

Empresa

## Michael Kors seduce a Latinoamérica con más de quince tiendas y una nueva ofensiva en México

Modaes  
30 abr 2015 - 00:00

**Michael Kors** quiere mantener su posicionamiento como marca de lujo aspiracional. La empresa ha trazado un nuevo plan de desarrollo en México, que hoy por hoy es su principal mercado de Latinoamérica. La firma estadounidense acaba de comenzar un proceso de remodelación de todos sus puntos de venta en el país, al tiempo que prepara una nueva apertura en Ciudad de México.

Fundada en 1981, Michael Kors tiene presencia actualmente en cinco mercados de Latinoamérica: Brasil, Costa Rica, México, Panamá y Venezuela. Mientras en Brasil opera a través de siete tiendas (una de ellas en formato outlet), en México lo hace con seis y en el resto de países posee un único punto de venta.

En México, la empresa ultima la apertura del que será su sexto establecimiento en el país, ubicado en el centro comercial Santa Fe. Esta tienda se sumará a la puesta en marcha el pasado febrero en Guadalajara, en la lujosa plaza Andares.

Además de con tiendas independientes, **Michael Kors** opera en México con espacios en El Palacio de Hierro. Ahora, la compañía ha comenzado la reforma de estos espacios.

El grupo estadounidense finalizó el ejercicio 2014 (cerrado en marzo de dicho año) con una red de 279 establecimientos y 126 outlets en todo el mundo. Esta cifra contrasta con las 201 tiendas y los 103 outlets que poseía doce meses antes.

---

# Modaes

---

A la espera de que el grupo dé a conocer los resultados del ejercicio cerrado en marzo de 2015, **Michael Kors** concluyó 2013 con un incremento del 66% en su resultado neto, hasta 661 millones de dólares.

**Michael Kors** cerró 2013 con un crecimiento del 51% en su cifra de negocio, hasta 3.170 millones de dólares, frente a los 2.094 millones de dólares obtenidos un año antes. Europa fue el año pasado el motor de las ventas de la empresa.