Modaes

Empresa

La peruana Fashion Retailers lanza una cadena multimarca y entra en México para superar los 130 millones en 2020

La compañía opera con marcas propias y distribuye también firmas de terceros, entre ellas todas las del grupo brasileño Cativa. Para el próximo año prevé abrir diecisiete establecimientos con el nuevo concepto.

Iria P. Gestal
22 oct 2019 - 00:00

Fashion Retailers da un salto adelante. El grupo peruano, que opera con marcas propias y de terceros, prepara el lanzamiento de un nuevo concepto multimarca en el que distribuirá todas sus firmas. Apoyado en esta expansión, el grupo prevé alcanzar los 130 millones de dólares de facturación el año que viene, según ha explicado Pedro Romero, vicepresidente y director de retail y venta directa de Fashion Retailers, a Modaes.

La empresa opera con marcas propias y distribuye también firmas de terceros, entre ellas todas las del grupo brasileño Cativa como Fido Dido o Habana. Con sede central en Perú, la compañía distribuye sus marcas en Ecuador, Colombia, Chile y Venezuela.

“Latinoamérica está en un momento complicado, y ese factor común de inestabilidad que comparten ahora mismo varios países nos ha ayudado a tener tiempo para hacer una estrategia de planificación y estudiar otros mercados”, asegura Romero.

Fashion Retailers factura 88 millones de dólares y prevé alcanzar los 130 millones en 2020

En este sentido, **la empresa abrirá el año que viene sus dos primeras tiendas en México con el nuevo concepto multimarca**

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/la-peruana-fashion-retailers-lanza-una-cadena-multimarca-y-entra-en-mexico-para-superar-los-130-millones-en-2020>

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

: una en Puebla y la otra en el Distrito Federal. “Queremos que sea como una departamental, pero sólo de moda, donde puedas encontrar oferta para toda la familia”, dice el ejecutivo.

Fashion Retailers tiene selladas ya once aperturas, incluidas las dos de México, y prevé cerrar 2020 con casi veinte puntos de venta del nuevo formato. Los establecimientos se ubicarán principalmente en centros comerciales y tendrán una superficie de entre 200 metros cuadrados y 300 metros cuadrados, con una inversión de 300.050 dólares por tienda. El nombre de la nueva cadena todavía no se ha decidido.

Tras conquistar México, **el próximo destino a corto plazo para Fashion Retailers es Estados Unidos.** A medio plazo, la empresa contempla dar también el salto al mercado europeo. El grupo cerró 2018 con una facturación de 200 millones de soles (88 millones de dólares) y prevé superar los 130 millones de dólares en 2020.

Otro de los proyectos en marcha del grupo es el desarrollo de una nueva marca de prendas de vestir reciclables. “Estamos trabajando con socios en Japón para desarrollar prendas que se degraden solas con el tiempo”, apunta Romero. Fashion Retailers cuenta con fábricas en Lima, Quito y Bolivia y trabaja también con marcas de terceros.