

Empresa

Hering sigue expandiendo su huella en Sudamérica y pone a Perú en el punto de mira

El grupo brasileño busca una alianza estratégica con un socio local para iniciar sus operaciones en el mercado inca. La compañía también está presente en otros países de la región.

Modaes
17 may 2018 - 00:00

Hering sigue expandiendo su huella en Sudamérica y pone a Perú en el punto de mira

Hering busca fórmulas para crecer en la región. **El gigante brasileño de distribución de moda prosigue con sus planes de expansión en Latinoamérica**, lanzándose a la búsqueda de un socio local para entrar en el mercado peruano.

Los directivos de la compañía visitarán Perú durante la primera semana de junio para mantener reuniones con inversionistas, operadores e interesados en alcanzar una alianza comercial, según *Perú Retail*.

De este modo, Hering está aplicando en Perú la misma estrategia que sigue en otros países. En enero, la **empresa brasileña inició la búsqueda de un socio local en Argentina**, ya que su objetivo es extenderse por toda la región.

Hering también está buscando socios locales en Argentina para entrar en el país

Actualmente, la red de distribución del grupo brasileño en el extranjero se extiende a Bolivia, Paraguay y Uruguay, donde opera a través de franquicias y es asesorada por Lizan Retail Advisors en su expansión internacional. **Hering prepara también nuevas aperturas en estos países para 2018, así como también en su mercado local.**

La compañía cuenta además con puntos de venta en establecimientos multimarca y departamentales de Centroamérica, en mercados como Panamá, El Salvador o

Modaes

República Dominicana.

En el primer trimestre del año, el beneficio de Hering fue de 34,3 millones de reales (9,8 millones de dólares), un 9,3% menos que en el mismo periodo del año anterior, cuando las utilidades fueron de 37,8 millones de reales (10,8 millones de dólares).

Las ventas del grupo aumentaron un 4,4% en el primer trimestre, hasta 405,9 millones de reales (116,3 millones de dólares). En Brasil, la compañía elevó su cifra de negocio un 4,2%, hasta 395 millones de reales (113,2 millones de dólares), mientras que en el extranjero, los ingresos fueron de 10,8 millones de reales (tres millones de dólares), un 9,6% más que en el primer trimestre de 2017.