
Modaes

Back Stage

El Mapa de la Moda (II): Los líderes mundiales de la gran distribución de moda

P. Riaño/ S. García
22 may 2013 - 04:47

*Segunda entrega de la edición de 2013 de la serie **El Mapa de la Moda**, que Modaes.es comenzó el año pasado con el objetivo de convertirse en una guía para comprender cuáles son los principales actores del negocio de la moda alrededor del 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 **Infor** (proveedor líder en software empresarial y servicios), el segundo número de El Mapa de la Moda 2013 representa una radiografía sobre los diez mayores grupos de distribución de moda del mundo.*

Todos los miércoles, Modaes.es abordará un nuevo segmento: gran distribución mundial, lujo, grandes almacenes, moda urbana, moda deportiva, calzado, moda infantil, industria auxiliar y cosmética y perfumería. Por el momento, Modaes.es ha abordado los mayores grupos de moda de España.

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.

La compañía española **Inditex** lidera el ránking mundial de las mayores empresas de distribución de moda del mundo. A mediados de 2008, Inditex arrebató a la estadounidense **Gap** el liderazgo del sector a nivel mundial y desde entonces no lo ha perdido. De hecho, **Gap** ha retrocedido un puesto más y ha perdido incluso la plata, que ahora está en manos del grupo sueco **H&M**.

Las tres primeras posiciones se mantienen estables desde hace años, pero las agresivas estrategias de crecimiento de la japonesa **Fast Retailing** (propietaria de **Uniqlo**) y de la estadounidense **PVH** (dueña de **Calvin Klein** y **Tommy Hilfiger**) amenazan con alterarlo durante los próximos años.

Modaes

C&A, Esprit, Limited Brands (cabecera de **Victoria's Secret**) y **VF Corporation** (que opera con marcas como **Wrangler** o **Lee**) son otras de las diez mayores compañías del mundo de distribución de moda, una clasificación que cierra la danesa **Bestseller**, propietaria, entre otras, de la cadena Jack & Jones.

Modaes



INDITEX
CADENAS *Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Oysho, Zara Home*
FACTURACIÓN 2012 15.946 M €
TIENDAS 6.009
SEDE España
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

H&M
CADENAS *H&M, Cos, Monki, Weekday, &Other Stories...*
FACTURACIÓN 2012 14.004 M €
TIENDAS 2.881
SEDE Suecia
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

GAP
CADENAS *Gap, Old Navy, Banana Republic*
FACTURACIÓN 2012 11.928 M €
TIENDAS 3.407
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 2012 8.215 M €
TIENDAS 1.100
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

C&A
CADENAS *C&A*
FACTURACIÓN 2011 6.800 M €
TIENDAS Más de 1.500
SEDE Holanda
OTROS DATOS Propiedad de Cofra Holding

PVH
CADENAS *Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Van Heusen, Izod, Arrow, Bass...*
FACTURACIÓN 2012 4.714 M €
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

LIMITED BRANDS
CADENAS *Victoria's Secret, Bath&Body Work, Henri Bendel, La Senza*
FACTURACIÓN 2012 2.946 M €
TIENDAS 2.876
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

BESTSELLER
CADENAS *Jack & Jones, Name It, Mamalicious, Object Collector's Item, Only, Outfitters Nation, Pieces, Vero Moda y Vila Clothes*
FACTURACIÓN 2012 2.446 M €
TIENDAS 2.979
SEDE Dinamarca
OTROS DATOS Compañía familiar

FAST RETAILING
CADENAS *Uniqlo, Comptoir des Colonniers, J Brand...*
FACTURACIÓN 2012 9.215 M €
TIENDAS 2.222
SEDE Japón
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

ESPRIT
CADENAS *Esprit*
FACTURACIÓN 2012 3.008 M €
TIENDAS Más de 1.000
SEDE Alemania/ Hong Kong
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

Facturación en euros teniendo en cuenta el tipo de cambio con la moneda local en la fecha de presentación de los resultados

Modaes

1. INDITEX

No compras, no nuevos mercados y no nuevos conceptos comerciales. La estrategia de **Inditex** en 2013 está marcada por la consolidación de su posición como número uno del mundo de la distribución de moda. Al menos así lo aseguró su presidente, **Pablo Isla**, en la última presentación de resultados anuales. **Inditex** cerró el ejercicio con una red de 6.009 tiendas en todo el mundo, con un balance de 482 aperturas netas a lo largo del año y la entrada en cinco nuevos mercados (Armenia, Bosnia-Herzegovina, Ecuador, Georgia y Macedonia), hasta 86 países. De cara al ejercicio 2013, Inditex prevé abrir entre 440 y 480 tiendas. La empresa mantiene estables sus formatos comerciales con sus ocho cadenas, la más joven de las cuales es **Uterqüe**, que inició su andadura en 2008. La empresa descarta de momento las compras, a pesar de contar con una caja de más de 4.000 millones de euros.

