

La moda de SixValves triunfa a nivel internacional

Con 1.400 clientes fijos y una amplia red de distribución, Grupo SixValves está considerado como uno de los mejores representantes de la moda casual en España

La moda, sin duda, nos identifica, potencia nuestra singularidad y nos hace sentirnos más guapos y guapas. Además, la moda en nuestro país es ya un sinónimo de calidad y diseño a nivel internacional; un sector empresarial en constante crecimiento, que nos 'hace sacar pecho' alrededor del mundo. España cuenta con grandes empresas de moda, por lo que a lo largo de este reportaje, conoceremos la trayectoria y las claves del crecimiento exponencial de una de ellas: Grupo SixValves que une tradición textil, innovación en sus productos, personal cualificado y un trato personalizado con sus clientes como cóctel de éxito.

Cada año diseñan, producen y distribuyen alrededor de un millón de prendas

El Grupo SixValves trabaja a través de una forma propia y diferenciada de entender la moda basada en la justa proporción calidad/precio de sus productos, en el trato cercano con el cliente y en la transmisión de una forma de vida casual y urbana. Esta empresa familiar creada con capital propio en el año 1978, ha crecido de forma imparable a lo largo de su historia. Actualmente, venden sus productos a más de 1.400 minoristas y a grandes empresas en el mercado nacional, europeo e internacional.

Sus instalaciones de 15.000 metros cuadrados-entre oficinas y almacenes-, albergan a, aproximadamente, 50 empleados fijos que son uno de los valores

fundamentales de la compañía, además de contar con 42 comerciales para España, Francia y Portugal así como distribuidores internacionales. Desde su central en Talavera de la Reina, cuentan con una ubicación logística estratégica en el centro del país.

Una trayectoria de vértigo

El inicio de la actividad en el año 78 se produjo en un pequeño taller con apenas 15 personas que trabajaban haciendo pedidos para otras marcas nacionales. Tan sólo algunos años después, en 1986, su plantilla era 10 veces mayor y ya estaban considerados como una de las empresas de confección más sólidas y estables de país. Fue entonces cuando decidieron sacar al mercado su propia marca de sportwear jeans bajo el nombre Six Valves. De esta forma, se iniciaron en el mundo del diseño y de la distribución.

Su primera colección con apenas 10 modelos, dio paso en 1992 a una extensa colección y a una amplia red comercial a nivel nacional, al producirse un crecimiento exponencial en sus departamentos de diseño, producción y distribución.

La internacionalización de Grupo SixValves llegó en el año 2000. La estrategia empresarial del Grupo se centró en dar el salto hacia países cercanos y en la búsqueda de nuevos mercados de venta y distribución dando lugar a la creación de SixValves International Group. Tan solo siete años después, la empresa ya era un claro referente y trabajaba en su consolidación del mercado europeo y en su expansión global.

Por otra parte, la adquisición de la mítica marca Lois Jeans en 2008 supuso una gran oportunidad para el Grupo, ya que añadió una marca de renombre internacional a su ya excelente trayectoria. En esta dirección de contar con marcas de prestigio, en 2013 nació V&L denim a través de la colaboración directa con los diseñadores Victorio & Lucchino.

En la actualidad, continúan consolidando su presencia en Europa y se encuentran en pleno proceso de expansión y refuerzo de marca en EE.UU y Latinoamérica. Así mismo para el pró-



ximo 2015 esperan ampliar su abanico de negocios con la apertura de puntos de venta en colaboración con sus clientes locales.

Las mejores marcas de casual wear

La gran variedad de marcas y colecciones de Grupo SixValves permite que sean capaces de satisfacer los deseos y necesidades en moda de adolescentes, jóvenes y adultos tanto en colecciones femeninas como masculinas. En este sentido, su producción está dividida en un 35% para 'Chica-Mujer Joven' y en un 65% para 'Chico-Hombre Joven'. Cuentan con un público fiel que busca un estilo casual y cómodo sin renunciar a ir 'a la moda'.

La elección de las prendas de su catálogo nunca se deja al azar. Realizan un riguroso proceso de selección de los productos de mayor calidad. Cada año diseñan, producen y distribuyen alrededor de un millón de prendas divididas en sus dos colecciones Otoño-Invierno y Primavera-Verano en las que podemos encontrar: chaquetas, jeans, cazadoras, camisetas, jerseys, sudaderas, etc. Prendas que se venden en los diferentes canales de punto de venta a pie de calle y a través de su tienda on-line (www.pausant.com) con los gastos de envío gratuitos, promociones, descuentos...

Entre sus marcas están: SixValves, Bendorff y Bendorff Polo Club, UNTRYB, V&L y Lois. Su marca bandera SixValves está destinada a un público masculino de rango medio con inquietudes en moda internacional y que valora especialmente la calidad de los diseños. Por su parte, Bendorff se sitúa en un segmento superior pero a unos precios muy competitivos; es una firma pensada para los hombres que quieren vestir con un estilo propio con prendas de gran calidad. Bendorff Polo Club inspira una moda elegante, sencilla y diferenciada para un público masculino que busca un estilo más sofisticado a la par que casual. Por otro lado, destinada a un público adolescente (chico) tienen la marca UNTRYB inspirada

Grupo SixValves mantiene su liderazgo en el sector y fortalece su presencia fuera del viejo continente, en mercados como el latinoamericano, el estadounidense o el e-commerce

en la moda universitaria que destaca por su precio, calidad y confort.

Como líneas mixtas destinadas tanto al hombre como a la mujer cuentan con el Prêt-à-porter asequible de V&L que se caracteriza por los acabados y la calidad de sus prendas pensadas para un consumidor que sigue las tendencias de la moda internacional. Por último, Lois recoge las últimas tendencias Sports-Wear y las adapta a su estilo propio. Como marca decana del denim español, proponiendo sus modelos más icónicos y la moda más en tendencia.

Trato de tú a tú

Grupo SixValves ocupa una posición preferente en el sector de la moda en España gracias a haber hecho frente a fuertes competidores extranjeros. De esta forma, trabajan tanto para pequeños y medianos minoristas como para empresas de gran envergadura, siendo el trato directo su seña de identidad más destacada. En este sentido, el departamento de logística y servicio post-venta ha colaborado de forma indispensable en la situación de liderazgo actual.



Más Información
www.sixvalves.com
www.loisjeanshype.com

