

Equipamiento

Luxottica acelera en Latinoamérica: desembarca con Sunglass Hut en República Dominicana

El gigante italiano de óptica ha puesto en marcha dos establecimientos en la isla: uno en Santo Domingo y otro en Punta Cana.

María Bertero
19 nov 2017 - 00:00

Luxottica acelera en Latinoamérica: desembarca con Sunglass Hut en República Domi

Luxottica suma y sigue en Latinoamérica. El gigante italiano de óptica sigue reforzando su presencia en la región con su desembarco en República Dominicana. La compañía ha comenzado a operar en la isla caribeña con su cadena Sunglass Hut.

La compañía ha puesto en marcha una tienda de cuarenta metros cuadrados en el centro comercial Blue Mall de Punta Cana, según ha informado Jorge Monzón Calles, director de Sunglass Hut en Latinoamérica, a Modaes.

En paralelo, el grupo de óptica subió la persiana de su primera tienda en la capital dominicana. **Sunglass Hut abrió recientemente las puertas de un establecimiento en el centro comercial Agora Mall de Santo Domingo.**

Luxottica abrió un establecimiento de cuarenta metros cuadrados de Sunglass Hut en Punta Cana

El pasado julio, **Luxottica ganó terreno en República Dominicana con la apertura de su primera tienda de RayBan** en el país, ubicada en el centro comercial Acrópolis Center de Santo Domingo.

Con su entrada en República Dominicana, la empresa italiana suma su séptimo

mercado en Latinoamérica, donde ya opera en México, Colombia, Perú, Brasil y Chile. Recientemente, Sunglass Hut desembarcó en Argentina, con un establecimiento en el centro comercial Nordelta de la ciudad de Tigre.

Latinoamérica estuvo en la ruta de expansión de Luxottica este año. Tal y como avanzó Modaes, la compañía desembarcó con Sunglass Hut en Colombia, tras abrir el pasado julio un establecimiento en el complejo comercial Andino de Bogotá.

Sunglass Hut abrió este año en Ciudad de México su primer 'flagship store' de Latinoamérica

Además, la cadena de óptica del grupo italiano puso en marcha su primer flagship store en Latinoamérica, ubicado en la Avenida Masaryk de Ciudad de México, la calle del lujo de la capital azteca.

Fundada en 1977 en la ciudad de Miami, **Sunglass Hut** opera con una red comercial de más de 3.269 tiendas en los cinco continentes. La compañía es propiedad de **Luxottica** desde 2001, luego de que el gigante italiano desembolsara cerca de 653 millones de dólares por la compra.

La compañía tiene su sede latinoamericana en México, que es también su principal mercado en la región, con 240 tiendas. Le sigue Brasil, con cien establecimientos, Chile con treinta, Perú con quince y Colombia con cinco.

Las ventas de Luxottica en Latinoamérica crecieron un 11,2% en los nueve primeros meses

Los planes del grupo pasan por seguir reforzando su presencia en Latinoamérica, haciendo foco en los mercados en los que ya está presente. En los nueve primeros meses de su ejercicio, la facturación de Luxottica en la región creció un 11,2%, hasta 436 millones de euros (512,3 millones de dólares).

Modaes

En términos generales, la compañía italiana elevó sus ventas un 1,7% en los nueve primeros meses del año, hasta 7.065 millones de euros (8.302,5 millones de dólares).Luxottica opera con 9.000 puntos de venta en todo el mundo.

El pasado enero, Essilor cerró el acuerdo de compra por Luxottica, cuyo importe ascendió a 22.800 millones de euros (26.793,7 millones de dólares). La fusión se espera que registre una facturación anual de 16.000 millones de euros (18.802,6 millones de dólares).