

Modaes

Empresa

Rapsodia Girls da el salto al retail: abre en Nordelta su primera tienda

La cadena de moda para niñas de la empresa argentina Grupo Alas pondrá en marcha el próximo agosto su primer establecimiento independiente.

María Bertero
4 jul 2019 - 00:00



Rapsodia Girls se independiza de su hermana mayor. La empresa argentina de moda para niñas ultima la apertura de su primera tienda propia, tras más de una década operando en los establecimientos de Rapsodia.

La primera tienda de Rapsodia Girls se ubicará en el centro comercial Nordelta y abrirá sus puertas en la primera semana de agosto, según ha informado Mercedes Bustos, directora de la empresa, a Modaes. El establecimiento, que contará con una superficie de 43 metros cuadrados, ha sido diseñado por el estudio estadounidense de arquitectura James Mills.

“No es separarnos de Rapsodia, sino abrazar el posicionamiento de la marca de moda

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/rapsodia-girls-da-el-salto-al-retail-abre-en-nordelta-su-primera-tienda>

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.

Modaes

femenina para catapultar la cadena infantil”, asegura Bustos. **Los planes de Rapsodia Girls contemplan la apertura de otras dos tiendas en Buenos Aires antes de fin de año.**

Rapsodia Girls prevé quintuplicar sus ventas en los próximos cinco años

El lanzamiento de la cadena más joven de Grupo Alas se llevó a cabo el año pasado, casi doce meses después de que L Catterton entrara en su capital. La empresa se dedicó a consolidar su equipo de trabajo en 2018 y reenfocar el *target* de su marca y su consumidor. **En el último ejercicio, Rapsodia Girls duplicó su facturación, que prevé quintuplicarla en los próximos tres años.**

La compañía ha segmentado su colección en dos franjas etarias: de 4 a 8 años, en la categoría *mini* y de 10 a 14, en *tween*, que se convertirá en su principal foco en esta nueva etapa que ha iniciado la empresa. **Para la apertura de la primera tienda, Rapsodia Girls agregó más categorías de producto a su oferta, especialmente en el segmento de accesorios y duplicó su stock.**

La cadena de moda infantil opera en más de treinta tiendas de Rapsodia en Argentina y cuenta además con tres corners en los establecimientos que tiene en Chile. **La empresa espera tener presencia en otros dos mercados internacionales para finales de 2020.**

La compañía se enfocará con mayor fuerza en el segmento de preadolescentes de entre 10 y 14 años

“No visualizamos el crecimiento a través de las tiendas monomarca, por eso queremos hacer una expansión sostenida”, insistió la directiva. Actualmente, **el volumen de ventas de Rapsodia Girls proviene de la plataforma de ecommerce de la compañía.**

Bustos se colocó al frente de Rapsodia Girls a principios de 2018 para pilotar el lanzamiento de la cadena como marca independiente de Rapsodia. Tal y como adelantó Modaes, la directiva desarrolló la mayor parte de su carrera profesional en Falabella.

Grupo Alas engloba a la firma de moda infantil, Rapsodia, Caro Cuore y Baby

Modaes

Cottons. El grupo se encuentra en plena expansión tras la entrada de L Catterton en su accionariado a principios de 2017. El objetivo para este año es que todas las marcas alcancen una cifra de negocio de 200 millones de dólares.