Modaes

Empresa

El lujo de Cartier estudia su desembarco en Perú tras entrar en Ecuador, Colombia y Brasil

Modaes
1 mar 2016 - 00:00

Cartier se fija en el mercado peruano. La compañía francesa de joyería y relojería estudia su entrada en el país inca con sus propias tiendas. De esta forma, Perú se convertiría en el cuarto mercado latinoamericano para la firma, que ya está presente en Ecuador, Brasil y Colombia.

“Perú es un mercado en crecimiento y, dentro de Latinoamérica, uno de los más estables en materia económica”, asegura la directora de la división de gafas, cuero y accesorios, **Becky Vera Silvin**, a *El Comercio*.

En la actualidad, **Cartier** se distribuye en el mercado peruano de la mano de **G&G Joyeros**, que vende sus piezas de relojería; de **Eyes Ilusion**, que distribuye la línea de gafas de sol, y de **Perfumerías Unidas**, que se encarga de las fragancias de la firma.

Richemont, el grupo propietario de **Cartier**, cerró 2014 con un beneficio neto de 1.334 millones de euros (1.455 millones de dólares), un 35% menos que el año anterior. La compañía facturó durante el pasado ejercicio 10.410 millones de euros (11.354,4 millones de dólares), lo que supuso un aumento del 4%.