

Empresa

Alpargatas renueva su cúpula en Argentina con un nuevo consejero delegado

La filial argentina del gigante brasileño ha fichado a Diego Mohadeb como nuevo director general del grupo, tras la salida de Javier Goñi, que se había desempeñado en el cargo durante los últimos nueve años.

M. Bertero/M. Cantini
8 feb 2017 - 00:00

Alpargatas nombra a un nuevo consejero delegado en Argentina

Graduado en Economía por la Universidad de Buenos Aires, Mohadeb cuenta con más de veinte años de experiencia en el sector del marketing. Antes de incorporarse al gigante brasileño, el directivo trabajó durante quince años en la multinacional **Unilever**, donde ocupó cargos como director de mercadeo de productos de belleza y jefe de economía.

En 2009, Mohadeb ingresó en Alpargatas donde trabajó como director de márketing durante cuatro años, para luego incorporarse como director de mercadeo y ventas desde marzo de 2014 el pasado enero, cuando tomó el relevo de Goñi.

El nuevo director general llega a la compañía después del cierre de dos sus principales plantas en las ciudades de Buenos Aires y San Luis. En estos puntos, **Alpargatas** concentraba la fabricación y la producción de marcas como **Topper**, **Rueda** y **Mizuno**.

Alpargatas contrajo un 9,4% su facturación en el tercer trimestre

Modaes

La clausura de estas dos plantas acarrió un descenso en la producción nacional y significó el despido de 170 trabajadores. Esta situación conllevó a una intervención por parte de Gobierno argentino, que busca reubicar los empleados de **Alpargatas**.

La filial argentina del grupo brasileño cuenta con siete plantas, cinco dedicadas a la fabricación de calzado y cuatro al negocio textil en ciudades como Catamarca, Chaco, Tucumán, Corrientes y La Pampa.

Alpargatas contrajo su facturación un 9,4% de julio a septiembre de 2016, hasta 982,8 millones de reales (289,4 millones de dólares). Por otra parte, el grupo aumentó un 8% su beneficio en el tercer trimestre, hasta 83,8 millones de reales (24,6 millones de dólares). Por mercados, las ventas de la compañía descendieron un 34,3% en Argentina, hasta 194,2 millones de reales (57 millones de dólares).