

Empresa

Richemont apuesta por India y presenta una solicitud para operar en el país de forma directa

Modaes
20 ene 2014 - 12:57

Richemont apuesta por la gestión propia de sus marcas en India. La compañía, número dos mundial del negocio del lujo por detrás de **LVMH**, ha presentado una solicitud para abrir puntos de venta propios en India con una inversión inicial de 5 millones de dólares (3,6 millones de euros).

Con esta estrategia, **Richemont** se suma al incipiente interés de otros grandes operadores de retail internacionales que han apostar por gestionar de forma directa su negocio en el mercado indio desde que Nueva Delhi liberalizó la normativa de inversión directa extranjera (FDI, en sus siglas en inglés).

Fuentes del gobierno indio confirmaron que **Richemont** ha solicitado autorización para empezar a operar a través de una red de tiendas monomarca. No obstante, se desconoce cuál de las firmas del portfolio de **Richemont** será la que finalmente crezca con puntos de venta propios en el mercado indio, según *The Economic Times of India*.

Richemont concluyó el tercer trimestre de su ejercicio fiscal (finalizado el pasado 31 de diciembre) con unas ventas de 2.941 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 9%. Este aumento, que se situó por debajo de lo esperado por el mercado, es consecuencia del frenazo experimentado por la compañía en China.