
Modaes

Empresa

La española Scalpers crece en Latinoamérica con un nuevo establecimiento en Panamá

Modaes
20 nov 2015 - 00:00

La española **Scalpers** acelera en los mercados internacionales. Meses después de incorporar a nuevos socios a su capital, la compañía de moda masculina acaba de poner en marcha un nuevo establecimiento en Panamá.

El local se encuentra en el **Soho Mall Panamá**, situado en la calle 50 de la capital del país. De esta forma, **Scalpers** suma un nuevo establecimiento a su expansión internacional en Latinoamérica, al tiempo que ultima su desembarco en Chile. El grupo se ha marcado el objetivo de cerrar el ejercicio 2015 con una cifra de negocio de 20 millones de euros (22,6 millones de dólares).

Scalpers está presente en otros países de la región como México, uno de los mercados latinoamericanos por los que más está apostando **Scalpers**, que obtiene el 90% de sus ventas del mercado español. De la mano del grupo **Sordo Madaleno**, la empresa cuenta con un punto de venta en Ciudad de México y otro en Querétaro, a los que se sumarán dos más en 2016.

La evolución experimentada por la marca ha atraído a los inversores. A finales del año pasado, **Scalpers** completó una ampliación de capital de 1,2 millones de euros con la que está financiando su crecimiento y que supuso la entrada de nuevos socios. El empresario **Jaime Bergel**, director en España del fondo **HIG**, y el grupo venezolano **Phoenix World Trade**, propietario de la red de tiendas de **Zara** en Venezuela, se sumaron al capital de la empresa.

La compañía se ha convertido en una de las empresas españolas del negocio de la moda con un mayor crecimiento durante los últimos años. Con una plantilla de 180 personas, **Scalpers** cerró 2014 con unas ventas de 12 millones de euros (13,6 millones de dólares), frente a los 7,2 millones de euros (8,1 millones de dólares) de un año antes. Si las previsiones se cumplen, el ejercicio 2015 (que se cerrará el próximo 15 de

Modaes

| febrero) la empresa registrará un crecimiento del 67% respecto a 2014.