

Modaes

Empresa

Rapsodia, objetivo 2020: diversificación y nuevos mercados para duplicar su tamaño en cinco años

El objetivo de la compañía es potenciar su crecimiento, consolidar su actividad en los centros que tiene operativos y abrir nuevos mercados en Latinoamérica.

Modaes
14 jul 2016 - 00:00

tienda
Image not found or type unknown

Rapsodia dibuja su hoja de ruta para los próximos cinco años. Con su denominado *Plan 2020*, la compañía tiene previsto duplicar su cifra de negocio en cinco años y lanzar nuevas líneas de negocio. El objetivo es potenciar su crecimiento, consolidar su actividad en los centros que tiene operativos y abrir nuevos mercados en Latinoamérica.

La primera línea que la marca tiene previsto lanzar en Argentina es Rapsodia Intimate, su primera colección de ropa interior, que verá la luz en agosto. En octubre, el grupo tiene previsto lanzar su línea Rapsodia Home, dedicada al textil y la decoración del hogar.

La compañía argentina cuenta con presencia en siete países en Latinoamérica

Tras Argentina, los planes de **Rapsodia** pasan por llevar la línea del hogar también a México, su primer mercado en el extranjero.

Modaes

Rapsodia cuenta con presencia en ocho países de Latinoamérica. Además de estar presente en su mercado local, Argentina, la compañía opera en Venezuela, México, Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile y Colombia.

Rapsodia fue fundada en 1999 por Josefina Helguera y Sol Acuña, y que tiene como accionista mayoritario a Francisco de Narváez. Es una de las marcas argentinas con mayor proyección internacional, con una facturación de 252 millones de dólares, de los cuales el 55 % provienen de sus ventas internacionales, según *La Nación*.