
Modaes

Empresa

2015, el año en que Desigual perdió sus colores

Custodio Pareja
29 dic 2015 - 05:00



Para **Desigual**, 2015 pasará a la historia como uno de los años más complicados para grupo. Por un lado, por haber ralentizado su crecimiento justo después de haber dado entrada en su capital al fondo galo **Eurazeo**, que en 2014 se hizo con el 10% de su capital. Por otro, por haber tenido que llevar a cabo una revisión de su estrategia de negocio, que ha llevado consigo grandes cambios en de su cúpula directiva, una reordenación de su red de tiendas y un una reorientación en su producto.

Desigual recibió 2015 como un jarro de agua fría. La compañía catalana comenzó el ejercicio aceptando que no había conseguido el objetivo que se había marcado para 2014, que era alcanzar los mil millones de euros de facturación.

Según detalló **Eurazeo** en su presentación de resultados anuales, el crecimiento “más modesto” en la segunda mitad del ejercicio se debió entre otros factores, a la caída del consumo en Europa.

Uno de los movimientos más drásticos que llevó a cabo la empresa en 2015 fue despedir a Manel Jadraque, consejero delegado de la compañía

Desigual sedujo al fondo galo con un aumento exponencial de su cifra en negocio en los últimos años. La compañía, fundada por el empresario **Thomas Meyer**, registró su mayor crecimiento en 2010, cuando elevó sus ventas un 46,7%, hasta 440 millones de euros. En los siguientes años, Desigual mantuvo el ritmo: en 2011, la cadena de moda masculina y femenina elevó sus ventas un 28,6%, hasta 566 millones de euros, para, en 2012, registrar una cifra de negocio de 705 millones de euros, un 24,6% más. En 2013, la compañía comenzó a ralentizar su ritmo de crecimiento, con unas ventas de 828 millones de euros, un 17,4% más.

Tras unos resultados que se quedaron a las puertas de sus objetivos en 2014, la compañía no mostró signos de recuperación a lo largo de 2015. Desigual finalizó el primer trimestre del ejercicio con un crecimiento de sólo el 6,5%, comparado con el alza del 16,2% de los tres primeros meses de 2014. Los datos correspondientes al primer semestre del año no hicieron que mejoraran los ánimos de **Desigual**: la compañía redujo su beneficio bruto de explotación (ebitda) un 26% en el primer semestre del año, hasta 92,1 millones de euros. La cifra de negocio de la compañía también se resintió en la primera mitad del año. Desigual registró una evolución plana en el primer semestre, con una facturación de 451,9 millones de euros, frente a los 452,9 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

El último trimestre del que hay datos disponibles deja clara cuál ha sido la tendencia de 2015, al volver a reducir su cifra de negocio, en este caso un 2,2%, hasta 724,7 millones de euros. Entre las razones que **Desigual** aportó para explicar la disminución de las ventas se encontraban la desaceleración del ritmo de aperturas, así como la revisión de su parque de tiendas, que en la actualidad consta de más de 520 establecimientos propios.

Desigual descabeza su cúpula

La mala evolución de la compañía hizo que el grupo tomara cartas en el asunto. Uno de los movimientos más drásticos que llevó a cabo la empresa fue despedir a **Manel Jadraque**

Modaes

, consejero delegado de la compañía. Junto a él, abandonaron también la cúpula de la empresa **Carlos Maíz**, director de calzado de **Desigual**, y **José Armillas**, máximo responsable de la categoría mujer de la cadena catalana.

A Jadraque, que también dimitió del consejo de **Desigual** para desvincularse por completo de la compañía, le siguieron más directivos, que abandonaron la empresa en los meses siguientes.

La compañía comenzó el año aceptando que no había conseguido el objetivo que se había marcado para 2014: alcanzar mil millones de ventas

Joan Rouras, máximo responsable de la expansión de **Desigual**, abandonó la empresa por voluntad propia a finales de agosto. El ejecutivo, que dejó la compañía para asumir la dirección general de la filial europea del fondo estadounidense **Crown Acquisition**, también formaba parte del comité de **Desigual**, formado por los directores de producto, canales, IT, expansión, recursos humanos, finanzas y márketing. El comité de dirección es el órgano de gestión diaria de **Desigual**, por debajo del consejo de administración.

El último en abandonar el grupo ha sido **Manel Jiménez**, director de operaciones de **Desigual** desde 2010. Jiménez dejó la compañía para fichar por el grupo madrileño **Cortefiel** y relevar a **Berta Escudero**, actual consejera delegada de la empresa, al frente de la dirección de operaciones de todas las cadenas del grupo.

La estructura de **Desigual**, a revisión

Desigual despide 2015 en un punto de inflexión. La empresa se prepara para poner en marcha un plan de choque tras recibir de **The Boston Consulting Group (BCG)** las conclusiones del nuevo plan estratégico encargado por el consejo de administración. Cierre de tiendas, revisión de la presencia geográfica y nuevos procesos son tres de los ejes del plan, que supondrá una reorganización de la plantilla de la compañía presidida por **Thomas Meyer**.

El área de producto será una de las primeras que se va a reorganizar en el seno de **Desigual**. La empresa quiere introducir cambios en sus procesos, de manera que sus diferentes equipos creativos (mujer, niño, deporte, accesorios o calzado) pasarán a trabajar de forma coordinada. **Desigual** suma más de un centenar de diseñadores en

Modaes

su plantilla.

Uno de los cambios más visibles de esta nueva estrategia en producto ha sido la externalización del negocio de perfumes. **Desigual** había apostado históricamente por gestionar internamente todas sus líneas de producto, pero el pasado noviembre cedió a **Perfumes y Diseño** la distribución de sus fragancias.

La presencia geográfica de la empresa es otra de las áreas en revisión. En los últimos meses, la compañía ya ha reorganizado su distribución en mercados como China o Rusia. En este último país, por ejemplo, **Desigual** ha decidido prescindir de su red de tiendas monomarca para centrarse únicamente en el canal multimarca, un movimiento que podría repetirse en otros países.

El grupo de distribución de moda ha comenzado a ejecutar un nuevo plan estratégico trazado por The Boston Consulting Group

La empresa ha iniciado ya una fase de estudio para determinar de qué territorios se trata. La compañía prevé cerrar establecimientos en los países en que no haya una rentabilidad clara “en un horizonte temporal a corto plazo”. La red de distribución también será sometida a análisis. Como ya había anunciado **Eurazeo** en las últimas presentaciones de resultados, **Desigual** tiene previsto reestructurar su red de tiendas. La empresa está trazando un plan de cierres en los próximos doce meses, focalizándose en todos aquellos puntos de venta que no sean rentables.

El grupo de distribución de moda, que mantendrá su apuesta por el canal multimarca, ha frenado en seco su expansión a lo largo del último ejercicio. **Desigual** finalizará 2015 con alrededor de veinte aperturas, frente a las 121 que realizó en 2014. Pero quizá el cambio que más ha llamado la atención ha sido la toma de poder de **Thomas Meyer**, que lidera los cambios en el rumbo estratégico de la empresa.

El ejecutivo liderará la implementación del plan estratégico trazado por **BCG**. El empresario ejerce las funciones de consejero delegado de la empresa desde la salida de **Manel Jadraque** a mediados de año. Pese a que se ha barajado la opción de un fichaje, la compañía no lo tiene previsto actualmente.