

Empresa

Burberry inyecta cinco millones en el desarrollo en Latinoamérica a través de su filial española

C. Pareja
8 ene 2014 - 05:00

Burberry continúa adelante con su aventura Latinoamérica. La compañía británica, que adjudicó a la filial española la gestión de sus operaciones en el mercado latinoamericano el pasado año, acaba de llevar a cabo una ampliación de capital de 5 millones de euros en la sociedad que controla la marca en estos mercados. La empresa se ha fijado el objetivo crecer en países como México o Brasil.

Según consta en el Registro Mercantil, **Burberry** ha llevado a cabo una ampliación de capital de 5,02 millones de euros en la sociedad **Burberry Latin America Holding**. Tras esta operación, el capital social de la empresa ha quedado fijado en 15,7 millones de euros.

Desde la creación de la sociedad, **Burberry** ha realizado dos ampliaciones de capital, siendo la primera a finales de 2011, con una aportación de 8,7 millones de euros. En abril de 2013 tuvo lugar la segunda, que representó la inyección de 2 millones de euros. Estos fondos se destinaron a fortalecer la penetración de la empresa en el mercado latinoamericano.

Según explicó **Burberry** en la presentación de sus resultados correspondientes a la primera mitad del ejercicio 2013, la compañía abrió durante los primeros meses del pasado año catorce establecimientos, principalmente en mercados como Brasil y México.

En cuanto al mercado mexicano, **Burberry** ha cerrado recientemente dos establecimientos franquiciados para, a corto plazo, tejer una red de tiendas propias, controlada de manera directa por la compañía.

Modaes

En otros países, como Colombia o Chile, **Burberry** ya ha abierto sus primeras franquicias para tantear el mercado y comprobar cómo responde el consumidor a la marca. La compañía ya cuenta con once establecimientos en México y Brasil.

Burberry quiere focalizar su negocio en el retail y en la gestión directa de sus tiendas. Esta línea de negocio aporta casi el 60% de los ingresos anuales de la compañía. La red de tiendas de **Burberry** aportó en la primera mitad del año 694,5 millones de libras (836,4 millones de euros) al total del negocio, que en los seis primeros meses del ejercicio se situó en 1.031 millones de libras (1.222 millones de euros), lo que supuso un alza del 17% respecto al mismo periodo del año anterior.

España, la otra apuesta de Burberry

España también es uno de los mercados en los que **Burberry** ha reformulado su forma de actuar en diversas ocasiones. Mientras que en Barcelona la compañía siempre ha contado con presencia gracias a su *flagship store* de Paseo de Gracia, **Burberry** cerró en 2011 su establecimiento de la calle Ortega y Gasset.

Tras reducir su presencia en Madrid a corners en los grandes almacenes **El Corte Inglés**, la compañía ha decidido retomar su apuesta por España y abrir un nuevo establecimiento de gestión directa en la ciudad. Tal y como adelantó Modaes.es el pasado septiembre, **Burberry** negocia el arrendamiento de un local en Madrid en calle Serrano para la puesta en marcha de un *flagship store* en la capital.

Por el momento, **Burberry** distribuye sus colecciones en España a través de dos establecimientos propios, ubicados en Barcelona y en Marbella, además de cinco concesiones en los grandes almacenes **El Corte Inglés**.

La apertura de esta nueva tienda se suma a la oleada de cambios que ha experimentado en los últimos años **Burberry** en España. Entre los más recientes se encuentran el abandono definitivo de su sede histórica, ubicada en el barrio de Buen Pastor, en Barcelona, y su traslado a un nuevo edificio ubicado en el número 625 de calle Valencia.