

# Modaes

Empresa

## Uno de 50 se vuelca en Sudamérica: prepara su entrada en Bolivia y Paraguay

La empresa española de joyería, que ya tiene presencia en México, Guatamala, Chile y Puerto Rico, sumará dos nuevos mercados este año con sus primeras tiendas en las capitales.

Iria P. Gestal  
22 mar 2018 - 00:00

Uno de 50 se vuelca en Sudamérica: prepara su entrada en Paraguay y Bolivia

Uno de 50 saca brillo a Sudamérica. El grupo español de joyería prepara su entrada en nuevos países de la región, en plena apuesta por los mercados internacionales. Según ha explicado Javier Arrévola, director general de la compañía, a Modaes, **Uno de 50 comenzará a operar en Paraguay y Bolivia.**

Este año, la empresa de joyería subirá la persiana de sus primeros establecimientos en ambos países litorales. **Uno de 50 ha elegido las capitales de Asunción y La Paz para estrenarse en los mercados paraguayos y bolivianos, respectivamente.**

De esta manera, **el grupo español suma a Latinoamérica como su cuarto eje de expansión**, por detrás de Europa, Norteamérica y Asia. La compañía anunció recientemente su entrada en China, donde operará con tres tiendas y en la plataforma de ecommerce Tmall.

### Uno de 50 abrirá este año una tienda en Asunción y otra en La Paz

En Norteamérica, por su parte, el grupo acaba de fichar a Jason McNary, ex de Intropia, como nuevo consejero delegado para la región, donde está presente en Canadá, México y, en especial, Estados Unidos, donde la marca suma ya casi treinta

---

# Modaes

---

tiendas. La empresa también ha incorporado este año a Javier Gala, ex director general de Carrera y Carrera, como nuevo director financiero y de operaciones.

México será otro de los platos fuertes de Uno de 50 para este año. Tal y como adelantó Modaes, la compañía prepara la apertura de sus primeras tiendas en el país, donde ya está presente con puntos de venta en El Palacio de Hierro.

En 2017, el grupo español pisó el acelerador en el mercado mexicano, con la apertura de quince nuevos espacios en las tiendas departamentales de Grupo Bal. **Por número de tiendas, México es el principal mercado en Latinoamérica para Uno de 50.**

## **En Latinoamérica, la compañía está presente en México, Guatemala, Puerto Rico y Chile**

En total, la compañía de joyería opera en la región con una quincena de puntos de venta y extiende su presencia a mercados como Chile, Guatemala o Puerto Rico. El grupo también opera con puntos de venta en joyerías de otros países como Argentina.

A escala global, **Uno de 50 opera con una red de en torno a cien tiendas monomarca en cuarenta países** y genera el 60% de su facturación fuera de España. La compañía completa su distribución con más de 2.500 puntos de venta multimarca. De los cuarenta países donde está presente, el grupo español opera con tiendas propias en veinte mercados y cuenta con una filial en Estados Unidos.