

Empresa

Textil Lonia desembarca en Silicon Valley en su conquista de Estados Unidos

P. Riaño
5 may 2014 - 05:00



El grupo gallego **Textil Lonia** da un paso más en su desarrollo en Estados Unidos. La compañía, controlada por la familia Domínguez y participada por **L Capital**, se prepara para poner en marcha un establecimiento de la cadena **CH Carolina Herrera** en una ubicación singular: Silicon Valley. La empresa abrirá el próximo noviembre un punto de venta de CH Carolina Herrera en el corazón de la tecnología de Estados Unidos.

Ubicada en el centro comercial **Valley Fair** de San José, la tienda forma parte del plan de expansión de **CH Carolina Herrera** en el mercado estadounidense. **Textil Lonia**,

Modaes

que comenzó su desarrollo en Estados Unidos en 2003 con la creación de una filial, se ha marcado el objetivo de duplicar el número de tiendas de **CH Carolina Herrera** en el país durante los próximos dos años.

Estados Unidos y Asia son los dos grandes objetivos de **Textil Lonia** con **CH Carolina Herrera** para 2014. En Estados Unidos, **CH Carolina Herrera** suma actualmente cerca de veinte establecimientos con las aperturas recientes en el centro comercial **Ala Moana Mall** de Honolulu (Hawái) y en **Grant Avenue** de San Francisco. A nivel internacional, la enseña suma cerca de 120 establecimientos.

El punto de venta de **CH Carolina Herrera** en **Grant Avenue** es el primero de la marca en San Francisco. El local divide su superficie en tres plantas, en las que la marca reproduce su concepto de retail para distribuir sus colecciones de mujer, hombre y niño.

Textil Lonia se ha convertido en uno de los principales grupos del sector de la moda en España. La compañía gallega opera en el mercado con las marcas **CH Carolina Herrera** y **Purificación García**. Dirigida por la familia Domínguez, la empresa ha reforzado este año su equipo directivo con el fichaje de **Albert Puyol**, ex presidente de **Loewe**, como director de estrategia y márketing.

La compañía concluyó el ejercicio 2013 (finalizado en febrero de dicho año) con una cifra de negocio de 253,93 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del casi el 10% respecto a los 231 millones de euros de un año antes. El resultado neto de la empresa se situó en 36,54 millones de euros, con una leve caída respecto a los 37,64 millones de euros de un año antes como consecuencia de su plan de expansión internacional.

Con una plantilla de 1.828 en febrero del año pasado, el grupo cuenta con diez filiales internacionales, en México, Estados Unidos, Portugal, Reino Unido, Francia, Corea, Japón, Singapur, China y Chile.

Textil Lonia crece a un ritmo anual de alrededor de treinta aperturas, combinando tiendas propias, franquicias y corners en grandes almacenes. Las previsiones de la empresa pasan por mantener estas cifras en el ejercicio actual.