

Modaes

Empresa

Totto se hace fuerte al otro lado del charco: entra en Egipto y Rusia

La empresa colombiana de bolsos y mochilas suma nuevos mercados en el extranjero, mientras sigue abriendo nuevas tiendas en Latinoamérica con miras a crear un 12% en 2019.

María Bertero
16 may 2019 - 00:00



Totto consolida su expansión al otro lado del charco. El grupo colombiano de mochilas, bolsos y accesorios sigue adelante en Europa, Oriente Medio y Asia (Emea), que ha convertido en uno de los filones de crecimiento para la compañía.

Recientemente, **Totto desembarcó en Rusia de la mano de un socio local que cuenta con setecientos establecimientos en el país.** Según ha informado Carlos Martínez, director de la compañía colombiana en Emea, a Modaes, Totto se instalará primero en 150 tiendas para hacer su primera incursión en el mercado ruso.

En paralelo, **el grupo colombiano ultima su entrada en Egipto,** que se convertirá en el tercer mercado africano en el que la empresa tenga presencia. Actualmente, Totto

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/totto-se-hace-fuerte-al-otro-lado-del-charco-entra-en-egipto-y-rusia>

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

opera también en Túnez y Marruecos.

Totto aterrizó el año pasado en Francia y Reino Unido y finalizó 2018 con un crecimiento del 3% en Emea

La entrada en estos dos nuevos mercados coincide con la expansión que ha llevado a cabo la compañía en Europa durante los últimos meses. **El pasado octubre, Totto desembarcó en Reino Unido, donde ya cuenta con un equipo comercial; y en Francia, de la mano de un retailer que opera doscientas tiendas en el país.**

El grupo tiene a España como su principal mercado en el Viejo Continente, donde cuenta con tres establecimientos entre tiendas monomarca y puntos de venta en El Corte Inglés. **Totto ha atado su entrada al centro Mad-FD en Madrid, cuya apertura está prevista para 2020.** Además, la empresa colombiana ha hecho una prueba piloto de la mano de Carrefour, para abrir *pop up stores* cercanos a los supermercados del grupo.

En Emea, Totto prevé crecer un 3% en el ejercicio 2019, en línea con el incremento de su facturación el año pasado. A escala global, la compañía española estima un alza del 12% de sus ventas en todo el mundo.

La compañía cerró el ejercicio 2017 con un alza del 8,4% de su facturación, hasta 487.563,6 millones de pesos colombianos (153,5 millones de dólares)

Tal y como avanzó Modaes, Totto se ha marcado el objetivo de poner en marcha 18 establecimientos a lo largo de este año, la mayoría de ellos en países de Latinoamérica como México, Perú y Chile.

Modaes

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 red comercial de Tutto se extiende a más de seiscientas tiendas en sesenta países. La empresa, pilotada por su fundador Yonatan Bursztyn opera con un mix de tiendas propias, puntos de venta en departamentales y comercios multimarca.