

Empresa

Jimmy Choo se fortalece en Centroamérica con un 'flagship' en Panamá

Jimmy Choo se refuerza en Latinoamérica. La compañía británica de calzado de lujo, propiedad del hólding estadounidense Capri, ha puesto en marcha una nueva tienda en el mercado panameño, donde ya había operado anteriormente.

Modaes
12 jul 2019 - 00:00



Jimmy Choo se refuerza en Latinoamérica. La compañía británica de calzado de lujo, propiedad del hólding estadounidense Capri, ha puesto en marcha una nueva tienda en el mercado panameño, donde ella había operado anteriormente.

Modaes

El nuevo *flagship store* de Jimmy Choo se encuentra en el centro comercial Multiplaza, en Ciudad de Panamá. Hace unos años la empresa contó con una tienda en este mismo *mall*, donde operaba de la mano de Grupo Wisa, con quien canceló su acuerdo hace unos años. Ahora, la empresa británica ha abierto con la misma imagen que tiene en sus buques insignia de Londres o Nueva York.

Jimmy Choo duplicó sus ventas en 2018, hasta 590 millones de dólares

La compañía de calzado también tiene presencia en Sudamérica, con establecimientos en Brasil y Chile, además de operar en México con tiendas monomarca y puntos de venta en El Palacio de Hierro.

Jimmy Choo pasó a manos de Michael Kors en 2017, cuando la estadounidense desembolsó 1.350 millones de dólares por la empresa británica. El año pasado, el grupo volvió a sacar la chequera para comprar Versace y unos meses después consolidó su hóliding bajo el nombre de Capri.

El conglomerado cerró el ejercicio 2018 con una cifra de negocio de 5.238 millones de dólares, un 11% más que en el año anterior. Sin embargo, el beneficio de Capri se contrajo un 8%, hasta 542 millones de dólares. De las tres marcas, Jimmy Choo ha sido la de mayor crecimiento del grupo, con unas ventas de 590 millones de dólares en 2018, el doble que el ejercicio anterior.