

Empresa

## Tous planea el lanzamiento de una segunda línea mediante la compra de Dayaday

Modaes  
9 oct 2013 - 11:42

El grupo catalán **Tous** quiere mantener su crecimiento. Y no sólo con el lanzamiento de nuevos productos o la entrada en nuevos mercados, sino mediante adquisiciones. La compañía familiar planea entrar en un segmento de mercado de precios más bajos con la adquisición de la cadena **DayaDay**, en concurso de acreedores desde el pasado junio. No es la primera ocasión en que **Tous** se acerca a **Dayaday** ni que estudia adquisiciones de otras marcas españolas.

El pasado 1 de octubre, los administradores concursales de Pórtico (matriz de **DayaDay**) cedieron a **Tous** la gestión de las 35 tiendas de la cadena en España, según *La Voz de Galicia*. Si bien la adquisición de **DayaDay** por parte de **Tous** todavía no está cerrada, esta decisión de la administración concursal facilitará las negociaciones.

**Tous** podría pagar alrededor de dos millones de euros por **DayaDay** y se comprometería a asumir la plantilla de la cadena, formada por un centenar de trabajadores. Pórtico decidió en agosto liquidar **DayaDay** como medida para salvar el conjunto del grupo, que acumula un pasivo de 45 millones de euros.

Con la adquisición de **DayaDay**, con sede en Vigo, **Tous** se introducirá en un segmento de mercado más bajo del que opera en la actualidad. **DayaDay** está especializada en la distribución de complementos y bisutería.

La cadena catalana de joyería concluyó el ejercicio 2012 con una cifra de negocio de 325,3 millones de euros, sólo un 0,09% más que un año antes. Por primera vez, el año pasado las ventas de **Tous** en los mercados internacionales superaron a las nacionales, con un 51% del total del negocio de la empresa.

---

# Modaes

---

Tous cuenta actualmente con una red de más de 400 tiendas propias y franquicias en cuarenta mercados. El grupo obtiene el 73% de sus ventas de la joyería y el resto procede de los complementos.

La compañía, que el año pasado incorporó a **José María Folache** (procedente de **El Corte Inglés**) como consejero delegado, ha intentado entrar en el segmento de mercado de **DayaDay** durante los últimos años analizando diversas adquisiciones. Además de la propia **DayaDay**, el grupo ha analizado compras como la de la firma **Mamatayoe**.