
Modaes

Back Stage

El Mapa de la Moda 2014 (II): Los gigantes de la gran distribución mundial de moda

P. Riaño/ C. Pareja
16 may 2014 - 04:55

*Segunda entrega de la edición de 2014 de la serie **El Mapa de la Moda**, un especial que **Modaes.es** elabora anualmente con el objetivo de convertirse en una guía para conocer cuáles son los principales actores del negocio de la moda en todo el mundo. Segmentado por sectores, **El Mapa de la Moda** es un documento de consulta para los empresarios, directivos y profesionales del negocio de la moda y de sus sectores auxiliares.*

*Patrocinado por la compañía logística **Grupo Sevica**, **El Mapa de la Moda** estrenó su edición de 2014 con una radiografía de las principales empresas del negocio de la moda en España por volumen de negocio. A lo largo de las próximas semanas, todos los viernes **Modaes.es** abordará un nuevo segmento: gran distribución en España, lujo, grandes almacenes, moda urbana, moda deportiva, calzado, moda infantil, industria auxiliar y cosmética y perfumería.*

*Cada capítulo figurará en **Modaes.es** como un artículo de análisis, para más tarde pasar a formar parte de un documento conjunto de consulta disponible en la tienda online de **Modaes.es**.*

Los gigantes internacionales de la gran distribución de moda se aferran al *top ten* del mundo, teniendo en cuenta tanto su facturación como su penetración internacional y la fortaleza de sus marcas. **Inditex** lidera, un año más, el ránking internacional, en el que le siguen, de nuevo, la sueca **H&M** y la estadounidense **Gap**.

El grupo asiático **Fast Retailing** amenaza con colarse en el podio del sector en los próximos ejercicios si mantiene el ritmo de crecimiento actual y si el número tres, **Gap**, no consigue acelerar su internacionalización.

Pese a haber decidido no facilitar la evolución de sus ventas desde 2011, **C&A** se mantiene en la clasificación con sus cerca de 7.000 millones de euros solamente en Europa, excluyendo el negocio en China, Brasil y México.

C&A es, junto a **Bestseller**, la única empresa de la clasificación que no cotiza en bolsa. El grupo danés **Bestseller** se incorporó el año pasado a la lista de las diez principales

Modaes

compañías del sector y, en 2014, avanza una posición adelantando a **Esprit**, que continúa reduciendo sus ventas.

Modaes



LOS GIGANTES DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN MUNDIAL

INDITEX

CADENAS Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Oysho, Zara Home
FACTURACIÓN 2013 16.724 M€
TIENDAS 6.300
SEDE España
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

H&M

CADENAS H&M, Cos, Monki, Weekday, &Other Stories
FACTURACIÓN 2013 14.613 M€
TIENDAS 3.132
SEDE Suecia
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

GAP

CADENAS Gap, Old Navy, Banana Republic, Piperlime, Athleta, Intermix
FACTURACIÓN 2013 11.920 M€
TIENDAS Más de 3.500
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

VF CORPORATION

CADENAS 7 for all mankind, Lee, Majestic, Wrangler, The North Face, Reef, Kipling, Timberland, Vans...
FACTURACIÓN 2013 8.358 M€
TIENDAS 1.100
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

LIMITED BRANDS

CADENAS Victoria's Secret, Bath&Body Works, Henri Bendel, La Senza
FACTURACIÓN 2013 7.850 M€
TIENDAS 3.448
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

C&A

CADENAS C&A
FACTURACIÓN 2011 6.800 M€
TIENDAS (C&A Europe)
SEDE Holanda
OTROS DATOS Propiedad

PVH

CADENAS Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Van Heusen, Izod, Arrow, Speedo, Olga y Warner's.
FACTURACIÓN 2013 5.922 M€
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

BESTSELLER

CADENAS Jack & Jones, Vero Moda, Name it, Vila Clothes, Pieces...
FACTURACIÓN 2013 2.600 M€
TIENDAS Más de 3.000
SEDE Dinamarca
OTROS DATOS Compañía familiar

