

Empresa

Más lujo para Latinoamérica: Ralph Lauren desembarca en Guatemala

El grupo estadounidense, cuya sede en la región se ubica en Panamá, ultima su entrada en el país centroamericano, donde operará con su línea Polo.

María Bertero
5 jun 2019 - 00:00



Ralph Lauren desembarca en Guatemala. El grupo estadounidense de lujo de un paso en firme en Latinoamérica con la entrada en un nuevo mercado de la región.

Próximamente, la compañía abrirá la primera tienda Polo en Guatemala, según informaron fuentes de la empresa a Modaes.

El desembarco está previsto para antes del segundo semestre. Ralph Lauren opera en otros países de Latinoamérica como Colombia, donde cuenta con dos tiendas en Bogotá y una en Sopó, mientras que en Brasil suma un establecimiento en el centro comercial Iguatemi.

En México, la compañía estadounidense opera de la mano de El Palacio de Hierro y en

el mercado chileno cuenta con tres establecimientos, todos en Santiago.
La sede de Ralph Lauren para el mercado latinoamericano se encuentra en Panamá.

Polo Ralph Lauren opera en otros países de Latinoamérica como Colombia, Brasil, Chile o Panamá

La empresa estadounidense, que tiene dos establecimientos en el país del canal, opera a través de la sociedad Ebilatam, que controlará la futura operación de Ralph Lauren en Guatemala.

Su escasa presencia en Latinoamérica hace que la compañía estadounidense de lujo no segregue a la región en sus resultados financieros. Ralph Lauren cerró el último ejercicio con una cifra de negocio de 6.313 millones de dólares, un 2,1% más que el año anterior.

Además, el grupo triplicó sus ganancias pasando de 162,8 millones de dólares en 2017 a 430,9 millones de dólares en 2018. De esta manera, Ralph Lauren dio por concluida su reestructuración, iniciada hace un par de años.

El grupo dio por finalizado su plan de reestructuración tras disparar su resultado neto hasta 430,9 millones de dólares en 2018

En 2018, el grupo, séptimo entre los gigantes de la moda de lujo, trazó una hoja de ruta, bautizada como *Writing our next great chapter*, con el objetivo de alcanzar un crecimiento medio anual de entre un 5% y un 10% a tipos constantes hasta 2023.

Para lograr este propósito, **Ralph Lauren pretende seducir y captar a una nueva generación de consumidores, haciendo hincapié en el desarrollo de artículos básicos e introduciendo en el mercado nuevas categorías de productos.**