

# Modaes

Empresa

## Ray-Ban se 'broncea' en el Pacífico mexicano: desembarca en Oaxaca

La compañía de gafas de sol, propiedad del gigante italiano Luxottica, ha puesto en marcha su primer establecimiento en dicha ciudad, en Plaza Terraza Conzatti.

María Bertero  
8 ago 2018 - 00:00

Ray-Ban se 'broncea' en el Pacífico mexicano: desembarca en Oaxaca

Ray-Ban gana terreno en México. La cadena de tiendas de lentes de sol, propiedad del gigante italiano Luxottica, ha puesto en marcha un nuevo establecimiento en el país azteca, su principal mercado de Latinoamérica.

Recientemente, Ray-Ban subió la persiana de su primer establecimiento en la ciudad de Oaxaca. **La tienda se encuentra en el centro comercial Plaza Terraza Conzatti**, ubicado en la Colonia Centro de la capital del estado mexicano.

En ese complejo comercial, Ray-Ban comparte espacio con gigantes del retail como Fábricas de Francia, propiedad de Liverpool, o Soriana. La tienda también es la primera de Luxottica en Oaxaca, que sólo opera con un punto de venta de Sunglass Hut en el aeropuerto de dicha localidad.

**Ray-Ban opera en México con tiendas monomarca, multimarca de óptica y en grandes almacenes**

El grupo italiano de óptica está inmerso en un fuerte plan de expansión en distintos mercados de Latinoamérica. A lo largo del último año, **Ray-Ban abrió sus primeras tiendas en países como Colombia, Perú o República Dominicana.**

---

# Modaes

---

Tal y como adelantó Modaes, la cadena de lentes de sol abrió en el centro comercial Jockey Plaza de Lima su primer establecimiento en el mercado peruano. El desembarco de Ray-Ban en Colombia, por su parte, se llevó a cabo a finales de diciembre, país donde actualmente cuenta con tres puntos de venta.

**En México, Ray-Ban cuenta con más de una veintena de tiendas**, en ciudades como Guadalajara, Mérida, León o la capital mexicana. Además de sus establecimientos monomarca, el grupo opera en tiendas departamentales como Liverpool o Sears y a través de distribuidores autorizados.

## **Luxottica se ha marcado el objetivo de abrir medio centenar de tiendas en Latinoamérica hasta fin de año**

Además de Ray-Ban, Luxottica opera en México con su cadena Sunglass Hut o GMO, también a través del canal multimarca y tiendas por departamento. De hecho, el grupo italiano prevé abrir cincuenta puntos de venta en Sunglass en Latinoamérica antes de fin de año.

Luxottica finalizó su ejercicio 2017 con una cifra de negocio de 9.157 millones de euros (11.379,6 millones de dólares), un 0,8% más que en 2016. **El pasado diciembre, el grupo italiano anunció la salida de su consejero delegado**, Massimo Vian. Las funciones del ejecutivo pasaron a manos del presidente ejecutivo de la compañía, Leonardo del Vecchio, y el vicepresidente, Francesco Milleri.

**En enero de 2017, Luxottica se fusionó con Essilor**, que compró el grupo por un importe de 22.800 millones de euros (28.334 millones de dólares). La operación dará lugar a un nuevo titán de la óptica, llamado EssilorLuxottica, y se prevé que tenga unas ventas anuales de unos 16.000 millones de euros (19.883,6 millones de dólares).