

Modaes

Empresa

Salvatore Ferragamo consolida su presencia en México y roza las 25 tiendas en el país

El grupo italiano de lujo abrirá un establecimiento en el centro comercial Artz Pedregal. Además, la compañía renovó su tienda en Paseo San Pedro, en Monterrey.

María Bertero
26 mar 2018 - 00:00

Salvatore Ferragamo consolida su presencia en México y roza las 25 tiendas en el país

El lujo de Salvatore Ferragamo se expande en México. El gigante italiano prepara la apertura de una nueva tienda en Ciudad de México, donde ya cuenta con doce establecimientos. Además, la compañía ha remodelado sus instalaciones en Monterrey.

La nueva tienda de Salvatore Ferragamo se encontrará en el centro comercial Artz Pedregal, en Ciudad de México y su puesta en marcha está a cargo de la empresa mexicana Kontrakte. Según ha informado Oscar Cejudo, director de la compañía constructora, a Modaes, el establecimiento contará con una superficie de 380 metros cuadrados de superficie y abrirá sus puertas en mayo.

En paralelo, Salvatore Ferragamo ha remodelado su tienda del centro comercial Paseo San Pedro, en la ciudad de Monterrey. En el complejo, la compañía italiana opera también con un punto de venta en El Palacio de Hierro.

Salvatore Ferragamo opera en México con tiendas monomarca y puntos de venta en El Palacio de Hierro

En términos generales, Salvatore Ferragamo opera en nueve estados mexicanos con 23 tiendas

Modaes

. La empresa de lujo concentra el grueso de distribución en Ciudad de México, donde suma doce puntos de venta entre establecimientos monomarca y corners en El Palacio de Hierro.

México es el principal mercado en Latinoamérica para el grupo italiano de lujo por número de tiendas y facturación. Desde enero de 2017, Salvatore Ferragamo cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores.

En el resto de Latinoamérica, la compañía italiana está presente en otros trece mercados como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Panamá y Perú, donde opera de la mano de socios franquiciados y operación directa.

De hecho, **Latinoamérica ha sido uno de los pilares de crecimiento para Salvatore Ferragamo en los últimos años.** La región fue el único mercado en el que el grupo italiano elevó sus ventas durante 2017, con un crecimiento del 2%, hasta 78,3 millones de euros (97 millones de dólares).

Salvatore Ferragamo incrementó sus ventas un 2% en Latinoamérica durante 2017

A escala mundial, **la compañía anotó una cifra de negocio de 1.393,4 millones de euros (1.726,9 millones de dólares) en 2017**, lo que supuso un descenso del 3,1% respecto al año anterior. Las tiendas departamentales y el canal multimarca fueron los más golpeados en los resultados de Salvatore Ferragamo, con una caída del 7,4%, hasta 465,2 millones de euros (576,5 millones de dólares).

Por categorías de productos, el calzado fue el de mayor facturación, con unas ventas de 589,2 millones de euros (730,2 millones de dólares), un 3,6% menos que en el 2016. Los bolsos y accesorios de cuero redujeron su cifra de negocio un 2,4%, hasta 516 millones de euros (639,5 millones de dólares). La división que más cayó en 2017 fue la de la seda y otros accesorios, con una reducción de sus ingresos del 7,4%, hasta 86,3 millones de euros (106,9 millones de dólares).