
Modaes

Entorno

Etiqueta Negra proyecta su entrada en Perú para 2016 de la mano de su socio en Chile

F. Marín-Camp
14 abr 2015 - 00:00

La argentina **Etiqueta Negra** se expande por Latinoamérica. La compañía especializada en moda masculina dará el salto a Perú en 2016 de la mano del grupo **Rambrands**, su socio en Chile, tal y como ha explicado **Juan Cahen**, socio fundador de la marca, a Modaes.

“Estamos negociando varias posibles ubicaciones en Lima”, explica el directivo. El desembarco en Perú incrementará la presencia del grupo en la región. Una de las prioridades de **Etiqueta Negra** es “consolidarse dentro de Latinoamérica”, asegura Cahen.

Fundada en 2003 por **Juan Cahen** y **Federico Álvarez**, la compañía también ultima nuevos establecimientos en Brasil y Chile. En este primer mercado, **Etiqueta Negra** pondrá en marcha un nuevo establecimiento en el centro comercial **Iguatemí** de Sao Paulo en el segundo semestre de 2015. El grupo ya cuenta con tiendas en el país, situadas en Brasilia y Sao Paulo.

Etiqueta Negra, que también está presente en Chile, situará en Santiago de Chile su segundo establecimiento en el país. En la actualidad, el grupo dispone de una tienda en el país, situada en **Parque Arauco**.

Modaes



Argentina es el principal mercado de **Etiqueta Negra**. El grupo cuenta con trece tiendas en el país, situadas en Buenos Aires, Palermo, Rosario o Córdoba, entre otras ciudades. La compañía también distribuye a través del canal multimarca.

Las tiendas del grupo en Latinoamérica se complementan con cinco franquicias de **Etiqueta Negra** en Europa. Los establecimientos, situados en Francia, Italia y Suiza, están gestionados por el socio de la compañía en los mercados europeos, **Indas Retail**.

La compañía, que nació como enseña especializada en moda masculina, pondrá en marcha su primera tienda exclusiva para mujer. El establecimiento estará situado en el **Unicenter Shopping** de Buenos Aires. “La moda femenina representa alrededor del 30% del negocio actual del grupo”, explica Cahen. “La intención es incrementar esta cuota e incluso superar la oferta de artículos masculinos”, destaca el directivo.

Etiqueta Negra registró en 2014 unas ventas de 22 millones de dólares, según aseguran desde **Tribeca**, fondo de capital riesgo con acciones en la compañía. Las previsiones de la empresa pasan por alcanzar una facturación de 29 millones de dólares en 2015, rozando el máximo histórico de la firma, que se situó en 30 millones de dólares en 2007.

Tribeca inicia la venta de sus acciones en el grupo

El 50% de **Etiqueta Negra** está en manos de **Tribeca**. El fondo, que compró la mitad de la marca en 2007, se encuentra analizando varios compradores potenciales para desprenderse de su participación en la enseña argentina, tal y como adelantó Modaes. El grupo prevé iniciar negociaciones en el segundo semestre de este año o principios de 2016.

En paralelo, **Tribeca** también sacará a la venta la compañía colombiana **Onda de Mar**,

Modaes

que controla en su totalidad. “Estamos en conversaciones con bancos de inversión para que nos representen en la venta y analizando varios compradores potenciales”, explican desde la compañía. Con sede en Bogotá, el grupo gestiona inversiones por valor de 400 millones de dólares estadounidenses.