

Una por una, cuáles son las marcas internacionales que preparan su llegada a la Argentina

28/01/2025



El interés de las marcas internacionales por la Argentina volvió a tomar fuerza en un contexto de mayor estabilidad económica y perspectivas de crecimiento en el consumo. En 2025, empresas de distintos sectores, como el lujo, la ropa deportiva, la gastronomía y la belleza, están listas para desembarcar o ampliar su presencia en el país. A continuación, un repaso por las principales firmas que tienen planes concretos.

Decathlon, Pizza Hut y Victoria's Secret entre las más esperadas

La cadena francesa Decathlon, especializada en productos deportivos, planea regresar a la Argentina. Su primera

incursión en el país ocurrió entre los años 2000 y 2002, cuando la crisis económica interrumpió sus operaciones. Ahora, de la mano del Grupo One, la empresa proyecta abrir un primer local en la Ciudad de Buenos Aires, con la idea de expandirse progresivamente a otras regiones. Según trascendió, Decathlon ve potencial para instalar entre 20 y 30 tiendas en el mercado argentino, aprovechando el crecimiento del interés por la actividad física y los deportes.

Por su parte, **Pizza Hut**, reconocida cadena de gastronomía, evalúa un nuevo intento de ingresar al país. La marca tuvo dos experiencias fallidas: la primera en 1983, cuando no logró competir con las pizzerías tradicionales, y la segunda en 1997, bajo la gestión del fondo **The Exxel Group**. Su último intento, en 2010, quedó trunco. Ahora, el interés por el mercado argentino vuelve a surgir como una posibilidad en el mediano plazo, en línea con la reactivación del consumo.

En el sector de belleza y moda, **Victoria's Secret** confirmó su desembarco con **dos aperturas** en los primeros meses de 2025. La firma **abrirá locales en Unicenter y Galerías Pacífico**, bajo la gestión del **Grupo David**, licenciatario de la marca. En un principio, la llegada de Victoria's Secret se había anunciado en 2019, pero la pandemia y las condiciones macroeconómicas pospusieron su entrada. Actualmente, sus productos se comercializan únicamente en los **Duty Free Shops** de Ezeiza y Aeroparque. Con estas aperturas, el público local tendrá acceso directo a su línea de lencería y productos de belleza.

Gucci y Dolce & Gabbana en el segmento premium

En el ámbito de la moda y el lujo, **Gucci y Dolce & Gabbana** avanzan con sus planes de ingreso a la Argentina. **Gucci**, reconocida por su línea de ropa, accesorios y perfumes, registró su marca en el **Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI)** como paso previo para operar en

el país. Este trámite, que había comenzado en 2022, permite a la empresa avanzar en su estrategia comercial, que podría incluir tanto la venta de productos como la apertura de un local en Buenos Aires.

Por otro lado, **Dolce & Gabbana** tiene planes concretos de establecerse en la **Avenida Alvear** o en el **Patio Bullrich**, dos de los principales polos del lujo en la Ciudad de Buenos Aires. La marca de origen italiano prevé abrir una tienda exclusiva en la primavera de 2025, como parte de una estrategia global que incluye la apertura de 15 locales en distintos países. Además, analiza incorporar nuevas categorías de productos, como joyería, perfumes y cosméticos.



Victoria's Secret confirmó dos aperturas en Buenos Aires, luego de años de postergaciones (Plaza Norte)

El segmento premium también registró movimientos recientes. En 2024, las marcas italianas **Liu Jo**, especializada en ropa y accesorios, y **Furla**, conocida por sus carteras de

diseño, **abrieron locales en Galerías Pacífico**. A estas se sumó **édition privée**, un proyecto del grupo **Beauty Group**, que instaló su primera tienda en la exclusiva Avenida Alvear con una oferta de fragancias de autor.

Las que apuestan a la expansión

Entre las marcas que ya tienen presencia en el mercado argentino, **Chanel** encabeza la lista de las que se expanden. En alianza con la empresa **Juleriaque**, la casa francesa **inauguró su segunda tienda** en el país, ubicada en el **Alcorta Shopping**, sumándose a la que funciona en Galerías Pacífico desde 2016. Este movimiento reafirma su apuesta por el público local, que representa un importante nicho para las marcas de lujo, incluso en contextos económicos complejos.

En el segmento de moda y accesorios, **Tommy Hilfiger** y **Calvin Klein** avanzan con nuevas aperturas en distintos puntos del país. **Calvin Klein**, que volvió al mercado argentino en 2017 tras un período de dificultades, inauguró recientemente una tienda en el **Córdoba Shopping**, consolidando su presencia en el interior del país. En tanto, **Tommy Hilfiger**, con locales en los principales shoppings de Buenos Aires, también busca expandirse hacia otras provincias.

Finalmente, la marca de cuidado personal **Bath & Body Works** inauguró su segundo local en 2024, en Galerías Pacífico, tras la apertura de su primer espacio en Unicenter el año anterior. Esta firma, que perteneció a Victoria's Secret hasta 2021, se presenta como una opción popular entre los consumidores argentinos.

Fuente: Infobae