

Modaes

Empresa

La argentina Blue Star Group abre filial en China para impulsar su producción

La compañía de accesorios, propietaria de Isadora y Todomoda, planea poner en marcha sus primeras oficinas en el mercado asiático este año.

M. Bertero
2 ene 2017 - 00:00

Blue Star Group, a la conquista del extranjero: el grupo argentino abre filial en China

Blue Star Group cruza el charco para optimizar su negocio. La compañía argentina de accesorios, propietaria de **Isadora** y **Todomoda**, pondrá en marcha su primera filial en China este año para acortar tiempos y hacer más eficiente la cadena de suministros de su negocio de bisutería y complementos. En paralelo, el grupo se ha marcado el objetivo de alcanzar los 320 millones de dólares de facturación este año.

La compañía concentra el grueso de su producción en Argentina. **Blue Star Group** centralice la fabricación de sus accesorios en el mercado local. “Nuestras fábricas en Argentina son lo que nos permiten responder con rapidez en el mercado local”, informaba el vicepresidente de la compañía Martín Castelli en una entrevista en exclusiva a Modaes.

El negocio de **Blue Star** se centra en la rápida reposición de productos de sus dos marcas. Con fábricas operando a triple turno, la compañía emplea 4.500 trabajadores directos que producen artículos de bisutería, bolsos y accesorios. Este año, la compañía amplió su capacidad productiva y comenzó a fabricar medias y calcetines en su planta de Barracas (Buenos Aires).

Blue Star Group opera en México, Perú, Chile y Estados Unidos, además de su mercado local

Blue Star Group pisó el acelerador en 2016: la compañía abrió su tienda número 700,

Modaes

comenzó a operar en el canal online y reorganizó su cúpula en su mercado local. La compañía argentina, que planea alcanzar las 2.000 tiendas en 2024, ha finalizado el año con 740 establecimientos de sus dos cadenas.

A finales de diciembre, la compañía se volcó a la Red con la puesta en marcha de su tienda online de **TodoModa**. Por el momento, la compañía distribuye sus artículos a través del canal ecommerce sólo en su mercado local, pero planea hacerlo en otros países y comenzar a operar en la Red con **Isadora**.

También en su mercado local, **Blue Star Group** nombró a un nuevo responsable de sus cadenas en Argentina. **Rodrigo Orlandi** se incorporó a la compañía de accesorios el pasado octubre y está a cargo del área de retail, márketing, logística y finanzas de **Todomoda** e **Isadora** en el mercado argentino.

El grupo argentino se ha marcado el objetivo de alcanzar las 2.000 tiendas para 2024

A lo largo del 2016, la compañía continuó expandiendo su red de retail. El grupo argentino eligió México para abrir su establecimiento número 700 y tomó impulso en el mercado peruano, donde planea alcanzar los noventa puntos de venta en 2018.

Una de las últimas aperturas fue la del centro comercial **Open Plaza Angamos** en Lima, donde **Blue Star Group** desembarcó con **Todomoda**.

En Perú, el grupo argentino cuenta con una gran presencia a través del formato córner en las tiendas departamentales **Ripley**. En el último ejercicio, la compañía puso en marcha cinco nuevos puntos de venta en territorio peruano.

Los planes de la empresa argentina pasan también por expandirse en otros países de Latinoamérica como Uruguay, Paraguay, Colombia y Brasil. El último año, **Blue Star** facturó 300 millones de dólares. Debido a las devaluaciones de los pesos argentino y mexicano, el grupo espera crecer hasta 320 millones de dólares en 2017.