

Empresa

Limonada busca socios en Norteamérica para dar el salto al extranjero y lanza nueva marca

La empresa chilena de moda infantil pondrá en marcha en marzo Steps, su cuarta firma especializada en calzado para niños. El grupo se ha marcado el objetivo de crecer un 30% en 2019.

María Bertero
9 ene 2019 - 00:00



Limonada, salto adelante. El grupo chileno de moda infantil marca su hoja de ruta para 2019 con más tiendas, nuevas marcas, crecimientos a doble dígito y su salto al extranjero. Según ha informado Paula Valverde, gerente general de Limonada, a Modaes, **el principal objetivo de la compañía está en desembarcar en México o Estados Unidos.**

Para ello, la compañía sudamericana se encuentra a la búsqueda de socios locales que faciliten su entrada en Norteamérica. “En Estados Unidos apuntamos a la costa oeste,

Modaes

especialmente California”, asegura Valverde. La directiva también asegura que evalúan entrar en tiendas por departamento del mercado estadounidense o con establecimientos monomarca.

En 2018, Limonada alcanzó las cien tiendas en su mercado local. Además, la compañía lanzó 4Kids, su tercera marca infantil, con la que ya cuenta con 24 puntos de venta. El grupo opera además con Black&Blue, especializada en ropa para varones.

Limonada pondrá en marcha Steps en marzo y abrirá una veintena de tiendas hasta finales de año

El próximo marzo, Limonada lanzará Steps, una firma de calzado para niños que se convertirá en la cuarta marca del conglomerado de moda para niños y completará así el *total look*. “Sabemos que el zapato para niños tiene que ser cómodo y a la vez con diseño, apostamos por eso con Steps”, asegura Valverde.

En el primer semestre, Steps subirá la persiana de quince tiendas en Chile y planea abrir otras cinco más en lo que reste de 2019. Además, el grupo pondrá en marcha seis nuevos puntos de venta de 4Kids, hasta alcanzar los treinta establecimientos.

Actualmente, Limonada está pilotada por Paula Valverde, su hermana y su madre, Carmen Gloria Norambuena, fundadora de la compañía. Agustín Solari, que tomó participación de Limonada en 2013, vendió su parte de la empresa en 2017.

Limonada prevé aumentar su facturación un 30% en 2019

Fundada en 1985 por Andrés Valverde y Norambuena, en sus orígenes, Limonada se centraba exclusivamente en ropa para niñas y más tarde lanzó Black&Blue, marca que hoy opera únicamente en las tiendas de la firma estrella del grupo.

Además, Limonada cuenta con puntos de venta exclusivos de accesorios para niñas, con islas o corners en centros comerciales de su mercado doméstico. **El grupo prevé cerrar el ejercicio 2019 con un crecimiento del 30%.**