ESPRIT

CADENAS Esprit
FACTURACIÓN 2013 2.529 M€
TIENDAS 963 (sólo tiendas propias)
SEDE Alemania y Hong Kong
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

Modaes

1. INDITEX

El grupo gallego **Inditex** se mantiene en la primera plaza de la gran distribución mundial de moda. **Inditex** se quedó en el ejercicio 2013 por detrás de sus rivales a nivel global, **H&M** y **Gap**, en evolución de su beneficio, así como en crecimiento de sus ventas. Pero la compañía española sí batió a sus competidores en 2013 en la evolución de las ventas por superficie comparable. Las ventas *like for like* de **Inditex**, que en 2012 habían aumentado un 6%, subieron en el ejercicio 2013 la mitad, un 3%. La empresa se desmarca de sus rivales y descarta, de momento, el lanzamiento de nuevas enseñas, así como las adquisiciones.

2. H&M

Crecimiento internacional, diversificación con nuevos conceptos y ampliación de los existentes y llamativas campañas de imagen. Estos son tres de los ejes de la estrategia que está implementando el gigante sueco **H&M**, que revalida su posición como número dos mundial de la gran distribución de moda. La compañía está centrada actualmente en la conquista geográfica, con grandes planes de desarrollo en países como China. En paralelo, la empresa potencia sus segundas cadenas (**Cos**, **&Other Stories**, **Cheap Monday** o **Weekday**), al tiempo que engorda la oferta de H&M potenciando categorías como como deporte, hogar o moda masculina. El grupo sigue adelante con su apuesta por las colaboraciones con diseñadores de renombre (la última anunciada ha sido la colección que lanzará con **Alexander Wang**) y por costosas campañas de publicidad.

3. GAP

La estadounidense **Gap** lo sigue apostando todo a los mercados internacionales. Desde que pusiera en marcha un plan estratégico para reducir su dependencia de Estados Unidos con el crecimiento internacional y el ecommerce como principales herramientas, la empresa se ha convertido en el gigante que ha entrado en un mayor número de países. La empresa se centra en mercados como China, donde se ha marcado el objetivo de triplicar su negocio en dos años. En paralelo, el grupo está apostando por potenciar sus segundas marcas (entre las que figuran **Old Navy**, **Athleta** o **Piperlime**), mientras ha intentado recuperar la posición entre los consumidores con campañas que apelan a sus orígenes y su historia.

4. FAST RETAILING

Fast Retailing se ha convertido en la empresa que pisa los talones al *top* tres de la gran

Modaes

distribución de moda. Prácticamente desconocida hasta hace diez años, **Fast Retailing** ha irrumpido con fuerza en el sector gracias a su cadena principal, **Uniqlo**. La compañía se ha marcado el objetivo de adelantar a Inditex, **H&M** y **Gap** en el año 2020, utilizando tanto el crecimiento geográfico como las adquisiciones. En el último año, **Fast Retailing** se ha acercado a empresas del sector como la estadounidense **J. Crew** (si bien la operación terminó siendo descartado por el precio) o **Cath Kidston**. **Uniqlo** es la cadena principal del grupo, tanto por número de tiendas como por volumen de facturación. Sin embargo, la compañía ha construido, principalmente a partir de adquisiciones, una cartera diversificada de marcas con notoriedad internacional, principalmente en Europa y Estados Unidos.

5. VF CORPORATION

La compañía estadounidense, propietaria de enseñas como **The North Face**, **Wrangler**, **Lee** o **Timberland**, entre otras, ha continuado aumentando su volumen en el último año. El grupo, que en 2014 ha estrenado un nuevo centro logístico en China, se ha propuesto duplicar su cifra de negocio en el gigante asiático en los próximos cuatro años, hasta alcanzar unas ventas de 1.000 millones de dólares. Con sede en Greensboro, en Estados Unidos, **VF Corporation** cuenta con una red de distribución formada por 1.100 establecimientos.

