Empresa

Burberry eleva un 14% sus ventas en el tercer trimestre pero advierte de un crecimiento anual “modesto”

Modaes
15 ene 2014 - 10:42

Burberry cierra el tercer trimestre de su ejercicio fiscal con buenas cifras. La firma británica ha concluido el periodo (finalizado el pasado 31 de diciembre) con un incremento del 14% en su cifra de negocio, hasta 528 millones de libras (636,46 millones de euros). Si se contabilizan las ventas por superficie comparable, el aumento sería del 12%.

Por mercados, la compañía ha registrado crecimiento a doble dígito de su facturación en Asia-Pacífico, mientras que en toda la región de América y en la conocida como Emeia (Europa, Oriente Medio, India y África) el incremento de las ventas se ha situado entre el 5% y el 9%.

Pese a los buenos datos obtenidos por **Burberry** en el tercer trimestre, la compañía ha advertido que el entorno macroeconómico, todavía incierto, hará que el ejercicio concluya con un crecimiento más modesto al alcanzado el año anterior.

En todo el tercer trimestre, **Burberry** puso en marcha cinco nuevos establecimientos, entre los que destaca la primera tienda dedicada en exclusiva a cosmética, la **Burberry Beauty Box**, ubicada en Covent Garden, en Londres. Además, la compañía se hizo con el control de tres tiendas en Tailandia, que hasta ahora no gestionaba de forma directa.

La empresa británica ha dado a conocer sus resultados del tercer trimestre a dos meses de que **Angela Ahrendts**, consejera delegada de **Burberry**, abandone la compañía para incorporarse al gigante tecnológico **Apple**. A partir de ese momento, **Christopher Bailey** pasará a ser, además de director creativo, consejero delegado.

Modaes

En paralelo a sus resultados internacionales, **Burberry** está apostando por reforzar su filial en el mercado español. La compañía, que en 2013 adjudicó a la sociedad que gestiona su negocio en España el desarrollo de operaciones en el mercado latinoamericano, ha llevado a cabo una ampliación de capital de 5 millones de euros en la sociedad que controla la marca en estos mercados.

A cierre de 31 de diciembre, **Burberry** contaba con una red de distribución global formada por 218 tiendas propias, 216 concesiones, 55 outlets y 68 franquicias.