

---

# Modaes

---

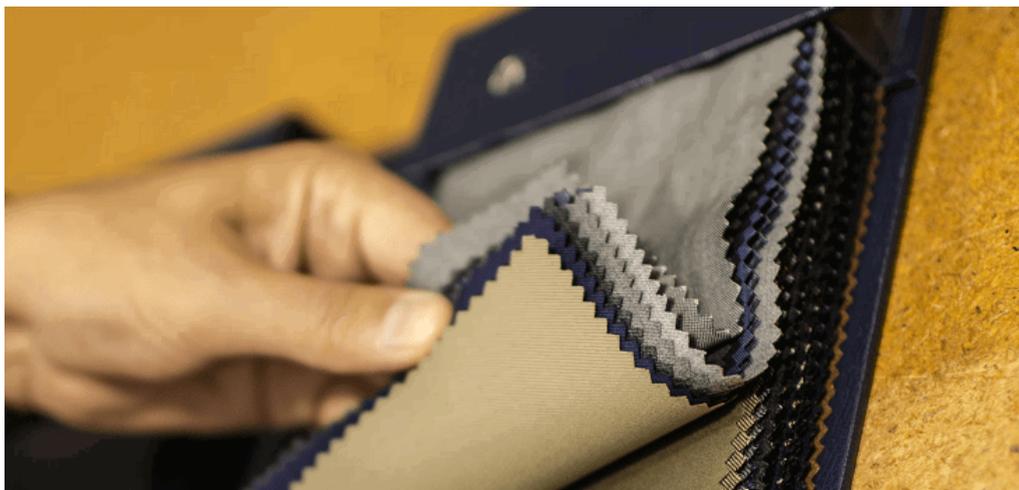
Empresa

## La española Antonaga apuesta por Latinoamérica y estudia su entrada en México

La compañía, especializada en sastrería masculina, está ya en negociaciones con distribuidores locales.

---

Iria P. Gestal  
11 ago 2016 - 00:00



**Antonaga** prepara su entrada en Latinoamérica. La empresa de sastrería prevé alcanzar el millón y medio de euros de facturación en este ejercicio, al tiempo que se prepara para dar su salto al mercado internacional, según ha explicado Jorge Ruiz, cofundador de **Antonaga**, a Modaes.

Nacida en 2012 de la mano de Ruiz, **Alberto Martínez**, **José Antonio Aparicio**, **José Antonio Brunet** y **Ángel Ruiz**, **Antonaga** es hija de la crisis española. Sus cuatro fundadores trabajaban para Cardenal, una compañía de sastrería con cuatro décadas de trayectoria que cerró sus puertas en 2011.

“Cada uno trabajaba en una unidad de negocio clave: uno en diseño, otro en sastrería,

---

# Modaes

---

otro en sastrería a medida, yo en comercial...”, explica Ruiz. Pensaron que, pese al cierre de la fábrica, el negocio tenía futuro, aunque con una estructura más ligera. “No fue fácil; el juez y el administrador concursal nos pusieron muchas trabas para comprar la maquinaria de nuestra antigua empresa y, al mismo tiempo, a algunos de los socios les empezaron a llegar ofertas de la competencia”, asegura el emprendedor.

Finalmente, y con una inversión de 400.000 euros (446.260 dólares), nació **Antonaga**. El grueso de su negocio continúa proviniendo de la sastrería tradicional, aunque también comercializa trajes de novio y ceremonia.

La empresa opera a través del canal multimarca y está presente en cerca de 350 puntos de venta en España y Portugal. Ahora se prepara para dar un nuevo salto delante de la mano de un programa del Ices, con el que prevé entrar en Francia, Holanda y Suiza la próxima campaña. “Queremos ir poco a poco –asegura Ruiz–; Si crecemos muy rápido perderemos el servicio y el cuidado de las prendas, que es precisamente lo que nos está ayudando a crecer”.

En el horizonte está también el plan de desembarcar en Latinoamérica y, de hecho, **Antonaga** ha comenzado ya las negociaciones con distribuidores mexicanos. “Tenemos muchos clientes mexicanos que vienen en verano y les hacemos diez trajes para toda la temporada”, dice el empresario.

Aunque, para entrar en el mercado azteca, **Antonaga** tendría que adaptar su oferta. “El gusto en sastrería clásica es muy similar, pero en fiesta tendríamos que hacer colecciones específicas”, añade Ruiz. Otro de los proyectos sobre la mesa es la entrada en China. “Estamos teniendo algunos contactos, pero ahí el proceso es más lento”, asegura Ruiz.