6. L BRANDS

El grupo estadounidense L Brands continúa buscando su hueco en el mercado europeo. La compañía, propietaria de la enseñas **Victoria's Secret**, **Bath&Body Works**, **Henri Bendel** y **La Senza**, ha potenciado este año la primera fase de su plan de crecimiento fuera de Estados Unidos, un mercado del que quiere depender menos. Este año, el grupo tiene previsto potenciar a su enseña más rentable, **Victoria's Secret**, duplicando el número de puntos de venta que tiene en Reino Unido y triplicar su estructura de distribución en Oriente Medio. **L Brands**, nueva denominación del grupo **Limited Brands**, concluyó el ejercicio 2013 con una facturación de 7.850 millones de euros y una red de distribución formada por casi 3.500 establecimientos en todo el mundo.

7. C&A

Pese a que el grupo holandés C&A decidió hace dos años no volver a hacer pública la evolución de sus ventas, la empresa se mantiene, todavía, en el *top ten* de los mayores grupos del mundo. Solamente el negocio de la empresa en Europa ascendió en 2011 a 6.800 millones de euros y, teniendo en cuenta que la también opera en China, Brasil

Modaes

y México, la plaza de **C&A** está justificada. **C&A** cuenta con más de 1.500 tiendas en Europa, con una plantilla de más de 37.500 personas. Alemania representa el mayor mercado de la empresa, seguido por Holanda, Austria, Bélgica, España y Francia.

8. PVH

Vender sus marcas secundarias y centrarse en las que realmente son rentables. El grupo estadounidense **PVH**, que ha crecido exponencialmente durante los últimos años gracias a las adquisiciones, se encuentra inmerso en un plan de reorganización. El negocio principal del grupo procede de **Calvin Klein** y **Tommy Hilfiger**, aunque también opera con **Van Heusen**, **Arrow**, **Izod**, **Speedo** y **Olga**, susceptibles ahora de salir de la cartera del grupo. **PVH** ya llevó a cabo operaciones de desinversión en 2013, con la venta de su marca **GH Bass & Co** a **G-III Apparel Group**. El grupo, que cuenta con una participación en Karl Lagerfeld, registró una facturación en 2013 de 5.922 millones de euros.

9. BESTSELLER

Todos los canales. Todos los públicos. Y todos los países. Esta es la apuesta que está llevando a cabo el grupo danés **Bestseller** para mantenerse entre los líderes mundiales de la gran distribución. La empresa, que este año avanza un puesto en la clasificación por la compleja situación que está atravesando **Esprit**, ha lanzado en el último año marcas como **Only&Sons**, que se ha sumado a una cartera de una decena de marcas. **Bestseller** se ha marcado el objetivo de superar las 10.000 tiendas en 2014, que se sumarán a la presencia en el canal multimarca y en la Red. Entre los mercados que la empresa está atacando actualmente se encuentra Latinoamérica, gestionado desde la filial española de la compañía.

10. ESPRIT

Esprit sigue adelante con su reestructuración. La compañía, con sede central en Alemania y que cotiza en la bolsa de Hong Kong, se ha marcado el objetivo de regresar a los números negros en el ejercicio 2014, algo que va camino de conseguir teniendo en cuenta que en el primer semestre ha abandonado las pérdidas. El español **José Manuel Martínez Gutiérrez**, consejero delegado de la empresa, está llevado a cabo una profunda reestructuración que ha supuesto el cierre de tiendas, la salida de mercados como el canadiense o el indio y la reorganización de la cúpula directiva de la compañía con fichajes como los de **Rafael Pastor**, **Juan Antonio Chaparro**, **Elena Lazcanotegui** y **José Antonio Ramos**, todos procedentes de la cantera de Inditex. La empresa se centra en el cierre de aquellos establecimientos que no sean rentables y prepara, por ejemplo, el cierre de alrededor de cincuenta tiendas en

Modaes

| Europa.