

Empresa

Agua Bendita crece un 40% en 2019 y tantea su entrada en Corea del Sur y Japón

La empresa colombiana de moda de baño cierra un 2019 muy satisfactorio y prevé un del 40% para 2020, impulsado principalmente por Estados Unidos, su mercado internacional más relevante.

Andrea Rosales
16 ene 2020 - 00:00



la

Agua Bendita no baja el ritmo. La empresa colombiana de moda prevé mantener el ritmo de crecimiento en 2020 y fortalecer su presencia internacional tanteando desembarques en Costa Rica, Corea del Sur y Japón.

En 2019, la compañía colombiana registró un alza en ventas del 40%, el mayor incremento que ha registrado Agua Bendita en los últimos años. La empresa prevé repetir este crecimiento en 2020, comenta empresa colombiana.

Modaes

Agua Bendita ha registrado un crecimiento a doble dígito cada año desde 2014

González comenta que un factor clave para alcanzar estas metas es continuar su apuesta por el mercado internacional, donde operan a través del modelo de franquicias. **En concreto, el mercado internacional concentra el 50% de las ventas totales de Agua Bendita**, donde Estados Unidos es el principal mercado de la compañía en el extranjero, seguido de Europa.

En Estados Unidos la empresa sumó tres tiendas propias en 2019, y está en la etapa final de concretar dos nuevas aperturas en West Coast y South Beach. Agua Bendita opera en el país también a través de canales multimarca y distintos *marketplaces* y cuenta, además con un centro logístico en el país desde hace tres años.

La empresa colombiana cerró el 2019 con un total de cincuenta tiendas a escala global, sumando dos aperturas en Estados Unidos y tres en Colombia

El fortalecimiento en el extranjero se extiende también a Costa Rica, donde planea llegar en el segundo semestre de 2020, y llegar con su segunda tienda en China para finales del año. El mercado asiático es un sector de mucho interés para la compañía, donde se encuentran “en búsqueda de nuevos canales de distribución que les permita acelerar su crecimiento en la región”, comenta González.

Estados Unidos, uno de los mercados clave para la compañía, tuvo un crecimiento del 60% en 2019 Europa registró un 30%

El ecommerce es otra de las apuestas del grupo de cara a 2020, Agua Bendita está próximo a lanzar su nueva plataforma web a mediados de febrero, canal en el cual llega a 86 países. **Las ventas en línea representan un 18% de las ventas totales del grupo.**

Agua Bendita también planea llegar a Corea del Sur y Japón en 2021, donde el reto, según afirma González es “es encontrar aliados locales y apostar correctamente por los mercados más representativos”.

Esteban González atribuye el crecimiento de Agua Bendita a la diferenciación de sus productos con detalles artesanales, lo que los ha llevado a seguir apostando por

Modaes

artesanos locales en Colombia, González considera que “La rentabilidad social es igual de importante que la económica”.