

Empresa

Protocolo se refuerza en México tras facturar 5,5 millones de euros en 2018

La compañía española de moda nupcial masculina ha puesto en marcha un nuevo punto de venta en el mercado mexicano, concretamente en la tienda departamental El Palacio de Hierro Satélite.

María Bertero
27 jun 2019 - 00:00



Protocolo sigue avanzando en el extranjero. La empresa española especializada en moda nupcial masculina ha puesto en marcha un nuevo establecimiento en el mercado mexicano, que se ha convertido en el foco de expansión de la compañía en el extranjero y en Latinoamérica. **Con esta apertura, Protocolo alcanza las nueve tiendas en el país azteca**, donde además cuenta con un *flagship store* en Polanco.

El nuevo punto de venta de la compañía de trajes de novio se ubica en la departamental que El Palacio de Hierro tiene en el centro comercial Perisur, en el Estado de México, según informaron fuentes de Protocolo a Modaes.

La alianza entre la compañía y la empresa de tiendas departamentales Grupo Bal se

consolidó en 2015, cuando Protocolo puso en marcha una tienda en el almacén ubicado en el centro comercial Santa Fe.

Protocolo desembarcó en México en 2015, siendo el primer mercado en Latinoamérica en el que el grupo tuvo presencia

La presencia de Protocolo en El Palacio de Hierro se extiende también a las tiendas departamentales que el grupo mexicano tiene en Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Querétaro y Puebla. Además, la compañía española cuenta con un establecimiento propio en Avenida Presidente Masaryk, la calle del lujo de la capital mexicana y el eje comercial más caro de Latinoamérica.

La expansión de Protocolo en el mercado mexicano coincide con el crecimiento de la empresa en el país. **A escala global, la compañía finalizó el ejercicio 2018 con unas ventas de 5,5 millones de euros (6,2 millones de dólares), un 22,2% más que en el año anterior.** Del total de la cifra de negocio, México ya copa el 17% de las ventas globales del grupo.

Los planes de Protocolo para el ejercicio 2019 pasan por seguir impulsando su desarrollo en el extranjero. La empresa española cuenta con una red comercial de 24 puntos de venta, la mayoría de ellos ubicados entre su mercado local y México, además de Bolivia, donde desembarcó en 2016.

La compañía española suma 24 puntos de venta en su mercado local, México y Bolivia

Los orígenes de la compañía se remontan a 1991, cuando Mariano García Forcada inauguró su primera tienda en la ciudad española de Zaragoza. Protocolo continúa a día de hoy en manos de la familia fundadora y cuenta con tiendas monomarca y puntos de venta en departamentales como El Corte Inglés.

El 95% de la producción de Protocolo se realiza en talleres de confección situados en España y Portugal, y el 5% restante corresponde a la fabricación de trajes de primera

Modaes

| comunión a medida, que es un servicio diseñado para el mercado mexicano.