Modaes

Empresa

El Palacio de Hierro potencia sus marcas propias con un nuevo ‘flagship’ de Catamarán

El nuevo espacio se encuentra en la tienda departamental que el grupo mexicano tiene en Durango, Ciudad de México.

Modaes
31 ago 2017 - 00:00

Image not found or type unknown

El Palacio de Hierro potencia sus marcas propias con un nuevo flagship de Catamarán

El Palacio de Hierro da impulso a sus marcas propias. La compañía mexicana de tiendas por departamento, propiedad de Grupo Bal, ha puesto en marcha un nuevo establecimiento de su cadena Catamarán.

Se trata del primer *flagship store* de la marca, que comenzó a operar en la tienda departamental que la compañía tiene en Durango, Ciudad de México. La decoración del punto de venta está inspirada en la colonia de Roma de la capital mexicana, según *El Sol de Tlaxcala*.

Catamarán, con precios que oscilan entre los 490 pesos mexicanos (28 dólares) y los 2.000 pesos (115 dólares), es una de las marcas propias de El Palacio de Hierro. La compañía opera también con Chester&Peck y Wild&Alive.

El grupo de tiendas departamentales finalizó el segundo trimestre de su ejercicio con un incremento del 96,5% de sus utilidades netas, hasta 358,4 millones de pesos (19,6 millones de dólares). Las ventas de El Palacio de Hierro se situaron en 7.492,9 millones de pesos (417,3 millones de dólares), un 8,7% más que el mismo periodo del año anterior.

https://www.modaes.com/empresa/el-palacio-de-hierro-potencia-sus-marcas-propias-con-un-nuevo-flagship-de-catamaran

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.