00:00

Florentino tatea su entrada a Chile, Perú, Colombia y Ecuador con un socio local

Florentino pone el foco en Latinoamérica. **La compañía española de moda masculina ha comenzado a tantear su entrada en los mercados de Chile, Perú, Colombia y Ecuador**, en los que aspira a operar de la mano de un socio local.

De este modo, la empresa pretende reforzar su presencia en la región donde, en la actualidad, sólo está presente en México. Florentino opera en el mercado azteca a través de doce corners localizados en El Palacio de Hierro, según ha explicado Florentino Casheda, director de expansión de Florentino e hijo del fundador de la empresa, a Modaes.

Casheda ha señalado que el objetivo de la compañía es emular lo que ha hecho en México en los mercados de Chile, Perú, Colombia y Ecuador que, a su juicio, son de los más estables que en la actualidad existen en Latinoamérica.

### **Florentino analiza la posibilidad de abrir una tienda a pie de calle en Ciudad de México**

**La empresa española, además, continuará apostando por México y sigue analizando la**

---

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/florentino-tatea-su-entrada-a-chile-peru-colombia-y-ecuador-con-un-socio-local>

---

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

---

posibilidad de poner en marcha un punto de venta monomarca en la capital del país, que funcionaría en un local a pie de calle.

**Latinoamérica forma parte fundamental de la estrategia de internacionalización de Florentino**, que comercializa sus prendas en veinticinco países, entre los que figuran Portugal, Reino Unido, Suecia, Marruecos, Suiza, Ucrania, Líbano, Camboya o Filipinas. En estos tres últimos mercados, la empresa cuenta con corners en tiendas multimarca de grandes dimensiones.

En paralelo, la compañía, que factura alrededor de quince millones de euros anuales (17 millones de dólares), está ejecutando un plan de expansión en su mercado local, donde tiene previsto abrir ocho tiendas hasta finales de 2020.

## **La empresa está presente en veinticinco países y, en su mercado local, cuenta con 42 puntos de venta**

En la actualidad, **Florentino opera con 42 puntos de venta en España**, de los cuales 18 corresponden a establecimientos propios, 17 son corners localizados en tiendas departamentales de n El Corte Inglés y siete outlets.

**Florentino invertirá entre 50.000 euros (56.750 dólares) y 100.000 euros (113.500 dólares) en la puesta en marcha de cada una de las ocho tiendas** que abrirá en España y, preferentemente, estarán situadas en ciudades del Mediterráneo.

La compañía es una de las históricas del textil español, ya que sus orígenes se remontan a 1963, cuando Florentino Cacheda y un socio, que poco más tarde se echaría atrás, pusieron en marcha Cavil. Unos años después, la empresa tomó el nombre de su fundador.

Florentino cuenta con una plantilla de 250 personas y sus colecciones se fabrican en sus instalaciones de Lalín, en el noroeste del país, salvo los complementos y el calzado, cuya producción se encarga a empresas situadas en otras zonas de España.