Modaes

Empresa

La paraguaya Sallustro regresa a sus orígenes: alcanza la decena de tiendas multimarca

La empresa retomó el año pasado la expansión de Tiendas Sallustro y sumará este año dos nuevos establecimientos en San Lorenzo, para expandirse en el Gran Asunción.

María Bertero
8 jul 2019 - 00:00

Sallustro recurre a sus orígenes para seguir creciendo. La empresa paraguaya, que opera con marcas internacionales como Under Armour, Hush Puppies o Aldo, retoma la expansión su canal multimarca en su mercado local.

Según han informado fuentes de la compañía a Modaes, **Tiendas Sallustro ha puesto en marcha un establecimiento en el centro comercial Parque 14 y Medio**, en la ciudad de San Lorenzo y ultima la apertura de otra tienda en dicha localidad, en el complejo Paseo 1811.

Con estas dos aperturas, la cadena de tiendas multimarca alcanza la decena de puntos de venta en el país. La compañía paraguaya retomó en 2018 la expansión de Tiendas

https://www.modaes.com/empresa/la-paraguaya-sallustro-vuelve-a-sus-origenes-alcanza-la-decena-de-tiendas-multimarca

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Sallustro, pero ahora el foco está puesto en crecer en el Gran Asunción, como el caso de las nuevas aperturas en San Lorenzo.

Sallustro obtiene el 50% de su facturación del canal multimarca

Sallustro inició su negocio a través del canal multimarca, con la venta de empresas internacionales de moda en establecimientos de la comapía paraguaya. Los puntos de venta se concentran en Asunción y distribuyen las siete firmas que forman parte del portafolio del grupo.

Actualmente, Tiendas Sallustro copa el 50% de la facturación total del grupo paraguayo . La empresa es socia de gigantes de la moda como Under Armour, Converse, Hush Puppies o Aldo, además de las brasileñas Hering y Topper y la firma de moda infantil Marisol.

En los últimos años, la compañía, que cotiza en la bolsa de Paraguay, reforzó también el canal de retail de las marcas que representa, especialmente el de Under Armour con nuevas aperturas en el país y el de Aldo, que impulsó su cadena Call it Spring.

El grupo paraguayo anotó una facturación de 29 millones de dólares en 2018, un 67,8% más

La red comercial de Sallustro está compuesta por más de sesenta puntos de venta en su mercado local. Fundada en 1974 por Alberto Sallustro se inició en la venta en el mercado paraguayo de manufacturas procedentes de Estados Unidos, Europa y Sudamérica. En 2009 comenzaron a operar la licencia de tiendas de las marcas que gestionaban en el país.

Sallustro disparó sus ventas un 67,8% en el ejercicio 2018, hasta 183.603 millones de guaraníes (29 millones de dólares). El beneficio del grupo también avanzó a doble dígito, con un resultado neto de 6.261 millones de guaraníes (un millón de dólares), un 30% más que el año anterior.

Según las últimas cuentas depositadas en la Bolsa de Valores de Asunción, **la empresa paraguaya facturó 33.167 millones de guaraníes (5,2 millones de dólares) en el periodo comprendido entre enero y marzo**

https://www.modaes.com/empresa/la-paraguaya-sallustro-vuelve-a-sus-origenes-alcanza-la-decena-de-tiendas-multimarca

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

, un 25% más que el primer trimestre de 2018.

https://www.modaes.com/empresa/la-paraguaya-sallustro-vuelve-a-sus-origenes-alcanza-la-decena-de-tiendas-multimarca

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.