
Modaes

Empresa

Piel de Toro proyecta aperturas en Latinoamérica mientras estudia crecer a través de adquisiciones

C. Pareja
19 feb 2015 - 11:57

La moda de la española **Piel de Toro** busca nuevas vías de crecimiento. La compañía continúa desarrollando su presencia en el mercado internacional, donde proyecta la apertura de nuevas tiendas en países latinoamericanos, además de Francia o Estados Unidos. Al mismo tiempo, la empresa ha comenzado a estudiar la posibilidad de crecer a través de adquisiciones, tal y como ha explicado la empresa a Modaes.

Piel de Toro 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 sociedad 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.

Este año, tras la buena aceptación de la marca de moda masculina y femenina en países como México o Guatemala, la compañía continuará focalizando sus esfuerzos en Latinoamérica. Tras la reciente alianza con socios de Guatemala para abrir tres tiendas en los próximos tres años, los principales países de interés para la compañía son Panamá y Chile.

En Estados Unidos, **Piel de Toro** abrió a finales de año un punto de venta en Miami. El establecimiento está ubicado en el número 433 de la calle Lincoln Road, compartiendo ubicación con otros operadores españoles como **Uno de 50**, **Inditex**, **Mango** o **Desigual**. El próximo paso de **Piel de Toro** en el mercado estadounidense es abrir una tienda en Los Ángeles.

Piel de Toro ha finalizado el ejercicio 2014 con una cifra de negocio de 12 millones de euros, un 4,3% más que en 2013, cuando logró una facturación de 11,5 millones de

Modaes

euros. El 60% de las ventas de **Piel de Toro** proceden, de momento, del mercado nacional, aunque el objetivo para el próximo año es que el 50% de su facturación proceda de fuera de España.

La compañía ya ha trazado su plan de crecimiento a corto plazo. “Además de la salida al Mercado alternativo Bursátil (MAB) para principios del próximo año, nos hemos propuesto aumentar la gama de productos”, explican desde **Piel de Toro**.

Con el proyecto de lanzar nuevas categorías de productos, la compañía puso en marcha a finales de 2014 una ronda de fichajes de ejecutivos, procedentes de grupos como **Inditex** o **El Corte Inglés** para potenciar sus áreas de diseño, ventas y producto. “Seguiremos fichando nuevos perfiles a lo largo del próximo año”, añaden.

Además de diversificar con el lanzamiento de nuevas líneas, **Piel de Toro** estudia seguir una de las estrategias por las que han optado grupos como **Kangaroos**, **Tous** o **Globalmarks**: las adquisiciones. “En un futuro próximo estudiamos la posible adquisición de otras firmas, que completen nuestra oferta de productos y estilos de cara a los consumidores”, explica la compañía.

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.