

Empresa

La joyería de Tanya Moss da el salto internacional: el grupo mexicano desembarca en EEUU

Modaes
5 feb 2016 - 00:00

Tanya Moss entra en Estados Unidos. La compañía mexicana de joyería ha iniciado su proceso de internacionalización hacia Estados Unidos, donde abrirá una tienda virtual y, en los siguientes meses, operará con tiendas propias.

En su mercado local, **Tanya Moss** comercializa sus artículos en una treintena de tiendas, quince de ellas dentro de **El Palacio de Hierro**. Sus últimas boutiques en el país se encuentran en Guadalajara, Querétaro y Parque Arauco, en la Ciudad de México. La compañía, que emplea a un centenar de personas, ya está presente en joyerías multimarca de Alemania, Francia y Japón, según *El Empresario*.

De acuerdo con **Euromonitor**, la venta de joyería en Estados Unidos aumentó 3% en 2013 hasta 49.100 millones de dólares y estima que para el 2018 crezca un 14%, hasta 67.300 millones. La mayoría de exportaciones provienen de Asia: un 55% vienen de China, India y Tailandia.

La venta de accesorios, que incluye joyería, bolsos, relojes y artículos de escritura, aumentará un 9% anual hasta 2019, según el estudio *Global Personal Accessories Market 2015-2019*, elaborado por **Tech Navio**.

Según el estudio, los principales proveedores en el mercado de los accesorios son **Coach, Kering, LVMH y Prada**. El informe, que está elaborado por diferentes expertos del sector, refleja el impulso que está cogiendo esta división y la fuerte segmentación que tiene.

El estudio asegura que “en países como EEUU, China e India, los clientes son conscientes del valor de la marca y siempre en buscan un poco de valor añadido a sus productos y también están dispuestos a pagar más. En la India y China, las personas están tomando conciencia de la extensión de marcas internacionales y se adhieren

Modaes

| poco a poco con el concepto de la occidentalización”.