

# Modaes

Empresa

## La británica Mulberry dispara su beneficio un 86% en 2016

La compañía británica de moda ganó 4,9 millones de libras (5,5 millones de euros) durante el ejercicio pasado y registró una facturación de 168,1 millones de libras (190,5 millones de euros).

Modaes  
14 jun 2017 - 12:17

La británica Mulberry dispara su beneficio un 86% en 2016

**Mulberry** dispara sus ganancias en 2016. La compañía británica de moda obtuvo un beneficio neto de 4,9 millones de libras (5,5 millones de euros) durante el pasado ejercicio (cerrado el pasado 31 de marzo), un 86% más que en el mismo periodo del año anterior.

Las ventas del grupo se incrementaron un 8%, hasta 168,1 millones de libras (190,5 millones de euros), gracias principalmente al fuerte crecimiento registrado en su mercado doméstico. Reino Unido obtuvo una facturación de 106,8 millones de libras (121 millones de euros), un 9,7% más que el año anterior.

Sin embargo, las ventas internacionales de **Mulberry** se estancaron durante el ejercicio, con un ascenso del 0,9%, hasta 21,5 millones de libras (24,4 millones de euros). Por canales de distribución, el retail elevó su cifra de negocio un 8,1%, hasta 128,3 millones de libras (145,4 millones de euros), mientras el multimarca creció un 7%, hasta 39,8 millones de libras (45,1 millones de euros).

**Las ventas internacionales de Mulberry se estancaron durante el ejercicio pasado, con un ascenso del 0,9%, hasta 21,5 millones de libras (24,4 millones de euros)**

---

# Modaes

---

A cierre del pasado ejercicio, **Mulberry** operaba con 67 tiendas propias, el mismo número que un año atrás. La compañía produce el 50% de sus bolsos en dos fábricas en Somerset (Reino Unido). El objetivo de la empresa en el largo plazo es conversar dicha cuota de producción en su mercado doméstico.

El pasado marzo, **Mulberry** se alió con **Christina Ong**, que controla el 56% del capital de la empresa a través de la sociedad **Chalice**, y creó una *joint venture* para emprender su expansión en el continente asiático a través de una red de tiendas.

En los últimos años, **Mulberry** ha atravesado un proceso de reestructuración interna, que empezó en 2013 con la salida de la empresa de la directora creativa **Emma Hill**. En noviembre de ese año, la compañía incorporó a un nuevo director creativo, **Johnny Coca**, después de dos años sin nadie al frente de su dirección artística.

En marzo de 2015, la compañía fichó a **Thierry Andretta**, un veterano de la industria del lujo, como nuevo consejero delegado, después de su paso por la marca de joyería **Buccellati** o la francesa **Céline**. Antes de la incorporación de Andretta, **Mulberry** estuvo un año con el cargo vacío, tras la salida del anterior directivo en el puesto, **Bruno Guillon**.