

Modaes

Empresa

Agatha Ruiz de la Prada se rinde a Latinoamérica y desembarca en Perú y Colombia

La compañía prepara la apertura de su primera tienda en Bogotá en el centro comercial Unicentro.

María Bertero
7 nov 2016 - 11:19

Agatha Ruiz de la Prada se rinde a Latinoamérica y desembarca en Perú y Colombia

Agatha Ruiz de la Prada toma impulso en Latinoamérica. Tras desembarcar en Perú con su primera tienda en Lima, la compañía española estrenará otro punto de venta en el mercado colombiano el próximo jueves.

El primer establecimiento de la empresa en el mercado peruano se encuentra en el centro comercial **Larcomar** de Lima, donde comparte espacio comercial con otras compañías españolas como **Desigual**. En la nueva tienda, **Agatha Ruiz de la Prada** comercializa accesorios, bisutería, maletas y corbatas.

Los planes del grupo español pasan por seguir expandiendo su red de tiendas en Latinoamérica. El próximo jueves, **Agatha Ruiz de la Prada** subirá la persiana de su primer establecimiento en Colombia. El local se encontrará en el centro comercial Unicentro de la capital del país, donde operan otras compañías como **Zara**, **Castañer** o **Women'Secret**.

Agatha Ruiz de la Prada opera con tiendas en Madrid, Milán, París, Oporto y Nueva York

Modaes

Con las nuevas aperturas, el grupo español sumará un total de siete tiendas en todo el mundo. En su mercado local, **Agatha Ruiz de la Prada** opera con un punto de venta en Madrid y corners en **El Corte Inglés**. El año pasado, la compañía cerró los dos establecimientos que tenía en Barcelona.

La red de distribución de **Agatha Ruiz de la Prada** se expande también en otras tres ciudades europeas como Milán (Italia), París (Francia) y Oporto (Portugal), además de un establecimiento en el número 466 de Greenwich Street en Nueva York.

La diseñadora cuenta con un amplio catálogo de productos (la mayoría bajo licencia) en el que estampa su firma: desde barbacoas hasta complementos de papelería, pasando por cafeteras, colchones o puertas blindadas. Se calcula que todas las licencias que utilizan la marca suman un negocio conjunto de alrededor de 200 millones de euros.