

Empresa

Renzo Costa ultima su salto al extranjero y prepara tres aperturas en Perú hasta 2018

La compañía de marroquinería proyecta su expansión en Argentina, Colombia, Bolivia, Ecuador y Estados Unidos. El grupo se ha marcado el objetivo de crecer un 12% este año y un 16% el 2018.

Roxana Ibañez
18 sep 2017 - 00:00

Tienda exterior de Renzo Costa en Perú

Renzo Costa proyecta su crecimiento y mira nuevos mercados. La compañía peruana de marroquinería y calzado prevé alcanzar un crecimiento del 12% este año y del 16% en 2018, impulsada por nuevas aperturas en su mercado local. Además, el grupo tantea su salto al extranjero próximamente, según ha informado José Cabanillas, director comercial de Renzo Costa a Modaes.

Los planes del grupo peruano pasan por comenzar a operar el próximo año en países como **Argentina, Colombia, Bolivia, Ecuador y Estados Unidos**. Renzo Costa se encuentra aún evaluando sus primeros mercados internacionales.

Mientras tanto, en Perú la compañía pondrá en marcha dos tiendas antes de fin de año, una de ellas, comercializará únicamente su línea de calzado y se encontrará en el centro comercial Mall Plaza de la ciudad de Arequipa. El próximo octubre el grupo subirá la persiana de una tienda el centro comercial El Polo en Lima.

Renzo Costa abrirá tres nuevas tiendas en Arequipa, Lima y Puruchuco hasta marzo de 2018

Para el próximo año, el grupo abrirá un nuevo establecimiento en el centro comercial Real Plaza en Puruchuco. Renzo Costa, también evalúa su desembarco a otras regiones peruanas y en ciudades como Chiclayo y Trujillo.

En paralelo, la compañía apostará por la diversificación en su portafolio de negocios. **Renzo Costa comenzará a comercializar en sus tiendas perfumes y relojes**

Modaes

. Otro de los proyectos que la empresa mantiene en pie es el lanzamiento de una cadena de restaurantes de comida italiana en su mercado local, con fecha aún por definir.

Actualmente, una de las grandes apuestas de la compañía es el ecommerce, sector en el que está presente desde hace un año y medio. Desde su ingreso a la Red hasta la fecha, la empresa triplicó el porcentaje de sus ventas en el mercado online. **Para 2020, Renzo Costa espera que sus ventas online representen el 5% de su facturación.**

La compañía peruana opera en su mercado local con 61 establecimientos, cuatro de ellos especializados en su línea de calzado. El grupo tiene presencia en doce ciudades de Perú como Arequipa, Lima, Callao, Cajamarca, Cuzco, Junín, Puno, Lambayeque, Piura, Áncash, Ica y Puno, entre otras.

Renzo Costa diversificará su portafolio con su primera línea de perfumes y relojes

El modelo de negocio de Renzo Costa está conformado por tiendas físicas, tiendas de calzados, así como también puntos de ventas en supermercados peruanos y el canal online. El 50% de la producción del grupo se realiza en Perú y el otro 50% es importado de España, Italia y China.

Fundada en 1973 por Marina Bustamante, Renzo Costa comenzó comercializando cinturones y carteras, y luego diversificó con chaquetas de cuero, maletines, billeteras y porta celulares, entre otros accesorios. En 2016, reforzó su portafolio de negocios con su línea de calzado masculino. La compañía da empleo a 420 personas.