2. H&M

El grupo sueco **H&M** ha acelerado en el último año su diversificación y su expansión geográfica. La empresa ha comenzado el desarrollo de una nueva cadena, que, bajo el nombre **&Other Stories**, está especializada en complementos de moda femenina de un posicionamiento más elevado que su enseña principal, H&M. En paralelo, el grupo ha puesto en marcha un plan de crecimiento en Europa de Monki y Cheap Monday, dos de sus otras enseñas, mientras prepara el lanzamiento de un concepto dedicado a la moda deportiva. La empresa está acelerando también su desarrollo geográfico, con la entrada en países con tanto potencial como India. El grupo H&M cuenta ya con más de 2.800 establecimientos en el mundo y supera los 14.000 millones de euros de facturación. En el ejercicio 2012, la compañía inauguró 304 tiendas nuevas, frente a los 275 puntos de venta planeados inicialmente, y cerró 35. Para el año fiscal actual, **H&M** tiene previsto abrir 325 nuevas tiendas, incluyendo sus primeras tiendas en Chile, Estonia, Lituania, Serbia e Indonesia.

3. GAP

El grupo estadounidense **Gap** sigue tratando, sin éxito de momento, de recuperar la supremacía en el negocio de la distribución de moda que ha perdido por el desarrollo de **Inditex** y **H&M**. A mediados de abril, la compañía dio a conocer una nueva hoja de ruta, basada en los mismos ejes en que se central Inditex: expansión global, multiconcepto y multicanal. Además de crecer con **Gap**, **Old Navy** y **Banana Republic** en mercados como China, Brasil o India, el grupo quiere desarrollar **Athleta** y **Piperlime** en Estados Unidos, y apuesta incluso por las adquisiciones de compañías como **Intermix**. El grupo estadounidense elevó un 36,3% su beneficio neto durante el último ejercicio, concluido el pasado 2 de febrero, con un resultado de 1.135 millones

Modaes

de dólares (865 millones de euros). La compañía logró, además, crecer en todos los mercados, excepto Europa, con un alza global en la facturación del 7,6%, hasta 15.651 millones de dólares (11.928 millones de euros).

4. FAST RETAILING

El pasado año fue decisivo para **Fast Retailing**. El grupo japonés, propietario de enseñas como **Uniqlo**, elevó su beneficio un 32% y se hizo con el control de la estadounidense **J Brand**, incrementando así su presencia internacional y aumentando su tamaño como grupo de distribución global. A eso se suman los rumores de una posible toma de control del grupo estadounidense **Gap** y las declaraciones del máximo responsable del grupo, Tadashi Yanai, que afirmó abiertamente su intención de crecer con compras. Además de las adquisiciones, **Fast Retailing** está llevando a cabo un importante desarrollo geográfico fuera de su mercado interior con aperturas Asia, América y Europa, así como en nuevos países como Australia, en el que tiene previsto entrar en 2014. El objetivo del grupo es convertirse en el número uno del sector en 2020.

5. VF CORPORATION

En su último ejercicio, **VF** elevó su previsión anual y finalizó con un beneficio superior a los 1.000 millones de dólares (821,51 millones de euros). La compañía, propietaria de enseñas como **Vans**, **Reef** o **The North Face**, ha visto como su cifra de negocio se veía notablemente beneficiada por compras como la de **Timberland**. Por ello, las adquisiciones están entre sus prioridades y ya ha hecho movimientos, como el de pujar por **Billabong**, aunque finalmente no haya cerrado la operación. Ahora, **VF** puja por la estadounidense **Juicy Couture** con el objetivo de repetir el éxito alcanzado con **Timberland** para posicionarse entre los líderes del sector y escalar posiciones en detrimento de otros grandes actores como Gap, que no están en su mejor momento.

