

Empresa

El Palacio de Hierro invierte 300 millones de dólares en su 'flagship' de México DF

Modaes
7 ene 2015 - 17:28

La compañía mexicana **El Palacio de Hierro** remodela su *flagship store* de Polanco, en Ciudad de México. El grupo de grandes almacenes invertirá 300 millones de dólares en la remodelación de la tienda, confirmando sus intenciones de ganar terreno en el mercado del lujo.

Se trata de la inversión más alta de **El Palacio de Hierro** en sus 125 años de historia. Con la remodelación, el complejo triplicará su superficie de venta, que pasará de 20.000 metros cuadrados a 60.000 metros cuadrados, integrando el espacio comprendido entre las calles Molière, Homero, Horacio y Platón.

El centro albergará tiendas de firmas de lujo de moda, calzado, joyería, relojería y gastronomía. Según ha asegurado el director de marketing del grupo, **Carlos Salcido**, a *CNN Expansión*, el espacio remodelado “ofrecerá marcas exclusivas que se introducirán por primera vez en el mercado mexicano”.

La remodelación de la tienda, situada en uno de los barrios más exclusivos de la ciudad, se enmarca en las intenciones del grupo de competir con cadenas comerciales como Saks Fifth Avenue, propiedad de Carlos Slim, y con las tiendas ubicadas en Masaryk.

Para la remodelación, el centro permanecerá cerrado desde hoy 7 de enero hasta el otoño de 2015. De la adecuación del espacio se encargará **Sordo Madaleno**, que en el segmento del retail ha desarrollado complejos como Plaza Satélite, Moliere 222, Andares Guadalajara y Angelópolis, entre otros.

El lujo crece en México

El mercado del lujo generó en 2013 unas ventas de 5.532 millones de dólares en México, según un informe de Euromonitor International, lo que supuso un

Modaes

crecimiento del 13,4% respecto al año anterior. Los analistas prevén que el mercado del lujo genere 7.851 millones de dólares en 2018.

En el mismo estudio, se explica que desde 2012 el sector del lujo ha crecido en México más que en Brasil, lo que ha convertido el mercado mexicano en el destino más atractivo de la región para este segmento.