

Empresa

Pandora introduce su nuevo concepto en Colombia en plena expansión en el país

La compañía danesa de joyería ha remodelado su establecimiento en Medellín con su nueva imagen de tienda bajo el concepto *Evolution* que puso en marcha hace dos años.

C. Juárez
4 nov 2019 - 00:00



Pandora se refuerza en Colombia. La compañía danesa de joyería ha dado un paso más en el mercado colombiano con la introducción de su nueva imagen comercial en el establecimiento con el que cuenta en Medellín.

En concreto, el grupo ha remodelado su establecimiento en centro comercial Santafé Medellín, en la ciudad colombiana. En el punto de venta, Pandora ha instalado su nueva imagen, *Evolution*, que lleva implantando en todo el mundo en los dos últimos años. El objetivo del nuevo concepto es “establecer una relación especial entre el consumidor y la marca”.

En los últimos meses, **Pandora ha acelerado su estrategia de expansión en Colombia**. El último movimiento de la empresa fue la puesta en marcha de una nueva tienda en Bogotá, con lo que suma doce tiendas en el mercado colombiano.

Pandora cuenta con presencia en dieciocho mercados de Latinoamérica con más de noventa tiendas propias

Además de Colombia, la compañía danesa ha acelerado su expansión en Latinoamérica aperturas en Bolivia, Perú, Argentina y desde México, su principal mercado, como parte de un plan estratégico de negocio para volver a la rentabilidad.

Actualmente, Pandora tiene presencia en dieciocho mercados latinoamericanos y cuenta con más de noventa tiendas y puntos de venta en multimarcas en Perú, Colombia, México, Argentina, Chile, Brasil y Panamá, combinando presencia directa y socios locales.

Para acelerar su expansión en la región, el grupo nombró el pasado octubre a una nueva responsable. Fernanda Pirosanto, que desde 2017 lideraba el negocio del grupo en Argentina, pasó a ser nueva responsable de Centroamérica y Sudamérica para Pandora.

A escala global, Pandora se encuentra en un proceso de transformación. El grupo cerró el ejercicio 2018 con un beneficio de 5.045 millones de coronas danesas (675 millones de euros), un 12,5% menos que el ejercicio anterior. La facturación de la empresa también retrocedió, con una caída del 4%, hasta 22.800 millones de coronas danesas (3.053 millones de euros).