

Modaes

Empresa

Rapsodia toma impulso con L Catterton: 140 millones en 2018 y entrada en Perú y Ecuador

El grupo argentino de moda femenina, que el año pasado abrió su capital al brazo inversor de LVMH, prepara nuevas aperturas en el extranjero con el foco también en México, Uruguay y Chile.

María Bertero
18 ene 2018 - 00:00

Rapsodia toma impulso con L Catterton: 140 millones en 2018 y entrada en Perú y Ecu

Rapsodia va a por todo de la mano de L Catterton. Casi un año después de la entrada del brazo inversor de LVMH en el grupo argentino de moda femenina, la compañía continúa ganando terreno en Latinoamérica.

El grupo argentino sumará dos nuevos mercados este año: Perú y Ecuador, según ha informado Diego Barbagallo, consejero delegado de Rapsodia a Modaes. Además, la compañía seguirá consolidando su negocio en los países latinoamericanos en los que ya tiene presencia.

Con la entrada de L Catterton, los planes de expansión de Rapsodia se han acelerado, aunque la compañía pone aún en *stand by* su salto a Europa o Estados Unidos. “Todavía tenemos mucho margen para expandirnos en Colombia o México y más países en los que aún no hemos entrado”, asegura Barbagallo.

Rapsodia abrirá a finales de año su primera tienda en la ciudad uruguaya de Punta del Este

Rapsodia se prepara para ser uno de los mayores grupos de moda femenina de Latinoamérica. **Este año, la compañía abrirá dos tiendas en Perú y otras dos en Ecuador**, que se suman a la red de distribución de más de cien tiendas que la empresa tiene en

Modaes

siete mercados de la región.

En paralelo al desembarco en nuevos países, **el grupo argentino pondrá en marcha un establecimiento en la ciudad chilena de Viña del Mar y finales de año subirá la persiana de su primera tienda en Punta del Este, Uruguay.** “Chile es uno de nuestros mercados más maduros en el extranjero y con el nuevo local de Uruguay ya cubrimos la cuota de mercado de este país también”, destaca Barbagallo.

Los planes de expansión de Rapsodia pasan por abrir cuatro nuevos puntos de venta en México este año, donde opera de la mano de Grupo Axo. El mercado azteca es el único país en el que la compañía argentina opera con socios locales. Actualmente, el grupo de moda femenina cuenta con 24 tiendas en el país, en centros comerciales y en los almacenes departamentales El Palacio de Hierro.

La compañía, que opera en México de la mano de Grupo Axo, sumará cuatro puntos de venta en el país en 2018

Con esta hoja de ruta, a la que se le podrían sumar más aperturas a lo largo, **Rapsodia prevé anotar ventas por 140 millones de dólares en 2018.** La compañía cerró el ejercicio 2017 con una cifra de negocio neta de 120 millones de dólares.

Actualmente, la red de distribución de Rapsodia se extiende a México, Colombia, Chile, Paraguay, Uruguay, Venezuela y su mercado local, donde concentra la mayor cantidad de puntos de venta.

Nuevo equipo y nuevas adquisiciones con L Catterton

En febrero de 2017, L Catterton apostó por primera vez por una empresa latinoamericana de moda, adquiriendo una participación minoritaria de Rapsodia. Ocho meses más tarde, el grupo argentino y el brazo inversor de LVMH adquirieron la compañía de moda íntima Caro Cuore.

“Creemos que Caro Cuore puede tener mucha más penetración en Argentina que Rapsodia”, asegura Barbagallo. **La compañía concentra el grueso de distribución en el canal multimarca y se enfocará ahora en expandirse en retail y en la Red.**

Modaes

Con una facturación anual que ronda los 25 millones de dólares, Caro Cuore opera **únicamente en Argentina** en el segmento de la moda íntima femenina y, en menor medida, en la masculina e infantil, además de una colección de trajes de baño.

Rapsodia toma impulso con L Catterton: 140 millones en 2018 y entrada en Perú y Ecu

Image not found or type unknown

Caro Coure opera con más de cien tiendas en Argentina y factura 25 millones al año

El directivo insiste en que **a finales de 2018 se podrán ver los cambios en Caro Cuore y que planean triplicar el negocio de la compañía en menos de cinco años**, consolidando la presencia en Argentina y luego expandirse en Latinoamérica.

La entrada de L Catterton también generó cambios internos en Rapsodia. Además de la compra de Caro Cuore, la compañía fichó talento extranjero para pilotar su negocio

Modaes

en el Cono Norte (que incluye sus operaciones en México y Colombia).

La española Concha Cereijo se incorporó a Rapsodia el pasado julio. Tras haber trabajado para otros gigantes del sector como Sociedad Textil Lonia, L'Oréal o la catalana Puig, la directiva liderará ahora el negocio de Rapsodia en México y Colombia, además de nuevos mercados del Cono Norte en los que la compañía pueda entrar.