

## **Offfamily incorpora tiendas multi-marca de moda infantil a su plataforma multi-canal**

**El marketplace vertical Offfamily.com, referencia de la moda infantil con colecciones de temporada ofrece su canal para ampliar la experiencia de usuario e incrementar el valor al pequeño comercio especializado.**

Aun no ha cumplido su segundo aniversario y Offfamily ya se ha convertido en la plataforma de referencia para la comercialización de moda infantil, de temporada y de marcas en exclusiva como Levi's, Kenzo, Timberland, DKNY, Catimini, Billieblush, Jottum,... hasta las 35 marcas que a día de hoy disponen y no dejan de ampliar incorporando nuevas firmas constantemente. "Marcas a las que nos era casi imposible acceder, o nos negaban la colaboración, llaman a nuestra puerta ahora para compartir espacio en nuestros "lineales online" debido al cuidado y respetuoso tratamiento del producto que hacemos con nuestras estilistas" comenta Nuria Castro, coFundadora y CEO de la empresa. Offfamily.com es distribuidor autorizado de cada una de las marcas que tiene representada, colaborando directamente con las mismas.

"Entre los grupos propietarios de las marcas con que colaboramos, disponen de casi 1.100 puntos de venta, tiendas multi-marca repartidas tan solo en España, de las que por particularidades de la distribución, apenas disponen de información de demanda, venta y evolución. Es como un archipiélago donde cada una de las islas no tiene conexión con la red. Offfamily conecta toda esta red, permitiendo que el producto acceda a la demanda en tiempo real por el canal online. Y así permitiendo incrementar las ventas de las tiendas, movilidad de las prendas, satisfacción de las usuarias y reportes de demanda, salida y acogida de las colecciones a las propias marcas." explica Nuria. A lo largo de los últimos 6 meses Offfamily ha desarrollado la prueba piloto con algunas de estas tiendas, testando y optimizando la plataforma. Siendo el pasado mes el lanzamiento oficial de la plataforma B2B, a la que ya se han conectado 15 tiendas, prescritas por las mismas marcas, y 40 tiendas más que lo harán en las próximas semanas.

"En nuestro roadmap teníamos 125 tiendas a integrar durante este año, aunque hemos detectado que la demanda es muy superior por el interés tanto de las tiendas como de las marcas, así que aceleraremos el proceso, obviamente con cierto control para poder asumir con solvencia el crecimiento. La integración es tan sencilla como disponer de un usuario de la plataforma (SaaS) y activar sus existencias para que automáticamente se agreguen a la red distribuida de existencias y de puntos de recogida y atención a la cliente" continua Nuria. La internacionalización de Offfamily.com llegará durante este mismo año, empezando por Europa, donde ya cuentan con acuerdos de comercialización con algunas de las marcas con las que colaboran.

"En la evolución de Offfamily, este punto en que estamos ya lo teníamos contemplado. Para llegar a él, primero tuvimos que validar el modelo de eCommerce tanto para el mercado y la demanda, como para las marcas y la captación y tratamiento de producto. A pesar del frenético avance que las nuevas tecnologías y dispositivos han imprimido en las costumbres y hábitos de compra, nosotros teníamos claro desde el principio que la capilaridad y colaboración del Online y Offline -Omnichannel Retailing-

es la evolución lógica del mercado de consumo de productos.”

Offfamily cumplirá 2 años en pocas semanas, tienen las oficinas centrales en Barcelona, en el mismo edificio que ocupa uno de sus accionistas, Grupo Viko (Elogia). Sus fundadores gozan de amplia experiencia en la industria textil y en la actualidad son 8 personas que comparten tantas alegrías como esfuerzo por dotar de la velocidad que el mercado les exige.

**Datos de contacto:**

Sandra C.

Nota de prensa publicada en: [españa](#)

Categorías: [Moda Emprendedores E-Commerce Consumo Ocio para niños](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>