

Modaes

Empresa

Lacoste toma el control de su negocio en México, Colombia y Perú

La compañía francesa ha adquirido el 50% restante de la joint venture que tenía con el grupo panameño Ben Betesh. De esta manera, la empresa suma ocho tiendas a su red comercial, diez outlets, 26 franquicias y 172 corners.

Modaes
1 jul 2019 - 00:00



Lacoste va por más en Latinoamérica y toma el control en otros tres mercados de la región. **El grupo francés de moda se ha hecho con el 50% restante de la joint venture que tenía con la empresa panameña Ben Betesh.** De esta manera, Lacoste ha tomado el control de su negocio en México, Colombia y Perú.

La operación supuso la adquisición de ocho tiendas, diez outlets, 26 franquicias y 172 puntos de venta en tiendas departamentales a la red comercial global de la compañía francesa.

Lacoste ha firmado un acuerdo a largo plazo con Ben Betesh, que seguirá operando la marca en Centroamérica

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/lacoste-toma-el-control-de-su-negocio-en-mexico-colombia-y-peru>

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.

Modaes

Lacoste seguirá vinculado a Ben Betesh a través de un nuevo contrato para que la panameña mantenga todavía la distribución de la marca en Centroamérica, según ha informado Lacoste en un comunicado.

En los últimos años, la compañía francesa ha tomado el control en varios mercados en los que está presente, no sólo en Latinoamérica, sino también en Europa. En 2018, Lacoste se hizo con su negocio en Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay.

A principios de este año, Lacoste reordenó su cúpula en México con el nombramiento de Eduardo Araiza como director en el país. El grupo francés se encuentra inmerso en un plan de expansión en el mercado azteca, especialmente fuera de Ciudad de México, donde Lacoste se ha marcado el objetivo de fortalecer su presencia más allá de la capital azteca.