

# Modaes

Empresa

## Guess se vuelca en España: abre su 'flagship' junto al Mercado de Fuencarral y proyecta diez tiendas más en 2016

C. Pareja/ P. Riaño  
19 feb 2016 - 05:00



El grupo estadounidense **Guess** continúa imparable en el mercado español. La compañía abrirá en los próximos meses un *flagship store* en Madrid, ubicado junto al Mercado de Fuencarral, tal y como ha explicado **Albert Beltran**, director general de **Guess** en España, Reino Unido, Francia y el Norte de África, a Modaes.es. Entre los planes del grupo para este año también se encuentra la apertura de diez nuevas tiendas.

**Guess** ubicará el buque insignia de la marca en el número 45 de la calle Fuencarral,

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/guess-se-vuelca-en-espana-abre-su-flagship-junto-al-mercado-de-fuencarral-y-proyecta-diez-tiendas-mas-en-2016>

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

---

justo al lado del Mercado de Fuencarral que, con una superficie de 2.400 metros cuadrados ha despertado el interés de un gran número de grupos de distribución de moda como **Inditex, Mango, H&M** o la japonesa **Uniqlo**.

El nuevo establecimiento de **Guess** contará con una superficie comercial de 340 metros cuadrados y distribuirá todas las colecciones de la firma estadounidense. La operación ha sido intermediada por la consultora inmobiliaria **CBRE**.

Además de abrir un establecimiento insignia en una de las principales calles comerciales de la capital, **Guess** continuará elevando su presencia en el mercado español a lo largo de 2016. Entre sus planes está abrir una decena de tiendas en ciudades en las que la marca ya opera, como Barcelona, Madrid, Mallorca, Alicante o Tenerife, y en otras en las que de momento no tiene presencia, como Granada, Córdoba, A Coruña o San Sebastián.

“En nuestros planes de expansión también se encuentran la apertura de puntos de venta en Marruecos a través de la *joint venture* que tenemos con **Grupo Número Uno** en Canarias”, explica Beltrán. Estas aperturas se enmarcan dentro del plan de crecimiento de **Guess** en la Península Ibérica, que pasa por la apertura de entre veinte y veinticinco tiendas propias más en el territorio durante los próximos dos años.

## Actualmente, el grupo Guess cuenta con una red de distribución formada por 1.708 establecimientos en todo el mundo

**Guess** nació en 1981 de la mano de los hermanos **Paul** y **Maurice Marciano**, que abandonaron el sur de Francia en busca del sueño americano. Los Marciano aprovecharon su influencia europea para centrarse en una de las prendas más americanas: los *jeans*. Con los años, la empresa diversificó lanzando la marca **Marciano** y, más tarde, el concepto **G. Paul Marciano** abandonó **Guess** el pasado julio, dejando en manos de **Victor Herrero**, ex ejecutivo de **Inditex**, la gestión de la compañía.

Actualmente, el grupo **Guess** cuenta con una red de distribución formada por 1.708 establecimientos en todo el mundo. La mayoría de los puntos de venta de **Guess** están ubicados en Europa, mientras que Asia ya se sitúa como el segundo mercado de la marca por número de establecimientos.

---

# Modaes

---

La compañía estadounidense concluyó los nueve primeros meses del ejercicio en 2015 con una caída del 16% en su beneficio hasta 34 millones de dólares (31,9 millones de euros). La facturación de la compañía en el mismo periodo registró un descenso del 10,1%, hasta 1.546 millones de dólares (1.452,6 millones de euros).

En la Península Ibérica, **Guess** incrementó sus ventas un 6% durante 2014, hasta 80 millones de euros, según los últimos datos disponibles. Aunque la compañía no quiere hacer de momento publica su cifra de negocio correspondiente al ejercicio 2015, asegura que ha crecido “a doble dígito” en este mercado.