

Modaes

Empresa

Swatch estrecha su alianza con Falabella en Colombia y se instala en la departamental de Manizales

El próximo septiembre, el grupo suizo de relojería pondrá en marcha un corner en el establecimiento que la empresa chilena abrirá en el centro comercial Mallplaza de la localidad colombiana.

M. Cantini
12 jul 2018 - 00:00

Swatch estrecha su alianza con Falabella en Colombia y se instala en la departamental

Swatch crece en Colombia. El grupo suizo de relojería pondrá en marcha un nuevo punto de venta en el país sudamericano, de la mano de Falabella. **El próximo septiembre, la compañía subirá la persiana de un corner en la tienda departamental que el retailer chileno abrirá en el centro comercial Mallplaza**, en la ciudad de Manizales, según ha informado a Modaes, Carlos Trujillo, director de Swatch en el mercado colombiano .

Actualmente, el grupo suizo opera una red comercial en el mercado colombiano de once establecimientos monomarca y más de cien puntos de venta en tiendas multimarca como Kevin´s y Attenza, entre otras. **Los planes de Swatch pasan por seguir creciendo en el país de la mano de Falabella.**

La compañía tiene a Swiss Sport como su socio en Colombia. El grupo está especializado en la comercialización de marcas de relojería y joyería como Guess, Timex, Náutica, Slazenger, además de contar también con la licencia de la española Luxenter en el mercado colombiano. Swiss Sport se ha marcado el objetivo de controlar el 35% del mercado de las joyas en el país.

Swatch planea sumar más puntos de venta en

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/swatch-estrecha-su-alianza-con-falabella-en-colombia-y-se-instala-en-la-departamental-de-manizales>

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

Colombia de la mano de Falabella

Además del mercado colombiano, Swatch ha enfocado su crecimiento en Perú. Para los próximos dos años, la compañía continuará ganando terreno en el mercado inca, donde opera de la mano G&G Joyeros. La empresa suiza tiene prevista la apertura de veinte puntos de venta en el país sudamericano.

La red comercial de Swatch en Latinoamérica se extiende también a otros países como Argentina, Brasil, Ecuador, Panamá, México, entre otros, donde opera con puntos de venta y tiendas monomarca.

Swatch nace en 1983, después de la fusión de dos grupos suizos de relojería, ASUAG y SSIH, bajo la dirección del empresario Nicolás Hayek, encargado de consolidar la compañía que se direccionó su estrategia comercial en lanzar una línea de bajo costo.

A cierre del ejercicio 2017, Swatch anotó un resultado neto de 755 millones de francos suizos (806,1 millones de dólares), frente a los 593 millones de francos suizos (633 millones de dólares) del año anterior. Las ventas de la compañía escalaron hasta 7.960 millones de francos suizos (8.499 millones de dólares).

Swatch rozó los 8.500 dólares de facturación en el ejercicio 2017

El segmento de la relojería y la joyería, que copa el 96% del negocio de Swatch, creció un 5,4% el año pasado, hasta 7.702 millones de francos suizos (8.223,6 millones de dólares). El grupo opera con una veintena de marcas, entre ellas su firma homónima, Hamilton, Mido, Tissot o Flik Flak, entre otras.

Para 2018, Swatch prevé una evolución positiva, gracias al lanzamiento de numerosos nuevos productos y una mayor capacidad de producción, que se aprovechará de volúmenes más elevados. A cierre de 2017, Swatch daba empleo a unas 35.400 personas en todo el mundo.