

Empresa

## El retail y la cosmética tiran de los resultados de Burberry, que crece un 17% en el primer semestre

Modaes  
15 oct 2013 - 11:05

La ruptura con **Interparfums** ha beneficiado a **Burberry**. La compañía británica ha concluido el primer semestre del ejercicio con un incremento del 17% en su cifra de negocio, hasta 1.031 millones de libras (1.214 millones de euros). En el mismo periodo del ejercicio anterior, **Burberry** obtuvo unas ventas de 883 millones de libras (1.040 millones de euros).

La empresa ha explicado que este incremento se debe al buen ritmo de su red de tiendas propias y al impulso que ha dado a la cuenta de resultados la integración de la división de cosmética y perfumería. El canal de retail de **Burberry** concluyó el periodo (finalizado el pasado 30 de septiembre) con un alza de sus ventas del 20%, hasta 694 millones de libras (817 millones de euros).

Por su parte, la división *Burberry Beauty*, en la que ahora está integrado todo el negocio de cosmética y perfumería tras la no renovación del acuerdo de licencia con **Interparfums**, ha finalizado el semestre con unas ventas de 54 millones de libras (63,61 millones de euros), frente a los dos millones de libras (2,35 millones de euros) obtenidos un año antes. En el ejercicio precedente, los productos de cosmética de **Burberry** estaban integrados en la categoría de licencias de la compañía y en la división de *Beauty* sólo incluían las ventas de estos productos en su red de tiendas propias.

Tras la ruptura con **Interparfums**, la categoría de licencias de **Burberry** ha cerrado el semestre con una caída del 19% en su cifra de negocio, hasta 42 millones de libras (49,48 millones de euros). Sin tener en cuenta la licencia de fragancias, la división hubiera concluido los seis primeros meses con un alza del 1% en sus ventas.

---

# Modaes

---

Estos resultados se han presentado tras el anuncio de la salida de **Angela Ahrendts**, consejera delegada de **Burberry**, para mediados de 2014. Su puesto será ocupado por **Christopher Bailey**, director creativo de la firma desde 2006, que compaginará su cargo actual con el de consejero delegado.