

# Modaes

Empresa

## La española Aristocrazy supera las 60 tiendas y prepara su desembarco en EEUU, Panamá y República Dominicana para 2015

Sarah García  
11 dic 2014 - 11:00



**Aristocrazy** engorda su red de distribución antes de finalizar el año y se prepara para atacar nuevos mercados de cara a 2015. La firma española de joyería, fundada en 2010 y propiedad de la familia Suárez, tiene previsto poner en marcha tres nuevas tiendas hasta final de año, que le permitirán alcanzar una red de más de 60 establecimientos a nivel global. La compañía, que está liderada por **Guillermo Padellano**

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/la-espanola-aristocrazy-supera-las-60-tiendas-y-prepara-su-desembarco-en-eeuu-panama-y-republica-dominicana-par>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://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

---

, afronta el tramo final del año con la mirada puesta en 2015, cuando empezará a operar en Estados Unidos, Panamá y República Dominicana, tal y como ha explicado **Juan Suárez**, director ejecutivo y miembro de la tercera generación de la familia, a Modaes.

En lo que queda de año, **Aristocrazy** inaugurará tres puntos de venta, ubicados en las ciudades españolas de Santander y Vitoria y en México DF, donde pondrá en marcha una tienda en el centro comercial **Toreo**. Estos establecimientos, que se suman a los que la marca ya ha abierto en las localidades españolas de Valencia y Marbella, permitirán a la firma concluir 2014 con una red de entre 64 y 65 tiendas a nivel global.

En 2015, la firma tiene previsto seguir con el ritmo de aperturas y para ello ultima los detalles de sus primeras tiendas en Panamá y República Dominicana, así como del primer establecimiento en Estados Unidos, en la ciudad de Miami, que se abre de forma directa y que se inaugurará en marzo en el centro comercial **Aventura Mall**.

Las tiendas de Panamá y República Dominicana estarán ubicadas en el **Soho Mall** y en el **Blue Mall**, respectivamente, y estarán gestionadas de la mano de un mismo socio local, que será el encargado de desarrollar el negocio de **Aristocrazy** en ambos países.

La compañía también estudia ampliar su red de distribución en otros países de Latinoamérica como Chile, donde actualmente tiene una red de tres tiendas con el grupo **Falabella**.

Además de Latinoamérica, **Aristocrazy** ultima los detalles de su entrada en Oriente Medio. En la región, la compañía prevé poner en marcha puntos de venta en ubicaciones como Dubái o Emiratos Árabes.

En paralelo a su desarrollo geográfico, **Aristocrazy** acaba de llevar a cabo un cambio en su oferta. “Hace un año y medio decidimos modificar nuestra categoría de relojería y acabamos de hacer el cambio ahora”, explica Suárez. La firma ha optado por producir sus modelos en otras fábricas en Asia y también ha decidido cambiar el diseño y la calidad de los materiales.

La compañía ha llevado a cabo el cambio después de trasladar sus oficinas a un espacio propio en España. Hasta ahora, **Aristocrazy** compartía espacio con **Suárez** en el número 65 de la calle Serrano de Madrid. Ahora, la firma más joven del grupo ha pasado a contar con sus propias oficinas en el número 27 de la misma vía comercial,

---

# Modaes

---

tal y como adelantó Modaes.

**Aristocrazy** nació en 2010 como segunda línea de joyería de **Suárez** impulsada por la tercera generación de la familia, formada por **Emiliano** (director de marketing estratégico del **Grupo Suárez**), **Gabriel** (director comercial de **Suárez**) y **Juan** (director ejecutivo de **Aristocrazy**), hijos de **Benito Suárez** y sobrinos de **Emiliano Suárez**, representantes de la segunda generación de la empresa fundada en 1943 por **Emiliano Suárez**.

Pese a que la compañía no facilita su cifra de negocio, Suárez sostiene que **Aristocrazy** se encuentra en beneficios y que tiene previsto vender alrededor de 500.000 piezas de joyería en 2014. La empresa, que financia todos sus proyectos con recursos propios y deuda, fabrica el cien por cien de su producción de joyería en Europa y sus piezas de relojería en China.