Modaes

Empresa

La española Roberto Verino entra en seis nuevos países de Latinoamérica en 2019

La compañía de moda ha iniciado conversaciones con socios locales para desembarcar en mercados como Chile, Colombia, Perú, Costa Rica, Panamá y Ecuador.

Jaime Cevallos
15 oct 2018 - 00:00

Roberto Verino se vuelca en Latinoamérica: entra en seis nuevos países en 2019

Roberto Verino acelera en Latinoamérica. **La compañía española, que tienen en México su principal mercado internacional, se prepara para subir su apuesta por la región con la entrada con retail en seis nuevos países en 2019.** La empresa llevaba estudiando estos mercados desde principios de junio, cuando lanzó su plataforma online en México con la que detectó la demanda en nuevos países de la región.

Según han explicado desde Roberto Verino a Modaes, **la empresa ha iniciado ya conversaciones con socios locales potenciales para aterrizar en Chile, Colombia, Perú, Costa Rica, Panamá y Ecuador,** en los que operará con el modelo de franquicia.

La expansión en Latinoamérica se coordinará desde México, que se convertirá en su centro de operaciones en la región. La empresa cuenta con un pequeño equipo en el país, creado en 2016.

México será el centro de operaciones de Roberto Verino en Latinoamérica

El mercado azteca es, de hecho, el mayor para la empresa por cifra de negocio, por detrás de España, y el único en el que opera en el extranjero, junto con Portugal. Actualmente, **Roberto Verino cuenta con tres tiendas y cinco corners en el país,** además de una plataforma online. Hasta finales de año, el grupo prevé poner en marcha dos

Modaes

establecimientos más.

El próximo año, la compañía pondrá en marcha tres nuevas tiendas en Ciudad de México, en centros comerciales aún por definir. A estos puntos de venta se sumará un establecimiento en Guadalajara, lo que significará el debut de Roberto Verino en esa ciudad. En paralelo, **la empresa continuará impulsando su expansión en el país de la mano de El Palacio de Hierro.**

La compañía inició sus operaciones en 2006 de la mano de la empresa de tiendas departamentales Liverpool, en cuyos establecimientos llegó a tener una quincena de corners. En 2016, Roberto Verino inició una nueva fase de expansión en México, creando una estructura para crecer en el país mediante una alianza con El Palacio de Hierro, y con la intención de convertir al mercado mexicano en la plataforma de lanzamiento de la empresa en toda la región.

La compañía pretende generar el 50% de sus facturación en el mercado internacional

El objetivo de la compañía es generar más del 50% de su facturación en los mercados exteriores. La empresa, que cuenta con una plantilla de cuatrocientas personas, concluyó 2017 con una cifra de negocio de 33,5 millones de euros (38,7 millones de dólares), en línea con lo que facturó en 2016. Las ventas por superficie comparable del grupo crecieron un 8%.

A escala global, Roberto Verino opera con 140 puntos de venta, después de un proceso de reestructuración de la red comercial que le llevó a cerrar treinta tiendas que resultaban deficitarias para la compañía.