

Modaes

Empresa

Calvin Klein desafía a Oysho y Punto Blanco y lleva su moda íntima a Parque la Colina

El grupo estadounidense subió la persiana de un nuevo punto de venta de su cadena de ropa interior en el centro comercial de Bogotá.

M. Cantini
1 jun 2017 - 00:00

Calvin Klein desafía a Oysho y Punto Blanco y lleva su moda íntima a Parque la Colina

Calvin Klein sube una marcha en Colombia. La compañía estadounidense, propiedad del conglomerado **PVH**, subió la persiana de una nueva tienda de **Calvin Klein Underwear**, su cadena de moda íntima. El establecimiento está ubicado en primer piso del centro comercial **Parque la Colina** de Bogotá. La empresa opera en el país de la mano del grupo panameño **ASW**, que tiene la licencia de distribución de la marca en Centroamérica.

En el complejo, la compañía comparte espacio con empresa locales de ropa interior como **Punto Blanco**, **Leonisa** y **Lili Pink**, así como también con gigantes internacionales como **Victoria's Secret**, **Oysho** y **Women'secret**.

En el país cafetero, **Calvin Klein Underwear** opera con una red comercial de cinco puntos de venta. En Bogotá, la compañía tiene presencia en los centros comerciales **Gran Estación**, **El Retiro**, **Santa Ana** y **Unicentro**. En la ciudad de Cartagena, la empresa tiene una tienda a pie de calle en la Avenida San Martín.

Calvin Klein opera con su cadena de moda íntima en Bogotá y Cartagena

Modaes

El grupo estadounidense también está presente en Colombia con su cadena **Calvin Klein Jeans**, que opera con tres establecimientos ubicados en los centros comerciales **Jardín Plaza** y **Único** de la ciudad de Cali y en el complejo **El Tesoro** de Medellín.

Recientemente, **Calvin Klein** desembarcó con su cadena de moda íntima en República Dominicana. En la isla, la compañía subió la persiana de la primera tienda de **Calvin Klein Underwear** en el centro comercial **Ágora Mall** de Santo Domingo. En Latinoamérica, el grupo tiene presencia en México, Chile, Brasil, Panamá, Honduras, El Salvador, Costa Rica y Guatemala.

En 2016, **PVH** centró sus energías en **Calvin Klein** y se apoyó firmemente en su plan de expansión en Latinoamérica, para cumplir las metas de ventas en el año, que tenían como objetivo superar los 10.000 millones de dólares.

En el primer trimestre de 2017, Calvin Klein obtuvo una facturación de 756 millones de dólares

En el transcurso del año pasado, **Calvin Klein** potenció su presencia en la región con la apertura de su séptima tienda en Chile, ubicada en el centro comercial **Parque Arauco**. A su vez, el grupo se reforzó en el mercado uruguayo con una tienda en Punta del Este.

En Ecuador, **Calvin Klein** plantó bandera en Guayaquil donde abrió su primer local, mientras que en Panamá subió la persiana de su tercer establecimiento, ubicado en el centro comercial **Alta Plaza Mall** de Ciudad de Panamá.

A finales del año pasado, **Calvin Klein** confirmó su plan de expansión en México de la mano de **Grupo Axo**. Después de siete meses de negociaciones, **PVH** y el conglomerado mexicano concretaron una *joint venture* (empresa conjunta), que permitirá la distribución de las distintas líneas de moda del gigante estadounidense en los cerca de 2.200 puntos de venta que la empresa azteca tiene en el país.

En 2016, **Calvin Klein** registró una cifra de negocio total de 3.135,2 millones de dólares, un 7% más que en el ejercicio anterior. La tendencia alcista continuó en el primer trimestre del ejercicio 2017 (concluido el 30 de abril), cuando la facturación de la marca se incrementó un 5%, hasta 756 millones de dólares.