

Modaes

Empresa

Baby Cottons, salto adelante: se apoya en EEUU a las puertas de entrar en Chile y Uruguay

Un año después de ser comprada por Grupo Alas, la empresa de moda infantil ha puesto en marcha su plataforma de ecommerce en Perú, mientras se afianza en Norteamérica a golpe de *pop up stores*.

María Bertero
9 abr 2019 - 00:00

Baby Cottons, salto adelante: se apoya en EEUU a las puertas de entrar en Chile y Uruguay

Mejorar el producto, las tiendas y la experiencia de compra en la Red. Baby Cottons ha trazado sus objetivos para 2019, un año después de pasar a manos de Grupo Alas (antes Rapsodia). Este año, la empresa de moda infantil se volcará en Argentina, Estados Unidos y Perú, mientras busca entrar en nuevos mercados.

Según ha informado Valeria Sala, directora de Baby Cottons, a Modaes, la compañía ha apostado por el formato *pop up store* para ganar terreno en su mercado local y en el estadounidense.

En concreto, **Baby Cottons ha subido la persiana en el outlet Sawgrass Mills, en Miami**, de un establecimiento que permanecerá abierto durante seis meses. De esta manera, la empresa de moda infantil alcanza cuatro tiendas en Estados Unidos, donde cuenta con dos puntos de venta en Florida y otro en Boston.

Baby Cottons reforzará su presencia en Estados Unidos, para lo que ya ha iniciado la búsqueda de un director en el país

Los planes de la compañía argentina pasan por regresar a Nueva York a mediados de

Modaes

este año, con una tienda en Avenida Madison. Además, **Baby Cottons ha relanzado su plataforma de ecommerce en Estados Unidos**, donde opera con este formato desde hace una década. “Tenemos un crecimiento más lento, porque es un mercado más exigente”, asegura Sala.

La empresa de moda infantil cuenta con una oficina en Miami, donde gestiona también su negocio de ecommerce para todo Estados Unidos y su logística en el país. **Baby Cottons se encuentra en la búsqueda de un director para el mercado estadounidense** con el fin de afianzarse en el país.

Además de su expansión en Estados Unidos, la compañía de Grupo Alas seguirá afianzando su presencia en Argentina. Recientemente, **Baby Cottons puso en marcha un pop up store en el centro comercial Tortugas Open Mall**. “Dada la situación actual del mercado argentino, las tiendas efímeras son una buena medida para ir probando plazas donde puede funcionar la marca”, insiste la directiva. El punto de venta estará abierto hasta el próximo diciembre.

La facturación anual de Baby Cottons supera los veinte millones de dólares

La compañía ya había estado presente en Tortugas Open Mall con sus anteriores dueños. Para este año, **Baby Cottons planea sumar dos nuevos establecimientos en Argentina**, en ciudades donde la empresa aún no tiene presencia.

Igual que el resto de las marcas de Grupo Alas, Baby Cottons seguirá creciendo con la apertura de tiendas propias. La empresa también opera con socios franquiciados en países como Colombia o México.

En paralelo, **la compañía de moda infantil ha vuelto a tantear su entrada en nuevos mercados de Latinoamérica, concretamente Chile y Uruguay**, donde ya ha iniciado la búsqueda de espacios en centros comerciales de ambos países.

La empresa de moda infantil ha trasladado su tienda insignia en la ciudad de Lima

En el marco de su expansión internacional, **Baby Cottons ha lanzado su plataforma de ecommerce en Perú**

Modaes

, uno de los mercados en el extranjero de mayor antigüedad para la marca. Además, la empresa ha trasladado su tienda en Avenida Conquistadores de Lima, para ubicarse a ocho cuadras con un nuevo concepto de tienda.

Baby Cottons inició un relanzamiento de su marca desde la compra por parte de Rapsodia en marzo del año pasado. “Queremos tener una colección más organizada y seguir mejorando el producto, enfocándonos en las madres jóvenes”, subraya Sala. La directiva también informa que la firma expandirá su oferta de moda a niños mayores de dos años, seguirá cambiando su diseño de tiendas y capacitará a al personal de sus puntos de venta para brindar una mejor experiencia de compra. “Buscamos que cuando las madres ingresen a nuestros establecimientos sientan que entran al cuarto de un bebé”, insiste Sala.

La compañía argentina fue parte del grupo paraguayo Vierci desde 2011 hasta la compra por parte de Rapsodia. **Baby Cottons cuenta con una red comercial de más de 25 tiendas y factura veinte millones de dólares al año.**