
Modaes

Empresa

La moda infantil de Mayoral potencia su línea Newborn en Colombia

C. Pareja
15 dic 2014 - 11:05

Mayoral apuesta por crecer con todas sus marcas fuera de su mercado local. El grupo español de distribución de moda infantil eleva su apuesta por Colombia y llevará al país su marca **Newborn**. La compañía, liderada por **Rafael Domínguez de Gor**, también tiene previsto crecer en China en 2015, tal y como ha explicado **Fernando del Monte**, director de expansión de **Mayoral**, a Modaes.

En 2015, la empresa, que cuenta con doce filiales internacionales, tiene previsto incrementar su presencia en Colombia. Para ello, ha puesto en marcha la búsqueda de nuevos representantes para comercializar **Newborn**. “Para **Mayoral** ya contamos con una red de agentes sólida, por lo que apostaremos por desarrollar la línea **Newborn** en Colombia y elevar su presencia en las principales ciudades del país”, explica Del Monte.

La línea infantil **Newborn** está especializada en ropa para recién nacidos hasta los 24 meses; **Mayoral**, su línea principal, se centra en moda infantil hasta los 16 años y **Nukutavake** en prendas para niños de 8 a 16 años. Además, la compañía cuenta con una línea de calzado denominada **Mayoral Shoes**.

Mayoral también tiene previsto elevar su presencia en el mercado asiático en 2015. A lo largo del próximo año, la compañía, que ya opera en el país a través de cincuenta puntos de venta, quiere aumentar su red de distribución en este mercado y contar con presencia en más de 200 establecimientos.

Por ello, **Mayoral** puso en marcha el pasado julio un centro de distribución en Shanghái de 4.000 metros cuadrados. “Ahora somos más ágiles en este mercado, es todo mucho más rápido –explica Del Monte–; no tenía ningún sentido importar las prendas producidas en China para volver a enviarlas a este mercado”. En los primeros meses de funcionamiento del nuevo centro, **Mayoral** ha distribuido cerca de

Modaes

80.000 prendas en el mercado chino. “Esperamos llegar a distribuir 200.000 prendas en el próximo año”, añade el directivo.

Además, la compañía apuesta por acudir a ferias especializadas en moda en el continente asiático. La empresa de moda infantil será la única presencia española en Chic Shanghái, feria que cambia su ubicación (antes se celebraba en Pekín) en su edición de 2015 y que se localizará en un nuevo parque de exposiciones, con una superficie de 400.000 metros cuadrados y que abrirá sus puertas a finales de este año.

Mayoral finalizó 2013 superando la barrera de los 250 millones de euros, un 5% más que en el mismo periodo del año anterior. La empresa, que se ha convertido en el mayor grupo de España y uno de los principales de Europa de moda infantil, distribuyó el año pasado un total de 21 millones de prendas a través de sus tiendas propias y del canal multimarca, donde está presente en 8.000 puntos de venta en todo el mundo.

“Finalizaremos esta año con casi 25 millones de prendas distribuidas, ha sido un buen ejercicio para **Mayoral**, por lo que prevemos un aumento de las ventas del 10%, hasta 270 millones de euros aproximadamente” comentó Del Monte. **Mayoral** obtiene el 80% de sus ventas del mercado internacional.

La compañía, que recién cumplió 75 años en el sector, emplea a un millar de personas y está compuesta por una decena de sociedades dedicadas al diseño, fabricación, comercialización y distribución de moda infantil en más de cincuenta países a través de 140 socios comerciales.