



Se fortalecen las ventas digitales de Palacio de Hierro

Los ingresos del Grupo aumentarán en torno a un 15% en 2022 y 10% en 2023, apoyados en la apertura de la tienda en el centro comercial Mitikah y en la remodelación de la tienda en Plaza Satélite.

POR VERÓNICA GONZÁLEZ

CATEGORÍA: MERCADO INMOBILIARIO

Las ventas digitales de Grupo Palacio de Hierro, la cadena de tiendas departamentales, representarán entre el 10% y 15% de las ventas de productos en el mediano plazo.

En 2021, las ventas en línea de la empresa representaron cerca de 8.3% de las ventas de producto, comparadas con 10.5% en 2020.

“La compañía espera que sus ventas digitales representen entre 10% y 15% de las ventas de productos en el mediano plazo”, **indicó Fitch, agencia calificadora de riesgo crediticio.**

Ante el impulso que ha tenido este canal, la calificadora anticipa que Palacio de Hierro continuará fortaleciendo su plataforma tecnológica y mejorará sus procesos de logística para el envío de productos.

“La compañía ha conseguido ejecutar de manera exitosa una estrategia de diferenciación enfocada principalmente en la experiencia de compra del cliente, lo que es valorado por su mercado objetivo. Hacia adelante, el reto está en trasladar esa propuesta de servicio diferenciado a su canal digital”, dijo Fitch.

Incluso, la cadena de tiendas departamentales está enfocada en optimizar sus procesos, incorporando marcas a su oferta digital e implementando proyectos que robustezcan una experiencia digital consistente y diferenciada para su mercado objetivo.

Fitch anticipa que los ingresos del Grupo Palacio de Hierro aumentarán en torno a un 15% en 2022 y 10% en 2023, apoyados en la apertura de la tienda en el centro comercial Mitikah y en la remodelación de la tienda en Plaza Satélite.

En 2021, los ingresos acumulados de la compañía aumentaron 41.3% en comparación con 2020. nivel por arriba a los registros previos a la pandemia de coronavirus. El incremento en los ingresos fue impulsado por el crecimiento en ventas mismas tiendas, por una mayor movilidad social en su negocio comercial y a una mejora en sus ingresos inmobiliarios.