Modaes

Empresa

Pandora da un paso más en Latinoamérica: abre sus primeras tiendas propias en Colombia y Perú

La expansión en el mercado peruano supone la puesta en marcha de los primeros puntos de venta en Falabella, mientras que en el país cafetero contempla sumar entre diez y doce establecimientos.

María Bertero
5 abr 2019 - 00:00

Pandora da un paso más en Latinoamérica: abre sus primeras tiendas propias en Colombia y Perú

Pandora se afianza en su territorio estratégico. El grupo danés de joyería, que ha decretado a Latinoamérica como uno de sus principales mercados de crecimiento, **comenzará a operar de manera directa en Colombia y Perú**, según ha informado Martín Pereyra Rozas, director de la empresa en Latinoamérica, a Modaes.

De esta manera, **Pandora replicará el modelo de negocio que ha implementado durante los últimos años en otros mercados** de la región como México, Argentina, Chile y Brasil. La compañía consolidó su filial en Panamá en 2017, desde donde controla todo el negocio del grupo en Latinoamérica.

La empresa abrirá entre diez y doce establecimientos en Colombia a mediano plazo. Mientras que en Perú, la compañía de joyería, que opera de la mano de dos franquiciados, **abrirá sus primeros puntos de venta en las tiendas departamentales que Falabella tiene en el mercado inca.**

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/pandora-da-un-paso-mas-en-latinoamerica-abre-sus-primeras-tiendas-propias-en-colombia-y-peru>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Pandora seguirá reforzando su presencia en otros mercados de Latinoamérica, que se ha convertido en un mercado prioritario para el grupo

En paralelo, **el grupo danés seguirá reforzando su red comercial en otros países de Latinoamérica**, como Argentina, donde desembarcó el año pasado y tiene previsto subir la persiana de otros tres establecimientos en lo que resta del año, tal y como avanzó Modaes.

“**Latinoamérica ocupa un lugar de prioridad para Pandora** al momento de hablar de expansión de tiendas, presupuesto para acciones de márketing y crecimiento del equipo”, asegura Pereyra. La región es junto con China uno de los mercados de mayor crecimiento para el grupo danés.

México se posiciona actualmente como el país latinoamericano con mayor número de puntos de venta de Pandora. La empresa, que opera también en Liverpool y El Palacio de Hierro, superó recientemente la barrera de los cien establecimientos.

La compañía abrió más de noventa tiendas en Latinoamérica desde que consolidó su filial en Panamá

Pandora tiene presencia en 18 mercados latinoamericanos, sumando un aproximado de trescientos puntos de venta entre tiendas de operación propia, franquicias y corners en almacenes departamentales. **En los últimos dos años, la empresa aceleró su expansión en la región, abriendo más de noventa tiendas en distintos países de Latinoamérica**.

A escala global, **el grupo danés se encuentra inmerso en un plan de reestructuración que contempla aperturas sólo en países estratégicos**, mientras que en el resto de los mercados en los que está presente se apoyará en el ecommerce.

Pandora cerró el ejercicio 2018 con una cifra de negocio de 22.800 millones de coronas danesas (3.454 millones de dólares), lo que supuso un descenso de 4% frente al mismo periodo de 2017. El beneficio de la compañía se situó en 5.045 millones de coronas danesas (764,2 millones de dólares), un 12,5% menos frente al mismo periodo del año

Modaes

| anterior.