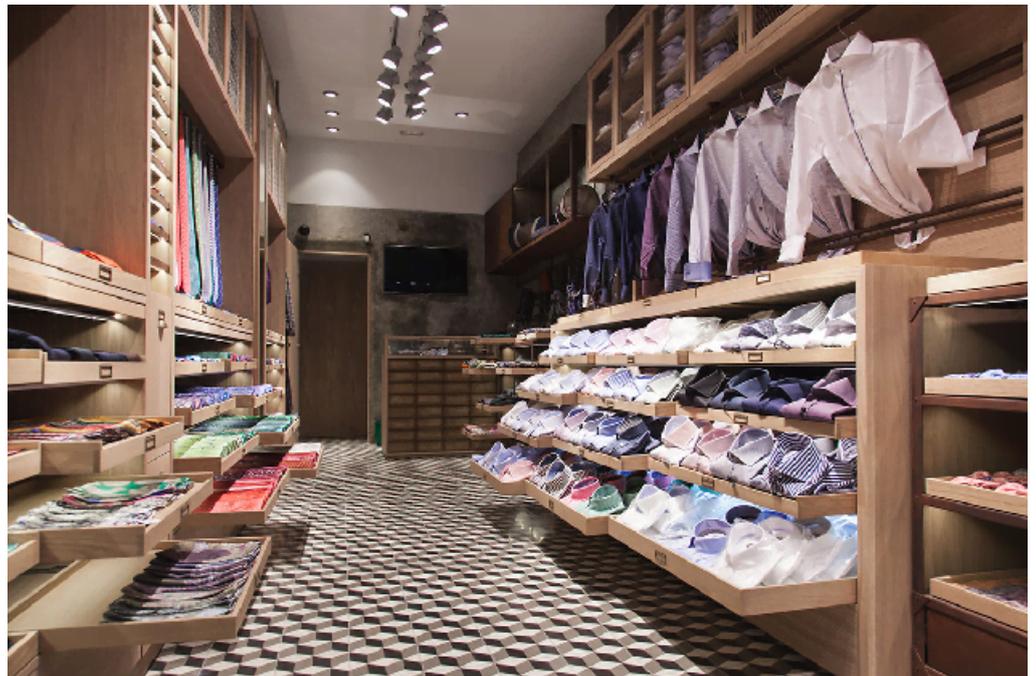


Modaes

Empresa

La española Soloio rebasa la barrera de las diez tiendas con una nueva apertura en Latinoamérica

C. Pareja
18 abr 2016 - 00:00



La moda masculina de **Soloio** marca un nuevo hito y se prepara para una nueva fase de crecimiento. La compañía, liderada por **Alejandra Brizio**, fundadora de la marca, acaba de superar los diez establecimientos con una nueva apertura en Colombia. La empresa, además, continúa creciendo en España y acaba de firmar el alquiler de su primer local en Barcelona, donde abrirá antes de acabar el año.

Soloio, especializada en moda y complementos para hombre, acaba de abrir una

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/la-espanola-soloio-rebasa-la-barrera-de-las-diez-tiendas-con-una-nueva-apertura-en-latinoamerica>

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

nueva tienda en Colombia, en esta ocasión en Cartagena de Indias. El establecimiento está ubicado en una de las principales calles comerciales de la ciudad y cuenta con una superficie comercial de 120 metros cuadrados. **Soloio** compartirá espacio comercial con otros operadores de moda masculina, como **Hackett** o **Harmont&Blaine**.

En este punto de venta, **Soloio** dedicará la mitad de su espacio de venta a su colección **Soloio Mare**, que está compuesta por prendas de baño. “Estudiamos independizar la marca en un futuro con una red de tiendas propias, aunque por el momento es un proyecto que está en fase embrionaria”, añade Brizio.

La compañía acaba de superar los diez establecimientos con una nueva apertura en Colombia

La empresa, controlada en España por la sociedad **Soloio Disegno Italiano** con sede en Madrid, cerró 2015 con una cifra de negocio de siete millones de euros (7,89 millones de dólares), un 20% más que el año anterior.

La compañía ha llevado a cabo una fuerte expansión en Latinoamérica en los últimos años. **Soloio** ya cuenta con una tienda en Chile, de la mano de la familia Salinero, y otra en Colombia, a las que se sumarán en breve dos más en Bogotá. La empresa, además, ya estudia su entrada en nuevos países como Perú o su apertura en otras ciudades colombianas como Medellín, tal y como explican desde la compañía.

En cuanto al mercado español, **Soloio**, que ya cuenta con una red de distribución formada por ocho establecimientos con tiendas en Madrid, Valencia y Oviedo, acaba de firmar el alquiler de un local en Barcelona, en el número 109 de la calle Rambla de Cataluña. La empresa planea abrir esta tienda, que contará con una superficie comercial de 200 metros cuadrados, una vez haya pasado la temporada de verano.

La empresa de moda masculina cerró 2015 con una cifra de negocio de seis millones de euros

Modaes

Soloio nació como una marca especializada únicamente en complementos, aunque, con el tiempo, la compañía decidió añadir prendas de moda masculinas, como camisas y pantalones, para posicionarse mejor en el mercado.

Mientras que una corbata de la enseña tiene un precio de venta al público de, aproximadamente, 40 euros (45,1 dólares), una camisa de **Soloio** puede alcanzar un precio de 55 euros (62 dólares) y un pantalón de 76 euros (85,7 dólares). Uno de los rasgos característicos de la marca es que realizan series cortas y sin repeticiones, como por ejemplo las corbatas, que crean tan solo 16 del mismo modelo.