

# Modaes

Empresa

## El dueño de Totto catapulta sus ganancias un 87% en 2016 mientras sigue conquistando el extranjero

Nalsani, liderado por Jonathan Bursztyn, obtuvo un beneficio neto de 26.136 millones de pesos colombianos (8,5 millones de dólares) el último año. La compañía de bolsos y mochilas también elevó su facturación un 15%, hasta 449.662 millones de pesos (146,6 millones de dólares).

María Bertero  
13 jul 2017 - 00:00

El dueño de Totto catapulta sus ganancias un 87% en 2016 mientras sigue conquistando el extranjero

**Totto** se proclama rey de los bolsos y accesorios en Colombia. **Nalsani**, empresa matriz de la compañía colombiana de mochilas, finalizó su ejercicio 2016 con un incremento del 87% de sus ganancias. La compañía, que se ha marcado el objetivo de abrir tres tiendas mensualmente, sigue conquistando nuevos territorios con la entrada en mercados como Argentina, Reino Unido y Kuwait.

La expansión internacional de la compañía colombiana no ha sido un impedimento para que el grupo encoja sus ganancias. Según consta en la Superintendencia de Sociedades de Colombia, en el ejercicio 2016, **Totto** obtuvo un beneficio neto de 26.136 millones de pesos (8,5 millones de dólares), frente a las utilidades de 3.360 millones de pesos (un millón de dólares) de 2015.

Las nuevas aperturas hicieron también que la compañía colombiana elevara sus ingresos en el último año. La facturación del grupo se incrementó un 14,9% respecto al ejercicio anterior, hasta 449.662 millones de pesos (146,6 millones de dólares).

**Totto es la empresa colombiana con mayor proyección internacional, con 620 tiendas en todo el**

# Modaes

## mundo

De ésta manera, **Totto** se sitúa como una de las empresas colombianas de moda con mayor facturación. La compañía ha superado incluso al otro rey colombiano de los accesorios: **Cueros Vélez**.

Si bien sus productos y públicos abarcan segmentos diferentes, **Totto** facturó 101.890 millones de pesos (33,2 millones de dólares) más que **Cueros Vélez** en el último año. Además, la compañía de **Jonathan Bursztyn** supo impulsar su beneficio, a diferencia del grupo de marroquinería.

Además de posicionarse como una de las empresas colombianas más grandes, **Totto** es la de mayor proyección internacional. El grupo ha extendido su imperio de mochilas a Latinoamérica, Europa, Oriente Medio y África, sumando un total de 620 establecimientos.

## En el primer semestre, la compañía se reforzó en Chile, España y República Dominicana

La compañía se ha marcado el objetivo de cerrar 2017 con 650 tiendas en todo el mundo. Uno de los planes de **Totto** es comenzar a operar en nuevos mercados, como Argentina, Reino Unido y Kuwait. Colombia es actualmente el principal mercado de la empresa, aunque para 2021 el grupo espera tener una mayor penetración en los mercados europeos.

A lo largo del primer semestre, el grupo colombiano reforzó su presencia en países en los que ya está presente. La compañía subió la persiana de una nueva tienda en Chile, ubicada en el centro comercial **Mall Plaza Oeste** de Los Cerillos.

España ha sido también uno de los principales focos de expansión de **Totto**. El pasado mayo, la compañía puso en marcha su sexto establecimiento en el país, que se ha convertido en su principal mercado del Viejo Europeo.

## Fundada en 1989, la compañía comenzó a principios de los noventa su desarrollo internacional

El grupo también encontró potencial en el Caribe. Totto prepara la apertura de su primer punto de venta en Punta Cana, que se encontrará en el centro comercial **Blue Mall**

---

# Modaes

---

. En el país, **Totto** opera con una red comercial de diez puntos de venta en las ciudades de Santo Domingo, Santiago y La Romana.

En 1989, **Totto** subió la persiana de su primera tienda, ubicada en un pequeño espacio dentro de su fábrica del barrio Samper Mendoza, en Bogotá. En el establecimiento, la marca distribuía las líneas de mochilas y complementos. Un año más tarde, la compañía dio un paso adelante y presentó su primera colección de indumentaria.

El grupo, que lleva su nombre por un grupo rock estadounidense, empezó su desarrollo internacional en 1991 cuando desembarcó en Costa Rica, para luego empezar a operar en Chile, Guatemala, Honduras, República Dominicana y Puerto Rico, entre otros.