

Empresa

La brasileña Masqué da sus primeros pasos en Europa para crecer un 60% en 2017

La compañía de calzado proyecta tener cuatro puntos de venta en España y Portugal al finalizar este año.

M.Cantini
12 jun 2017 - 00:00

La brasileña Masqué da sus primeros pasos en Europa para crecer un 60% en 2017

Masqué cruza el Atlántico. La compañía brasileña especializada en calzado femenino desembarcó en Europa con su tienda online y proyecta poner en marcha cuatro puntos de venta en Europa antes de finalizar el año, según han explicado fuentes de la compañía a Modaes.

El pasado marzo, la empresa puso en marcha su tienda online que distribuirá a todo el continente europeo. En el canal digital, se podrán adquirir productos de las distintas colecciones que la empresa presenta durante todo el año.

Los planes de la compañía para este año en la región pasan por poner en marcha cuatro por llevar sus productos a exclusivas tiendas multimarca para distribuirlos en España y Portugal. Al finalizar el año, **Masqué** proyecta estar presente en Madrid, Barcelona, Lisboa y Oporto.

Con su llegada a España, el grupo proyecta crecer un 60% en 2017

En su mercado local, **Masqué** opera en Sao Paulo con una *macrotienda* ubicada Rua Peixoto Gomide en sector de Jardim Paulista. La empresa también tiene presencia en tiendas multimarca y a través de su canal online.

Modaes

Fundada en 2010 **Adriana Pedroso**, la compañía diseña y produce líneas de calzado y accesorios en cuero confeccionadas a mano. Todos los insumos que se utilizan para la elaboración de toda la mercancía son 100% locales y son confeccionados por artesanos brasileños en los talleres que la empresa tiene en Sao Paulo. Con el desembarco en Europa, el grupo proyecta crecer un 60% al finalizar su ejercicio 2017.

Brasil es uno de los productores de calzado más importantes de Latinoamérica. De acuerdo a la **Asociación Brasileña de las Empresas de Componentes para Cuero, calzado y Manufacturas** (Assitecal) a cierre del ejercicio 2016, las exportaciones de calzado local aumentaron un 2,6% y alcanzaron un valor de 256,7 millones de reales (78,5 millones de dólares).

En los últimos años los fabricantes brasileños de calzado han tenido que enfrentar la dura competencia de los productos asiáticos que llegan al país. En vista de este panorama, los empresarios del sector han diversificados su estrategias en mira de nuevos mercados siendo Argentina, Perú y Europa los destinos más representativos para la industria local.