Modaes

Empresa

Uno de 50 desembarca en Canadá y sigue con su expansión en EEUU con una apertura en Disney World

C. Pareja
19 nov 2015 - 05:00

Uno de 50 suma un nuevo mercado. La compañía española especializada en bisutería de plata acaba de poner en marcha sus dos primeros establecimientos en el mercado canadiense, tal y como ha explicado **José Azulay**, propietario y presidente de **Uno de 50**, en una entrevista a Modaes.es. La compañía también continuará su expansión al otro lado del Atlántico con nuevas aperturas en Estados Unidos, en ciudades como Orlando, en Florida, donde se instalará en el parque temático de atracciones Disney World.

La compañía, que elevó su cifra de negocio en 2014 un 30%, hasta 40 millones de euros, ya ha abierto sus primeros puntos de venta en el mercado canadiense. El primero de ellos se puso en marcha en el centro comercial **The West Mall**, en Toronto. “Canadá es un mercado en el que hemos decidido comenzar a operar de manera directa y uno de los focos de nuestro desarrollo para los próximos años”, asegura **Azulay**. **Uno de 50** ha elevado su red de distribución en los últimos años, consiguiendo rebasar los 120 puntos de venta en todo el mundo.

Además de en Canadá, **Uno de 50** también se ha propuesto crecer en Estados Unidos a lo largo del próximo año. Una de las aperturas más emblemáticas que llevará a cabo la empresa en 2016 será la que pondrá en marcha en el parque de atracciones temático Disney World, en Orlando. “Han habilitado una parte comercial en el parque para firmas de lujo y gama alta, y hemos creído conveniente sumarnos al proyecto”, asegura **Azulay**.

La compañía también continuará su expansión al

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/uno-de-50-desembarca-en-canada-y-sigue-con-su-expansion-en-eeuu-con-una-apertura-en-disney-world>

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

otro lado del Atlántico con nuevas aperturas en Estados Unidos, en ciudades como Orlando, en Florida

Para 2016, **Uno de 50** llevará a cabo seis nuevas aperturas en el mercado estadounidense. La compañía pondrá en marcha en los próximos meses un nuevo establecimiento en Nueva York, ubicado en el centro comercial **Westfield World Trade Center**, compartiendo ubicación con otros operadores españoles como **Zara** y **Camper** o la estadounidense **Tom Ford**.

Australia, mercado en el que por el momento la marca no tiene presencia pero donde estudia desembarcar el próximo año; Latinoamérica, donde opera con tiendas en México, Guatemala o Chile o Rusia son regiones en las que **Uno de 50** también apostará por elevar su presencia a lo largo de 2016.

En cuanto al mercado asiático, **Uno de 50** abrió a mediados de 2015 su primer establecimiento en Japón, ubicado en Tokio. El punto de venta, que cuenta con una superficie comercial cercana a los 60 metros cuadrados, está situado en la calle Omotesando, una de las principales vías de la ciudad para operadores de lujo.

Uno de 50, que tiene una plantilla formada por 350 trabajadores, también se prepara para expandir aún más la marca en el continente europeo. **Uno de 50** cerró a principios de año un acuerdo para abrir su primera tienda en Reino Unido, en Londres. Ubicada en el número 142 de Regent Street, el establecimiento cuenta con 40 metros cuadrados de superficie comercial, tal y como adelantó Modaes.es. La compañía ha firmado un contrato de arrendamiento por diez años con **The Crown Estate**.

Italia también se ha convertido en un mercado estratégico para Uno de 50. El pasado septiembre, la compañía abrió su primer *flagship store* en Italia, ubicado en la vía Frattina de Roma. El establecimiento, que cuenta con cuatro plantas, es la segunda que la empresa abre en Roma y la tercera que pone en marcha en el mercado italiano. “Nuestros planes pasan por abrir nuevas tiendas en Italia a lo largo del próximo año: es un mercado en el que la marca está gustando y vemos muchas oportunidades de crecimiento”, asegura Azulay.