

Modaes

Empresa

Macson, El Ganso y Kilarny: la moda masculina española pide cita en México

La compañía nupcial Protocolo también reforzará su presencia en el mercado azteca con dos aperturas en las ciudades de Monterrey y Puebla.

María Bertero
25 oct 2016 - 00:00



La moda masculina española pide cita en México. **Macson** ha sido la última compañía en apuntarse a la ola del sector en el país, y prepara la apertura de su primer establecimiento en la capital. El Ganso o Protocolo son dos de las marcas españolas que ya tienen presencia en el país, mientras que otras como Kilarny o Félix Ramiro ultimasu entrada en el mercado mexicano.

Modaes

Macson, propiedad de la familia Obradors, ha elegido México para su el comienzo de su expansión en Latinoamérica. El primer punto de venta de la compañía en México se encontrará en un centro comercial de la capital del país, para el que el grupo se ha aliado con un socio local para abrir una tienda bajo el formato de franquicia.

“Queremos que sea la primera toma de contacto con el país”, ha explicado Obradors a Modaes. **Macson** no contempla por el momento una segunda apertura y sujeta el trazado de un plan estratégico para el país a la evolución de este primer punto de venta.

La compañía española, que concluyó 2015 con ventas de 18,3 millones de euros (19,9 millones de dólares) y un beneficio de 239.000 euros (260.015 dólares), opera en su mercado local con 55 tiendas, la mayoría de ellas en la provincia de Barcelona, de donde es originaria **Macson**.

El Ganso desembarcó en México en 2011 y opera con ocho establecimientos

El Ganso, por su parte, inició su expansión fuera de su mercado local en 2011. Actualmente, la compañía, que opera también con una colección de moda femenina, cuenta con ocho establecimientos en el mercado mexicano.

El grupo español opera en el país de la mano de **Sordo Madaleno** y tiene también presencia en las tiendas departamentales **Liverpool**. Recientemente, **El Ganso anunció la apertura de cuatro nuevos puntos de venta en el mercado mexicano** con los que superará la barrera de diez tiendas.

La compañía, propiedad de **L Capital**, espera cerrar el año con noventa millones de euros (101,7 millones de dólares) de facturación y una red de más de 150 establecimientos en Portugal, Alemania, Francia, Bélgica, Reino Unido, Italia y Holanda. **El Ganso** opera también en Chile, su segundo mercado en Latinoamérica donde cuenta con dos establecimientos en la capital del país.

Modaes

En abril, el grupo español **Kilarny**, especializado en camisas masculinas, informó el pasado abril sus planes de expansión en el extranjero, entre los que se encuentra su entrada en el mercado latinoamericano con un máster franquicia en México. La compañía opera en su mercado local con 17 tiendas propias, 173 puntos de venta en locales multimarca y siete córners en las tiendas departamentales españolas **El Corte Inglés**.

La moda nupcial masculina se casa con México

Protocolo también utilizó a México como puerta de entrada a Latinoamérica. La compañía española comenzó a operar en el país en 2013 con su primer punto de venta en el número 203 de Avenida Masaryk.

Protocolo está presente también en **El Palacio de Hierro**, donde espera poner en marcha dos nuevos puntos de venta en los establecimientos que el grupo de tiendas departamentales tiene en las ciudades de Puebla y Monterrey. La compañía de moda nupcial opera también en otros países de Latinoamérica como Colombia y Bolivia, y evalúa su entrada a Panamá, Guatemala, Chile y Perú.

Por otro lado, **Félix Ramiro** anunció dar el salto al mercado latinoamericano en 2016. La compañía española se encuentra en negociaciones para abrir sus primeros locales franquiciados tanto en México como en Ecuador.