

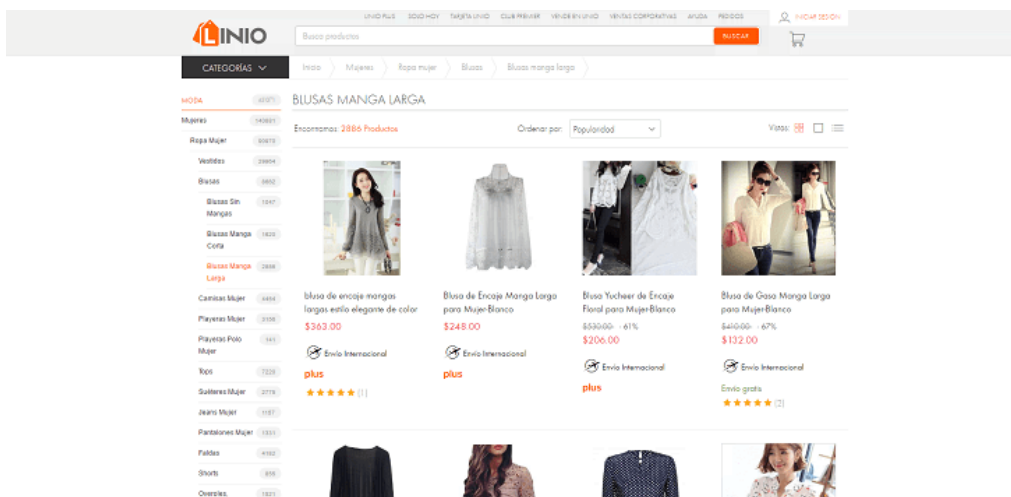
Modaes

Empresa

Linio se vuelca en la moda para crecer un 30% en 2016

La compañía de venta online, propiedad de Rocket Internet, enfoca su estrategia hacia la moda y la cosmética.

M. Bertero
10 ago 2016 - 00:00



Linio apuesta por la moda ‘en línea’. El grupo de ecommerce, propiedad de **Rocket Internet**, se centrará en el mercado latinoamericano para crecer un 30% en 2016, según indicaron fuentes de la empresa a Modaes. En paralelo, la compañía evalúa el lanzamiento de su propia marca de moda.

Fundado en 2012, el grupo comenzó a operar en simultáneo en México y Colombia. La expansión de **Linio** siguió por países como Chile, Panamá, Argentina y Ecuador. “En 2014 decidimos iniciar nuestra expansión por Latinoamérica, actualmente estamos cercanos a celebrar nuestro cuarto aniversario en la región” informan desde la compañía.

En concreto, **Linio** opera en México, Colombia, Argentina, Venezuela, Perú, Chile y Panamá. A su vez, el grupo cuenta con oficinas comerciales en Miami y China desde donde gestionan sus relaciones con compradores de Estados Unidos, Europa y Asia.

Modaes

Linio opera más de 7.000 marcas de moda, en catorce categorías

La compañía, que tiene a **Andreas Mjelde** como consejero delegado, cuenta con un total de dos millones de productos en su categoría de moda y accesorios y 100.000 para la sección de cosmética. Dentro de la categoría de artículos de moda, **Linio** cuenta con una variedad de catorce subcategorías para hombre, mujer, maternidad, uniformes escolares y moda nupcial.

La compañía gestiona más de 7.000 marcas de moda, entre las que se destacan, **Gucci**, **Lacoste** y **Calvin Klein**, agregadas recientemente, así como también las compañías de moda deportiva como **Adidas**, **Puma** y **Under Armour**.

En cuanto a cosmética, **Linio** cuenta con una oferta de más de 1.100 marcas.

“Ofrecemos una amplia variedad de productos y precios que van desde **Victoria’s Secret** hasta **Chanel**”, sostienen desde el grupo.

Con plazos de entrega de 78 horas, Linio ofrece su distribución al 95% de los territorios en los que opera. Además de **Rocket Internet**, el grupo cuenta con la participación de otros propietarios como **LIV Capital**, **Northgate Capital** y **Grupo Santodomingo**, entre otros.

La compañía, que no da a conocer sus resultados de facturación, asegura que moda y belleza son las categorías principales de sus ventas con un crecimiento anual de 200%. “Queremos enfocarnos y mejorar nuestra oferta de valor en los mercados en los que estamos actualmente”, agregan.