

## Empresas

## NOTICIAS A UN CLIC

Omega tendrá dos tiendas más fuera de Bogotá

Codensa invierte \$590.000 millones para ejecutar proyecto de redes inteligentes

Pacific Exploration & Production no repunta pese a cambios corporativos

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

Sábado, Noviembre 7, 2015

## Omega tendrá dos tiendas más fuera de Bogotá



**Bogotá\_** Bajo la premisa de que el interés de los colombianos por invertir en lujo está creciendo, la marca suiza de relojes Omega, que lleva más de un siglo y medio en el mercado, y que abrió su primera boutique en el país hace un año en el centro comercial Andino, busca expandirse apostándole al mercado premium que está fuera de la capital colombiana.

En entrevista con LR, Jaime Fonseca, gerente de Omega para Colombia, comentó que las expectativas de ingresos de la tienda propia que abrieron en Bogotá fueron superadas en 10%, alcanzando una cifra superior a US\$3 millones.

### ¿En qué ciudades van a abrir las dos nuevas boutiques?

Si bien en la capital colombiana está gran parte de las ventas del país, el mercado de lujo de marcas relevantes se concentra solo en el centro comercial Andino, no hay una segunda zona de lujo como en otras ciudades. Aún no se ha tomado la decisión específica de las locaciones, pero las opciones son Barranquilla, Medellín, Cali y Cartagena. La meta es abrir en 2017 o 2018.

### ¿Y serían en algún centro comercial o en un punto exterior?

Podrían ser en la calle, pero normalmente en el país la marca le apunta a centros comerciales. Estamos estudiando el tema. Pensamos que el mercado colombiano está preparado para recibir esta opción de lujo.

### ¿Cuánto invierten en la apertura de una boutique?

Casi US\$5 millones.

### Omega ya tiene tiendas en México, Panamá, El Caribe, Argentina, Chile, Brasil y Colombia, ¿en qué nuevos países de la región abrirán?

Hay planes de apertura en Lima (Perú) el próximo año, y en Quito (Ecuador) en 2017. Además, la firma inaugurará dos nuevas tiendas en El Caribe también en 2016.

### ¿Cuánto sumaron los ingresos de la boutique de Andino en su primer año?

Debo decir que las expectativas que se tenían se cumplieron, a pesar de que ha sido un año difícil por el tema del dólar. Tuvimos un repunte importante. Ahora las colecciones llegan mucho más rápido por contar en el país con una boutique propia. La expectativa para el primer año era de US\$3 millones, y superamos en 10% ese monto.

### Por la devaluación, ¿en cuánto incrementaron los precios?

Por política de nuestra casa matriz nos regimos por la TRM diaria. Entonces, si un reloj vale US\$5.000 y lo tengo a dólar de \$2.000, pues vale \$10 millones, pero si está a \$3.000, pues vale \$15 millones.

### ¿Cuáles son sus distribuidores en el país y cuántos ingresos generan?

Tenemos dos: la joyería Glauser, que está en Bogotá, Barranquilla, Cali y Cartagena; y la joyería Le Sentier, que tiene dos puntos en Medellín. Los ingresos de este segmento están por el orden de US\$4 millones. Quiero resaltar que en Colombia estamos vendiendo alrededor de US\$7 millones, la boutique representa 40%.

### La marca está estrenando colección, ¿en qué consiste?

Está enfocada en James Bond, nuestra marca cumple 20 años siendo el reloj oficial de esta celebridad. Se divide en dos relojes: uno de la línea seamaster aqua terra, cuyo logo es el escudo de armas de Bond y su color ícono es el azul; y el otro, que evoca la película Spectra, que se lanzó esta semana.

### ¿Son solo para hombre?

Vienen más enfocados en ellos, pero ya hubo una mujer que compró uno de los relojes. Estos artículos ya no son para hombre o mujer, son para quienes gusten del accesorio. Es un tema de moda.

### ¿Cuánto valen y cuántos importaron?

El enfocado en James Bond llegó hace tres semanas a Colombia. Se importaron 12 relojes, en este momento tenemos cuatro disponibles. Su precio es de US\$8.100 (\$22,6 millones). Y el de la película llegó esta semana, son 11 relojes. Este vale US\$8.450 (\$23,5 millones).

### En junio ustedes incursionaron en el negocio de joyería y artículos de marroquinería, ¿cómo les ha ido?

Muy bien. Las correas en cuero se han vendido bastante y productos como billeteras y joyas han gustado mucho. La idea es que esta línea de negocio llegue a representar 8% de los ingresos de nuestra boutique, por ahora puedo decir que estamos en 3%.

### ¿Quiénes compran más en Omega, los hombres o las mujeres?

Nuestras ventas en Colombia son 70% de hombres y 30% de mujeres. Sin embargo, y desde el año pasado, la firma está tratando de apuntarle más a las mujeres, con colecciones dirigidas a ellas.

### Las Opiniones

Carlos Rodríguez

#### Especialista en empresas

“El mercado de lujo viene creciendo de forma positiva. La presencia de estas firmas ha ido tomando más espacio en el país, lo que refleja que hay una alta demanda”.