

Modaes

Empresa

Studio F, a la conquista de Europa: 8 millones para abrir 18 tiendas en España en tres años

La compañía colombiana, que cuenta con una red de 430 puntos de venta en ocho países de Latinoamérica, prepara su entrada en el mercado español para 2020.

P. Riaño / I. P. Gestal
12 dic 2019 - 00:00



La colombiana Studio F se lanza a la conquista de Europa. STF Group, uno de los mayores grupos de distribución de moda de Latinoamérica, prepara su entrada en España, donde ya ha comenzado a buscar oportunidades para abrir las primeras tiendas y ha fichado a un ejecutivo local para liderar la filial en el país. La empresa, que cuenta con una red de 430 tiendas en ocho países de Latinoamérica, prevé invertir entre seis millones y ocho millones de euros en tres años para crecer en España.

STF Group finalizó 2018 con unos ingresos de más de 250 millones de euros y más de trece millones de prendas vendidas. La empresa opera con las cadenas Studio F,

Modaes

especializada en moda femenina a precios medios, Ela y Top One.

“Queremos pasar de ser una compañía multilatina a una empresa de moda global”, ha explicado a Modaes.es el responsable de la entrada de la cadena Studio F en España, Juan Aristizabal. “En España, los grupos locales, como Inditex, son también globales: en vez de que la moda nos llegue de Europa, queremos llevar la moda a Europa”, agrega.

Studio F prevé alcanzar una facturación de 40 millones de euros en tres años

Hace un año, la compañía comenzó a estudiar su desembarco en el mercado español, un proyecto que verá la luz a principios de 2020, cuando la empresa pondrá en marcha una filial en el país y comenzará su plan de desarrollo. Aristizabal se instalará en España y comenzará en paralelo la creación de un equipo específico para el país.

Studio F combinará cuatro canales en su desarrollo en el mercado nacional: tiendas propias, corners en El Corte Inglés, multimarca y ecommerce. La entrada en el país se realizará a través del canal multimarca y el próximo febrero tendrá un *stand* de 60 metros cuadrados en la feria Momad, en Madrid, al tiempo que ya ha comenzado negociaciones con

El Corte Inglés para trazar su plan de desarrollo.

Las primeras tiendas propias llegarán con la temporada otoño-invierno 2020 y la empresa ya está buscando ya oportunidades tanto en centros comerciales como en calle, trabajando de la mano de agentes del sector inmobiliario. En Madrid, la compañía colombiana analiza Fuencarral, Gran Vía y Preciados, mientras en Barcelona se decanta por Rambla Catalunya y Pelayo.

“Queremos pasar de ser una compañía multilatina a una empresa de moda global”, explica Juan Aristizabal

El plan estratégico diseñado por el grupo contempla alcanzar una facturación de 40 millones de euros en tres años

Modaes

. En este periodo, la empresa prevé contar con una red de cuarenta puntos de venta en El Corte Inglés y haber desarrollado una red de 18 tiendas en España.

El posicionamiento de marca en España será diferente al de Colombia. En lugar de entrar a competir con los gigantes españoles de la gran distribución como Zara o Mango, **Studio F apostará por posicionarse en España en un segmento superior** y centrándose en el denim (que copa buena parte de su oferta) como elemento diferencial. Así, la empresa ha identificado a la marca portuguesa Salsa como su rival directo, si bien sus precios estarán levantando por debajo, con pantalones vaqueros que irán de 59,90 euros a 89,90 euros.

Studio F no tiene previsto adaptar sus colecciones a los gustos europeos ni sus patrones a la fisonomía europea, sino que introducirá en el país su colección completa, “con el denim como columna vertebral”. La empresa sí que modulará sus colecciones para adaptarse a las diferencias climáticas respecto a Colombia. Studio F cuenta también con oferta para hombre y niño, que de momento no se introducirán en el país.

La compañía, que reparte su producción entre Latinoamérica y Asia, centraliza su logística en Colombia, desde donde se distribuirá a España. Sin embargo, **el responsable de la expansión en el mercado nacional no descarta acercar parte de la producción a España** a medida que el desarrollo de la marca avance.

La compañía desembarcará en el mercado español con su oferta de moda femenina

Estructura

STF Group genera más de 5.000 empleos directos y actualmente tiene operaciones en Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Costa Rica, Guatemala, Panamá y México.

En su cuartel general, que suma más de 25.000 metros cuadrados, la empresa cuenta con almacén, laboratorio textil, taller de costura y centro de distribución con capacidad para distribuir entre 20.000 y 30.000 unidades nacionales al día.

Tras Colombia, **México es el segundo mercado más relevante para el grupo y en él opera a través de una filial**. La compañía cuenta también con oficinas y centros de distribución en Panamá y Chile. En China, STF Group opera a través de una filial y equipo propio, que gestionan las compras del grupo.

La cadena Studio F suma un total de 179 puntos de venta, con Colombia (cien tiendas

Modaes

propias y tres corners en Falabella) y México (57 tiendas y setenta corners en Liverpool) como mayores mercados. Girl es la línea para niñas de Studio F, mientras en hombre opera con la marca STF Man.

Ela, por su parte, es la marca juvenil del grupo: suma actualmente 136 tiendas en Colombia y Panamá y tiene también línea infantil. Por último, Top One, especializada también en mujer, se creó en 2017 y cuenta con seis tiendas en Colombia.