

Modaes

Empresa

Totto, objetivo 2019: crecer un 12% y abrir 18 tiendas con el foco puesto en Latinoamérica

El gigante colombiano de mochilas y accesorios apuntará su expansión en mercados como México, Perú y Chile, al mismo tiempo en que seguirá reforzando su red en tiendas multimarca y departamentales de Europa y el norte de África.

María Bertero
28 mar 2019 - 00:00



Totto marca su hoja de ruta para 2019. El grupo colombiano de mochilas, bolsos y complementos prepara una veintena de aperturas este año, con el objetivo de incrementar su facturación un 12% en el próximo ejercicio.

“Hemos tenido un 2018 de ajustes por los problemas políticos de los principales mercados donde estamos presentes”, asegura Yonatan Bursztyn, director y fundador de Totto, a Modaes. **El año pasado, la empresa puso en marcha veinte nuevos establecimientos** en el extranjero y en su mercado local.

Modaes

Los planes de Totto pasan por subir la persiana de 18 tiendas en 2019 y seguir fortaleciendo su canal de distribución con puntos de venta en comercios multimarca y tiendas por departamento.

Totto prevé reforzar su red comercial en países como Chile, México y Perú

La expansión en el extranjero se enfocará en mercados latinoamericanos como México, Chile y Perú. Además, la compañía colombiana seguirá reforzando su presencia en Europa y el norte de África, que se han convertido en territorios clave para Totto.

“Confiamos en la estabilidad de Colombia para este año, que en definitiva es nuestro principal mercado”, asegura Bursztyn. Totto es una de las empresas latinoamericanas de moda con mayor presencia en el extranjero.

Apoyándose en su expansión internacional, Totto prevé cerrar el ejercicio 2019 con un incremento del 12% de sus ventas. A la espera de los resultados de 2018, la compañía anotó un crecimiento del 8,4% en 2017, hasta 487.563,6 millones de pesos colombianos (153,5 millones de dólares). El beneficio del grupo fue de 33.045,4 millones de pesos (10,4 millones de dólares), un 26,4% más que el año anterior.

La compañía facturó 153,5 millones de dólares en el ejercicio 2017

La compañía está presente en más de treinta mercados de Europa, Oriente Medio y África, donde opera principalmente en el canal multimarca y tiendas departamentales como El Corte Inglés. El negocio del grupo colombiano en esta región está controlado desde España.

En Latinoamérica, Totto opera en países como Costa Rica, México, República Dominicana, Panamá, Chile, Ecuador o Guatemala. La red comercial del grupo colombiano se extiende actualmente a 58 países de todo el mundo, donde cuenta con más de 600 tiendas propias.

Fundada a finales de los años ochenta por Bursztyn, Totto opera bajo la sociedad

Modaes

Nalsani. El grupo, que lleva su nombre por un grupo estadounidense de rock, inició en 1991 su internacionalización cuando desembarcó en Costa Rica.