

Modaes

Empresa

Menbur da sus primeros pasos en Panamá: el grupo español abre la primera tienda en el país en Alta Plaza Mall

María Bertero
24 feb 2016 - 00:00



Menbur desembarca en Panamá. La compañía española, especializada en calzado, apuesta por el mercado latinoamericano y suma un nuevo país al listado de países donde tiene presencia. Tras abrir un primer establecimiento en México, la empresa se prepara ahora para subir la persiana en el centro comercial **Alta Plaza Mall** de Ciudad de Panamá, según han confirmado fuentes del grupo a Modaes.es.

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/menbur-da-sus-primeros-pasos-en-panama-el-grupo-espanol-abre-la-primera-tienda-en-el-pais-en-alta-plaza-mall>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

La entrada en este mercado se enmarca en los planes de la expansión de la compañía, que apunta a Latinoamérica como uno de sus principales focos de crecimiento. La llegada de **Menbur** al continente americano cogió impulso en 2012 con la apertura de una filial en Miami y la alianza con gigantes de los grandes almacenes **Nordstrum**, **Macy's** y **Lord and Taylor**.

Tras el aterrizaje en Panamá, la compañía espera poder entrar en nuevos mercados como Colombia y Costa Rica, y crecer en México. En el mercado azteca, **Menbur** abrió las puertas de su primer establecimiento el pasado julio en el centro comercial **Santa Fe**.

En **Alta Plaza Mall**, **Menbur** compartirá espacio con otras marcas internacionales tales como **Calvin Klein**, **Pandora**, **Tommy Hilfiger**, **Forever 21**, **Mango** y las pertenecientes al grupo **Inditex**: **Zara**, **Bershka**, **Stradivarius** y **Oysho**.

El grupo espera crecer en México y expandirse en Panamá, Costa Rica y Colombia

Fuera de Latinoamérica, la compañía originaria de Granada (España), cuenta con una fuerte presencia en Oriente Medio, en países como Qatar, Kuwait, Emiratos Árabes, Jordania e Irán, a través de socios locales. A nivel internacional, **Menbur** roza las treinta tiendas y está presente en más de 2.000 puntos de venta a través de canales multimarca.

En el mercado asiático, la compañía busca expandirse en el sudoeste en regiones como Singapur, Malasia, Tailandia e Indonesia. A nivel nacional, **Menbur** cuenta con más de veinte tiendas propias situadas en ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia, entre otras. El objetivo del grupo pasa por alcanzar una red de sesenta establecimientos en una veintena de países hasta 2016.

En los últimos años, **Menbur**, se ha desmarcado del resto de empresas del sector ofreciendo calzado para ocasiones especiales y ha hecho hincapié en su línea de calzado para novias. La compañía cuenta con más de 130 pares especiales para novias y lucha por convertirse en un referente del calzado nupcial europeo. El precio medio de un par de zapatos de **Menbur** es de entre 70 euros (77 dólares) y 200 euros (220 dólares).

En 2014, la compañía, que obtiene el 80% de sus ventas del extranjero, alcanzó unas

Modaes

ventas de 10,4 millones de euros (11,2 millones de dólares), según los últimos datos disponibles. Esta cifra supuso un retroceso del 8,7% respecto al año anterior. Junto con su segunda marca, **Paco Mena**, elevaron su producción un 9% durante 2015 hasta los 360.000 pares de zapatos.