6. C&A

A la espera de presentar los resultados correspondientes al ejercicio 2012, **C&A** continúa siendo una de las mayores compañías del mundo de gran distribución de moda. La empresa está centrada en el desarrollo de su cadena principal, **C&A**, en mercados como Brasil, México o China, mientras mantiene su presencia en el mercado europeo. En España, por ejemplo, ultima la apertura de una *macrotienda* en Madrid. Para dar respuesta a su crecimiento, la empresa planea la ampliación de su sede central, ubicada en Dusseldorf y que incluye sus áreas de diseño, tecnología y logística. La empresa cuenta con una red de distribución de más de 1.500 establecimientos en veinte países del mundo.

Modaes

7. PVH

El grupo estadounidense **PVH** avisó en 2010 de su ambición y parece que está cumpliendo su amenaza. La empresa avanza a pasos agigantados hacia los primeros puestos de la industria mundial de la moda. **PVH** se hizo con **Calvin Klein** en 2003 por 435 millones de dólares y devolvió la deuda dos años y medio después; en 2010, el grupo pagó 3.000 millones de dólares por **Tommy Hilfiger**. La empresa sigue adelante con las adquisiciones y en 2012 anunció la compra de **Warnaco**, propietario de las licencias de **Calvin Klein Jeans** y **Calvin Klein Underwear** en todo el mundo. Con la integración de **Warnaco** en los resultados de 2013, **PVH** alcanzará un volumen de negocio de más de 8.000 millones de dólares y todo parece indicar que, una vez digerida la compra, buscará nuevas operaciones corporativas para seguir engordando.

8. ESPRIT

Esprit no pasa por su mejor momento. La compañía, que cotiza en la bolsa de Hong Kong, se encuentra en pleno plan de reestructuración para salir de la mala situación financiera que atraviesa. La empresa ha renovado su cúpula directiva, con el fichaje de varios ex directivos de **Inditex**, como **Juan Chaparro**, **Elena Lazcanotegui** y **José Antonio Ramos**, así como con el nombramiento de un nuevo consejero delegado, el también ex directivo del grupo gallego **José Manuel Martínez Gutiérrez**. Dentro de ese plan también se incluye en lanzamiento de una nueva cadena a partir de su segunda línea **Edc**. **Esprit** prevé convertirla en independiente y posicionarla en el sector del denim unisex a nivel internacional. El objetivo de **Esprit** es recuperarse y salir de unas pérdidas que, en el segundo semestre de 2013, se situaron en 465 millones de dólares de Hong Kong (45,85 millones de euros). Para ello, en noviembre de 2012 la compañía realizó una emisión de títulos que le permitió captar 667 millones de dólares (516 millones de euros), en la que vendió 641,1 millones de acciones.

9. LIMITED BRANDS

El grupo estadounidense **Limited Brands** ha decidido salir de su mercado interior. La compañía, integrada por cadenas como **Henri Bendel**, **La Senza** o **Victoria's Secret**, ha desembarcado en Europa con sus primeros puntos de venta en Reino Unido y planea incrementar su presencia en el continente para depender menos de Estados Unidos. Coincidiendo con los Juegos Olímpicos de Londres, el rebautizado como **L Brands** inauguró su primera tienda en la ciudad, con lo que consiguió una gran repercusión y elevó su imagen de marca en el continente. Con **Victoria's Secret** a la cabeza, la compañía ha intentado crecer pujando por enseñas como **True Religion**, aunque finalmente no consiguió comprarla. Ahora, y tras cerrar su último ejercicio con unas ventas de 10.400 millones de dólares (8.121 millones de euros), el grupo debe

Modaes

plantear una estrategia de futuro para continuar creciendo.

10. BESTSELLER

Aunque en su último ejercicio decepcionara a los analistas con un crecimiento del 5% y la reducción del 48% en su beneficio, el grupo danés **Bestseller** se encuentra en pleno proceso de crecimiento y de implantación internacional. La compañía, que en los últimos doce meses ha lanzado multitud de nuevas enseñanzas, sigue los pasos del resto de gigantes del sector y puja por hacerse con otros operadores de menor tamaño. Aunque todavía no ha realizado ninguna gran compra, **Bestseller**, propietario de marcas como **Jack & Jones**, **Vero Moda** y **Only**, apuesta por crecer a través de estas dos vías y, con ello, incrementar su visibilidad internacional. En este sentido, **Anders Holch Povlsen**, actual propietario de la compañía e hijo de los fundadores, ha entrado en la lista de multimillonarios de Forbes. Bestseller cuenta con una amplia presencia en China, si bien la actividad en el país no se consolida en los resultados globales del grupo.