Modaes

Empresa

Uno de 50 refuerza su presencia en Estados Unidos con siete aperturas en 2013

Sarah García
14 oct 2013 - 04:52

Uno de 50 potencia su marca en Estados Unidos. La compañía, que está llevando a cabo una importante expansión internacional, tiene previsto concluir 2013 con siete aperturas en el mercado estadounidense. Además de la inauguración de tiendas propias, **Uno de 50** ha firmado un acuerdo con el grupo de grandes almacenes **Bloomingdale's** para tener presencia en sus complejos comerciales, tal y como ha explicado **Diego García**, director general de la compañía, a Modaes.es.

“Por el momento hemos abierto en tres tiendas **Bloomingdale's** a modo de test; si funciona nuestro producto, tenemos previsto incrementar nuestra presencia en más puntos de venta”, sostiene García.

Uno de 50, que concluyó el ejercicio 2012 con una cifra de negocio de 20 millones de euros, se ha marcado el objetivo de crecer un 60% en 2013 y alcanzar una facturación anual de 32 millones de euros. “Estamos en línea para finalizar el año de ese modo”, subraya García.

El objetivo de **Uno de 50** es aumentar su penetración en Estados Unidos a través de una red de tiendas propias. Para los próximos dos años, la compañía ya tiene firmada la apertura de cinco nuevos establecimientos, cuatro de ellos en 2014 y uno en 2015, aunque desde **Uno de 50** explican que están en negociaciones para que esta cifra sea superior. También en 2014, la compañía empezará a operar en Filipinas.

Además del crecimiento de **Uno de 50** en Estados Unidos, la empresa, presidida por **José Azulay**, también tiene la vista puesta en Latinoamérica. “Es una zona que tiene potencial y estamos en negociaciones avanzadas para desembarcar con franquicias en Panamá y Guatemala”, subraya el director general de **Uno de 50**.

Modaes

Donde ya tiene presencia la compañía es en México, país en el que trabajan de la mano de **El Palacio de Hierro**. “Allí acabamos de inaugurar un nuevo establecimiento y tenemos previsto abrir dos más antes de finalizar el año, con lo que ya contaremos con una red de siete puntos de venta”, destaca García.

En paralelo a su expansión en el continente americano, **Uno de 50** también crece en Europa. “Todavía estamos en negociaciones para entrar en Rusia y no tenemos fecha de apertura de la primera tienda en el país – sostiene **Diego García** -; es un mercado muy complicado”. Por otra parte, la compañía acaba de firmar un acuerdo con el grupo alemán de grandes almacenes **Karstadt** para tener presencia en sus centros.

Pese a su importante plan de crecimiento, **Uno de 50** no tiene previsto inaugurar ningún nuevo punto de venta en España. La compañía sostiene que actualmente está apostando por incrementar su red de establecimientos fuera y que sólo abrirá en España si encuentra una buena oportunidad.