

Empresa

Rapsodia ficha a una ex Falabella para lanzar su cuarta marca: Rapsodia Girls

El grupo argentino impulsará de manera independiente la cadena de moda infantil, para niñas de entre cuatro años y doce años. Para eso, la empresa ha fichado a Mercedes Bustos.

María Bertero
27 abr 2018 - 00:00



Rapsodia da un paso más bajo el paraguas de L Catterton. El grupo argentino de moda, que abrió su capital al brazo inversor de LVMH el pasado febrero, sigue avanzando en su estrategia para catapultar su negocio en todo Latinoamérica.

La compañía ha lanzado de manera independiente Rapsodia Girls, marca con la que opera en sus tiendas homónimas. **El grupo ha fichado a Mercedes Bustos para liderar la expansión de la cadena de moda para niñas.**

Graduada en Administración de Empresas por la Universidad del Salvador, Bustos ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en la división argentina de Falabella. En el grupo chileno, la ejecutiva ha tenido cargos de responsabilidad en

áreas como moda femenina, ecommerce y decoración. De enero de 2014 hasta su fichaje en Rapsodia, Bustos lideró la línea de negocios infantil de Falabella.

Rapsodia Girls está presente en 35 tiendas del grupo de moda femenina y en tres establecimientos en Santiago de Chile

“Estamos trabajando todavía en la propuesta de valor de la marca, pero vimos que Rapsodia tiene mucho potencial para llegar a las niñas”, asegura Bustos a Modaes. La empresa argentina opera con colecciones de moda infantil desde hace más de una década, pero ahora, el plan es lanzar la marca de manera independiente.

Para ello, Rapsodia ha creado nuevas áreas de diseño, comercial y marketing, que trabajarán bajo el liderazgo de Bustos, en las oficinas centrales del grupo en San Fernando (Buenos Aires). Actualmente, **Rapsodia Girls está presente en 35 tiendas de la compañía en Argentina y en el canal online, con envíos a todo el país.**

El primer paso en el plan de expansión del grupo ha sido el lanzamiento de la marca en el extranjero. **El pasado marzo, Rapsodia Girls aterrizó en Chile, donde ya tiene presencia en tres establecimientos**, ubicados en las tiendas que Rapsodia tiene en Parque Arauco, Portal La Dehesa y Alto Las Condes.

Rapsodia prevé cerrar 2018 con una cifra de negocio de 140 millones de dólares

A largo plazo, la compañía argentina de moda infantil evalúa comenzar a abrir tiendas monomarca. **Rapsodia Girls está especializada en total look para niñas de entre cuatro y doce años.**

Esta es otras de las estrategias que ha dado Rapsodia en su primer año de operación junto a L Catterton. Tal y como avanzó Modaes, el grupo prevé alcanzar quinientos millones de dólares de facturación en el mediano plazo. El pasado marzo, la compañía compró Baby Cottons, especializada en prendas de algodón pima para bebés y niños hasta cuatro años.

Modaes

De esta manera, el grupo Rapsodia, que se encuentra diseñando un nuevo nombre para el h6lding, ha quedado conformado por su cadena hom6nima de moda femenina, C6ro Cuore (de monda 6ntima y trajes de ba6o), Baby Cottons y Rapsodia Girls.

L Catterton entr6 en el capital de Rapsodia en febrero de 2017 y desde entonces, el grupo sum6 tres nuevas marcas

La compa6a 6rentina cuenta tambi6n con colecciones de moda 6ntima, Rapsodia Intimates y una l6nea de decoraci6n, con las que opera en algunas de sus tiendas en Argentina. La empresa est6 presente en Chile, Colombia, Uruguay, M6xico, Paraguay, Venezuela y pr6ximamente entrar6 en Ecuador y Per6.

Rapsodia finaliz6 el ejercicio 2017 con una cifra de negocio neta de 120 millones de d6lares y prev6 facturar 140 millones de d6lares este a6o. El grupo opera con tiendas propias y franquicias, como el caso de M6xico, donde est6 presente de la mano de Grupo Axo.