

Empresa

Alpargatas Argentina impulsa su red de retail y prepara la primera apertura de Topper en Uruguay

La filial argentina del gigante brasileño también está en negociaciones para hacerse con la distribución directa de Havaianas en el país.

María Bertero
14 oct 2016 - 00:00



Alpargatas acelera en Argentina. La filial argentina del gigante brasileño, prepara la puesta en marcha de la primera tienda Topper en Uruguay, según han explicado fuentes del grupo a Modaes. En paralelo, el grupo está en negociaciones para comenzar a controlar la distribución de **Havaianas** en el mercado argentino.

La historia de **Alpargatas** se remonta a 1885, cuando un inmigrante vasco y un escocés formaron lo que un siglo más tarde sería un gigante de la moda en Latinoamérica. La compañía comenzó fabricando calzado de lona con suela de yute y,

cinco años más tarde, inició su expansión internacional con su desembarco en Uruguay. Actualmente, el grupo cuenta con una capacidad productiva de un millón de pares de alpargatas al año en Argentina.

En 1907, la compañía puso en marcha su segunda filial internacional en Brasil, desde donde hoy controla todo su negocio. En 1913, **Alpargatas** comenzó a cotizar en la bolsa de Buenos Aires.

La red de retail de Alpargatas en Argentina está compuesta por 24 tiendas, quince outlets y más de 1.600 puntos de venta

A finales de los sesenta, **Alpargatas** inició la producción de *denim* en Argentina, negocio con el que hoy fabrica 19 millones de metros de *denim* para marcas internacionales como **Levi's**. La producción textil es hoy en día una de las principales actividades de **Alpargatas Argentina** y da empleo a 1.100 trabajadores en el país con seis plantas productivas en ciudades como Catamarca, Chaco, San Luis, Santa Rosa y Tucumán.

En 1995, **Alpargatas** dio el salto al retail con la apertura de su primer punto de venta minorista bajo el formato outlet en la ciudad bonaerense de Barracas. En la actualidad, el grupo opera en Argentina con 24 tiendas y gestiona desde su filial tres marcas de moda: **Topper**, **Rueda** y **Mizuno**.

En 2008, la filial argentina es adquirida por **Alpargatas Sao Paulo**, si bien varias líneas de negocio continuaron en manos de la subsidiaria argentina. **Alpargatas** cuenta también con filiales en Uruguay, Estados Unidos, España, Italia, Gran Bretaña, Portugal y Francia.

Alpargatas finalizó el segundo trimestre de 2016 con un aumento del 30,9% de su beneficio

El resto de las marcas del grupo, **Havaianas**, **Dupé**, **Osklen**, **Mizuno** y **Siete Leguas**, se fabrican en Brasil, desde donde se distribuyen al resto del mundo. En el mercado carioca, **Alpargatas** cuenta con una plantilla de 13.000 empleados, mientras que la filial argentina emplea a 4.200 trabajadores.

Modaes

Los planes a corto plazo Alpargatas Argentina pasan por desarrollar su red de retail con la primera apertura de Topper en Uruguay el próximo año. Hasta ahora, Topper operaba en el mercado uruguayo a través del canal multimarca. Además, la compañía está en negociaciones para hacerse con la distribución de **Havaianas** en el mercado argentino.

Topper es la marca insignia de **Alpargatas Argentina**. La cadena, que copa el 30% de la facturación de retail del grupo, opera en su mercado local con nueve tiendas, quince outlets y más de 1.600 puntos de venta en tiendas multimarca de moda y equipamiento deportivo.

La compañía, fundada en 1885 en Argentina, fue comprada por la subsidiaria brasileña en 2008

La compañía también cuenta con una plataforma de comercio electrónico, que actualmente es el principal canal del grupo por facturación y volumen de ventas. Pese a la desaceleración del consumo en Argentina, **Alpargatas** espera finalizar su ejercicio 2016 con una cifra de negocio de 380 millones de pesos argentinos (25 millones de dólares), un 47,8% más que los 257 millones de pesos (17 millones de dólares) del año anterior. El plan para 2017 del grupo es alcanzar ventas por 490 millones de pesos (32,4 millones de dólares).

A nivel global, **Alpargatas** se ha marcado el objetivo de incrementar un 15% su beneficio en 2016, hasta 200 millones de dólares. En lo que va del año, la compañía se ha expandido con su marca **Havaianas**, principalmente en Estados Unidos y España.

En el segundo trimestre de su ejercicio 2016, **Alpargatas** ganó un 30,9% más que el mismo periodo del año anterior, hasta 60,2 millones de reales (18,8 millones de dólares). La cifra de negocio del grupo también aumentó en el segundo trimestre hasta 1.011,9 millones de reales (316 millones de dólares).