

Empresa

Burberry descapitaliza su filial en Latinoamérica: reduce capital en 18,7 millones

El capital suscrito de la sociedad Burberry Latin America Holdings ha quedado fijado en 27.496 euros (31.064,4 dólares). La filial se constituyó en España en 2009.

M. Bertero
15 abr 2019 - 00:00

Burberry rebaja su apuesta por Latinoamérica: recorta 18,7 millones de su negocio en la región

Burberry descapitaliza su filial en Latinoamérica. El gigante británico del lujo ha reducido capital en 16,6 millones de euros (18,87 millones de dólares) en su sociedad Burberry Latin America Holdings, con la que gestiona su negocio en la región y que tiene su sede en España.

Tras la operación, el capital suscrito de la filial ascenderá a 27.496 euros (31.064,4 dólares), según consta en el Registro Mercantil de España. Burberry Latin America Holdings se constituyó en 2009 y tiene como objeto social “la participación en sociedades y otras personas jurídicas españolas y extranjeras”. Su domicilio social se encuentra en la calle Lima de Barcelona.

Desde su constitución, la empresa llevó a cabo cuatro ampliaciones de capital de 8,7 millones de euros en 2011; de dos millones de euros en 2013; de cinco millones de euros en 2014 y de 16,6 millones en 2016.

Burberry bajó la persiana en Chile y Colombia durante los últimos dos años

En los últimos años, el grupo se ha replegado en varios países de Latinoamérica. En mayo de 2017, la compañía británica cerró la única tienda con la que operaba en

Modaes

Chile, ubicada en el centro comercial Parque Arauco, en Santiago. **El año pasado fue el turno de Colombia, donde Burberry contaba con un establecimiento en el mall Andino, local que ahora ocupa Ralph Lauren.**

Ambos establecimientos fueron puestos en marcha en 2015 y operaban bajo el formato franquicia. El objetivo de Burberry era tantear la respuesta de los consumidores chilenos y colombianos.

Actualmente, **México y Brasil son los dos mercados de Latinoamérica en los que la empresa tiene presencia.** En el resto de los países de la región, la compañía británica opera en plataformas de ecommerce especializadas en lujo como MyTheresa.

El grupo británico contrajo sus ventas un 1% en el tercer trimestre

El negocio de Burberry en todo el continente americano está pilotado por Gianluca Flore, que tomó las riendas a mediados de 2017. El directivo cuenta con una amplia experiencia en el sector del lujo, tras haber trabajado para firmas como Brioni o Bottega Veneta.

Burberry inició hace unos años un proceso de transformación de la mano de un nuevo consejero delegado y director creativo. La compañía finalizó el tercer trimestre del ejercicio (periodo concluido en diciembre de 2018) con unas ventas de 711 millones de libras (918,3 millones de dólares), un 1% menos que el año anterior.

Marco Gobetti, consejero delegado de la empresa británica, aseguró que el grupo está centrando sus esfuerzos en reposicionar la marca. En este sentido, Burberry prepara varios cierres en Estados Unidos y la remodelación de diez de sus buques insignia en distintos países.