

# Modaes

Empresa

## La española Piel de Toro entra en Estados Unidos con la apertura de una tienda en Miami

C. Pareja  
8 dic 2014 - 12:00



La española **Piel de Toro** apuesta en firme por la internacionalización y continúa llevando su marca a nuevos países. La compañía acaba de desembarcar en el mercado

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/la-espanola-piel-de-toro-entra-en-estados-unidos-con-la-apertura-de-una-tienda-en-miami>

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

---

estadounidense, con la apertura de su primera tienda en Miami. La empresa, propiedad del grupo **Azabache**, también continúa con el desarrollo de su marca en Latinoamérica, con la apertura de tiendas en México y Guatemala.

El establecimiento de **Piel de Toro** en Miami estará ubicado en el número 433 de la calle Lincoln Road. La tienda, que se ha abierto bajo la fórmula de la franquicia, distribuirá todas las colecciones de moda masculina, femenina e infantil de la marca.

Con su entrada en Miami, **Piel de Toro** compartirá espacio comercial en Lincoln Road con otras empresas españolas del sector, como **Uno de 50**, que abrió en 2010 su primer establecimiento en Miami, o la enseña especializada en camisería masculina **Credo**, que también ha apostado recientemente por comenzar a operar en la ciudad estadounidense.

Los grandes grupos españoles de distribución de moda, como **Inditex**, **Mango** o **Desigual**, también cuentan con presencia en Miami. Mientras que **Zara** y **Desigual** están presentes también en Lincoln Road, **Mango** ubica su establecimiento en Miami en Collins Avenue.

Los planes de **Piel de Toro** en el mercado estadounidense pasan por abrir dos establecimientos más en Miami, en zonas comerciales como **Aventura Mall** o **Dadelane Mall**, y, a corto plazo, buscar nuevas oportunidades en ciudades como Washington, Houston, Las Vegas o San Antonio.

“Miami es la referencia en el sector de la moda de Latinoamérica –explican desde **Piel de Toro**–; la gente con poder adquisitivo viaja a Miami para hacer compras, por eso hemos considerado que la ciudad es un buen escaparate para la marca y con la que podemos darnos a conocer en muchos mercados”.

La marca ya cuenta con presencia en nueve países y espera alcanzar una red de cien establecimientos en los próximos cinco años. La compañía, que acaba de crear una empresa conjunta en México con los empresarios **Juan Salceda** y **Manuel Martínez**, estudia la posibilidad de desembarcar en Reino Unido, así como ampliar su presencia en Latinoamérica, en mercados como Chile, Perú o Panamá.

**Piel de Toro** pasó a ser propiedad de la familia Burgas en 2008. La compañía pertenece desde entonces al grupo Azabache, que ya contaba con trayectoria en el sector textil a través de empresas especializadas en moda flamenca.

La empresa registró en 2013 una facturación de 11,5 millones de euros. El reto que se

---

# Modaes

---

ha marcado la enseña andaluza a dos años vista es facturar 20 millones de euros gracias a su presencia en los mercados internacionales. Entre los proyectos a medio plazo de **Piel de Toro**, que ya cuenta con 31 puntos de venta, se encuentran el futuro salto al parqué.