

Analua, 'savia' de Mataró para llegar a dos millones en 2019 de la mano del multimarca

La marca de Nuria Collado y su hija, María Toledo, ha empezado a copar la red de multimarcas de España, donde tiene presencia en más de 200 puntos de venta, y ultima ahora el salto a Europa.

23 MAY 2019 — 04:49

POR S. RIERA



De cubrir vacíos en un multimarca a crear firma propia. Tras casi dos décadas en el sector, Nuria Collado se lanzó junto a su hija, María Toledo, a desarrollar su línea de moda, Analua, con una inversión inicial de 80.000 euros. **El conocimiento de la industria y el comercio de Collado y la visión *millennial* de Toledo han dado forma a un negocio que ha puesto rumbo a los dos millones de euros para 2019.**

Toda la trayectoria de Collado se ha desarrollado en la comarca del Maresme, una de las cunas del textil en España. Tras formarse en escuelas como Felicidad Duce y Massana y realizar diferentes cursos de costura, Collado finalmente se adentró en la industria como diseñadora en empresas que fabricaban para terceros en Argenton. Más tarde, dio un vuelco a su trayectoria y se puso tras un mostrador, abriendo su propio comercio multimarca en Vilassar de Mar (Barcelona).

En 2000, la empresaria creó Analua para cubrir los espacios que dejaban vacíos las firmas con las que trabajaba en la tienda, y con el tiempo, sus diseños fueron copando la práctica totalidad del establecimiento. Para la fabricación, Collado se apoyó en el tejido industrial local, que todavía hoy mantiene.

Analua está presente en más de 200 puntos de venta multimarca en España y cuenta con una tienda propia en Girona

Más adelante, se incorporó al negocio su hija, con formación en comunicación y en uso de las redes sociales. **“Empezamos en 2015 comercializando en un puñado de tiendas y en la actualidad sumamos ya 200 puntos de venta en España”**, explica Collado. Con el cambio de modelo de negocio, la empresa reforzó su estructura con un director comercial para acelerar en la distribución en España.

En su primer año se asentó en Cataluña; en 2016 desembarcó en la zona de Levante y Andorra, y en 2017 cubrió el norte del país. **“Creemos en el multimarca y queremos apostar por él, aunque sabemos que atraviesa por un momento difícil”**, explica la empresaria.

Sin embargo, también en 2017, la empresa echó el cierre a su comercio multimarca para centrar todos sus esfuerzos en la firma propia. **“Pero después de haber cerrado la tienda echamos en falta un escaparate que nos diera el *feedback* de las consumidoras”**, señala.

Los planes de la empresa pasan por crecer un 20% anual apoyándose en el canal multimarca

El siguiente paso fue la puesta en marcha de su primer establecimiento monomarca en Girona, ubicado en la calle Santa Clara, uno de los principales ejes comerciales de la ciudad. Collado explica que si bien el desarrollo del retail no es su prioridad, pero tampoco rechazarían una buena ubicación.

En la actualidad, Analua cuenta con sede en Mataró (Barcelona) y con una plantilla de diez trabajadores. El negocio se ha afianzado sobre una producción en proximidad en busca de la comodidad en el control de la calidad.

Sus planes a corto plazo pasan por apuntalar su distribución en el mercado español de la mano del comercio multimarca, incrementar el protagonismo del ecommerce en su crecimiento y entrar en Europa. **El objetivo que se han marcado pasa por crecer en torno a un 20% anual.**