

Modaes

Empresa

Guess encuentra en Latinoamérica su palanca de crecimiento en los mercados internacionales

F. Marín-Camp
30 nov 2015 - 00:00



Guess ha adivinado ya cuál es su principal foco de crecimiento. La compañía estadounidense encuentra en Latinoamérica su mayor palanca para impulsarse en los mercados internacionales, en plena reestructuración de su red de tiendas a nivel mundial.

El grupo cerró los nueve primeros meses del ejercicio en curso (finalizados el 31 de octubre) con 96 establecimientos en Latinoamérica, ocho tiendas más que en el mismo periodo del año anterior. En su último ejercicio completo, cerrado en 31 de enero de 2015, el número de tiendas ya había aumentado considerablemente, hasta los 95 establecimientos. Por lo contrario, **Guess** ha reducido el número de tiendas en

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/guess-encuentra-en-latinoamerica-su-palanca-de-crecimiento-en-los-mercados-internacionales>

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

el resto de regiones del planeta.

El cierre de establecimientos se inició antes de la marcha de **Paul Marciano**, cofundador de la empresa. El directivo fue sustituido el pasado verano por **Víctor Herrero**, ex ejecutivo de Inditex, que ocupa ahora el cargo de consejero delegado.

Donde más se ha visto reducida la red de tiendas de **Guess** ha sido en su mercado local, formado por Estados Unidos y Canadá, donde en el tercer trimestre la compañía contaba con 31 establecimientos menos que un año antes, alcanzando 461 tiendas en la región. Este descenso ya empezó a mostrarse en su último ejercicio cerrado, correspondiente a 2015, cuando **Guess** sumó 481 tiendas en Estados Unidos y Canadá, frente a las 494 tiendas abiertas en el año anterior.

En los mercados asiáticos, **Guess** finalizó los nueve primeros meses del año con 475 tiendas. A cierre del pasado ejercicio, el número de tiendas era de 481 establecimientos, y en los nueve primeros meses del año pasado, alcanzó las 492 tiendas.

En Europa y Oriente Medio también se ha reducido el número de establecimientos de **Guess**, que en la actualidad suma 593 tiendas en la región. A cierre del ejercicio 2015 (finalizado en enero de este año) la compañía disponía de 596 establecimientos, mientras que hace un año su red de tiendas en Europa y Oriente Medio alcanzaba 605 tiendas.

En términos globales, **Guess** cerró su último ejercicio con 1.666 tiendas alrededor del mundo, cuarenta menos que el año anterior. En el tercer trimestre de este año, la compañía ha reducido aún más esta cifra, que ahora se sitúa en 1.625 tiendas.

El grupo en Latinoamérica

Guess dio el salto al mercado mexicano en 2006 de la mano de **Grupo Axo**. En la actualidad, la compañía dispone de 38 tiendas solo en México, que se suman a los más de 500 puntos de venta que tiene el grupo en tiendas departamentales del país.

La compañía estadounidense, que está presente en ochenta países, también cuenta con tiendas en Brasil, Chile y Colombia. El grupo ha concluido los primeros nueve meses del ejercicio en curso con un descenso de sus ventas del 10,1%, hasta 1.546 millones de dólares. El beneficio se situó en 34 millones de dólares, un 17% menos que en el mismo periodo del año anterior.