

## Empresa

# Textil Lonia, un pequeño gigante que asegura su negocio

P. Riaño  
12 ene 2015 - 04:50

Discretamente y sin hacer ruido, Textil Lonia se consolida como uno de los mayores grupos de distribución de moda de España. La empresa ha conseguido en 2014 un acuerdo que aporta seguridad a su negocio y, a la vez, reconoce los buenos resultados obtenidos desde su fundación. Textil Lonia, vinculada a una de las familias con más tradición de la industria española de la moda, la Domínguez, acelera su desarrollo en Asia y Estados Unidos con las marcas CH Carolina Herrera y Purificación García tras dar entrada en su capital al grupo de perfumería Puig.

El pasado septiembre, Textil Lonia remodeló su estructura accionarial. LVMH, socio histórico de la empresa gallega, decidió abandonar el capital de la compañía. La solución fue natural y el 25% copado hasta entonces por la empresa de Bernard Arnault fue tomado por Puig, propietario de Carolina Herrera y, por tanto, socio de Textil Lonia, en tanto que licenciatario de CH Carolina Herrera. El importe de la operación se situó en alrededor de 125 millones de euros.

Con este movimiento, Puig afianzó y consolidó una relación iniciada quince años atrás, cuando se firmó la licencia de producción y distribución de la segunda línea de Carolina Herrera. Textil Lonia, por su parte, aseguró la continuidad del acuerdo y, de paso, de su negocio. Y es que Textil Lonia está consiguiendo buenos resultados con la gestión de CH Carolina Herrera y de Purificación García, esta última marca en propiedad.

Textil Lonia inició su desarrollo en 1997, después de que los hermanos Domínguez decidieran separar sus rumbos empresariales. Mientras Adolfo permaneció en la empresa familiar que todavía lidera actualmente, Jesús, Josefina y Francisco Javier dedicaron los recursos captados en la salida a bolsa de Adolfo Domínguez a la creación de una nueva compañía: Textil Lonia.

En agosto de 1998, Textil Lonia lanzó su primera marca, Purificación García, con una colección completa para hombre y mujer y accesorios. Con Purificación García ya

---

# Modaes

---

encaminada, la compañía comenzó el desarrollo de una segunda marca. En el año 2000 llegó a un acuerdo con Puig y Carolina Herrera Ltd. para crear CH Carolina Herrera, concebida como una marca de lifestyle.

En la primavera de 2001 CH Carolina Herrera abrió su primera tienda, con un plan inicial que contaba con la apertura de 15 puntos de distribución en Europa entre 2001 y 2002.

## **Crecimiento internacional**

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 siguiente ejercicio.

La empresa, que no facilita datos económicos, 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 de casi el 10% respecto a los 231 millones de euros de un año antes.

El resultado neto de la compañía 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.

La empresa tenía, a cierre del ejercicio 2013, una red de distribución de 516 establecimientos en 38 países, de los que 280 correspondían a puntos de venta de Purificación García y 236 a tiendas de CH Carolina Herrera.

A principios de 2014, Textil Lonia superó el centenar de tiendas monomarca de la enseña CH Carolina Herrera. La red de tiendas de CH Carolina Herrera está compuesta ya por un centenar de establecimientos, a los que hay que sumar más de 200 corners, que llevan la marca a cerca de cuarenta países. En el caso de Purificación García, la empresa gallega ha desarrollado una red de cerca de noventa puntos de venta, ubicados la mayoría de ellos en el mercado español, lo que hace que las ventas de marca procedan en su mayoría de España, igual que sucede, todavía, con la marca CH Carolina Herrera.

Textil Lonia, que suma una plantilla de más de 2.300 personas (alrededor de 700 de ellas ubicadas en la sede central de la empresa, en Ourense), acompaña su desarrollo internacional de filiales. En total, la empresa cuenta con una decena de subsidiarias, ubicadas en México, Estados Unidos, Portugal, Reino Unido, Francia, Corea del Sur,

---

# Modaes

---

Japón, Singapur, China y Chile.

Mientras Purificación García centra su desarrollo internacional en Latinoamérica, CH Carolina Herrera tiene en Estados Unidos y Asia sus grandes focos de crecimientos. Los planes de Textil Lonia pasan por duplicar el tamaño de CH Carolina Herrera en Estados Unidos (donde ya roza las veinte tiendas) hasta 2016. CH Carolina Herrera inició su desarrollo en el mercado estadounidense en 2003.

Textil Lonia ha consolidado un equipo directivo formado por ejecutivos procedentes de las principales empresas de moda del mundo. Bajo la batuta de los hermanos Domínguez (principalmente de Francisco Javier), Albert Puyol se incorporó a principios de 2014 a Textil Lonia, donde se hace cargo de las áreas de estrategia y márketing, con responsabilidad en áreas como gestión de producto, retail, expansión o márketing. A Puyol, ex directivo de compañías tan destacadas como Loewe, se sumó también el año pasado Nikhil Nathwani como responsable de retail. El ejecutivo se incorporó a la empresa gallega procedente de Pronovias, donde desarrollaba el mismo cargo.