
Modaes

Empresa

2016, el año en que Cortefiel sacudió sus cimientos para volver a ser atractiva

Una vez descartada la venta o, incluso, la salida a bolsa, en el momento actual la empresa inicia ciclo con nuevo equipo directivo y enfoque comercial.

P. Riaño
21 dic 2016 - 04:47

Si en 2015 **Grupo Cortefiel** se puso guapa para salir al mercado en busca de un comprador, el tercer mayor grupo español de distribución de moda ha dedicado 2016 a sacudir sus cimientos. Tras la búsqueda frustrada de un relevo en el capital para **CVC**, **Pai** y **Permira** y de analizar, incluso, una salida a bolsa, **Grupo Cortefiel** ha plantado en los últimos meses la semilla que debe acelerar su crecimiento, con un nuevo consejero delegado y una nueva estrategia para su cadena principal.

Dos son los grandes cambios que ha realizado el grupo a lo largo de los últimos doce meses. El primero de ellos ha impactado de lleno en la cadena que da nombre al grupo, **Cortefiel**. En marzo, tras menos de un año en el cargo, el grupo prescindió de **Ramón Gago**, fichado en 2015, para dar un giro de 180 grados al concepto. Pero, según fuentes cercanas a la empresa, la apuesta de Gago, que pasaba por rejuvenecer la marca y acercarla más al *fast fashion*, no dio los resultados esperados y se abortó el movimiento.

El grupo optó por un ejecutivo de confianza para tomar las riendas de **Cortefiel**: **Jaume Miquel**. Con una trayectoria de una década en el grupo de distribución de moda, Miquel viene precedido por los buenos resultados de **Women'secret**, cadena que ha dirigido desde 2006.

Modaes

El segundo gran cambio de los últimos doce meses impactó en la cúpula del grupo y estuvo protagonizado, también, por **Jaume Miquel**. Tras ponerse al frente de **Cortefiel**, los fondos le dieron otra muestra más de confianza y lo nombraron consejero delegado, cargo en el que sustituyó a Berta Escudero, que había tomado el puesto en julio de 2015.

Así, Miquel será el encargado de hacer que **Grupo Cortefiel** vista sus mejores galas para encontrar, esta vez sí, una salida a los fondos. Pero no lo hará solo, pues su llegada ha supuesto una revolución en el equipo directivo corporativo y de las cadenas. De los siete hombres y mujeres que lideraban Grupo Cortefiel a finales del ejercicio 2015, ya sólo cuatro permanecen en la empresa. Jaume Miquel está creando un equipo de directivos de confianza que le acompañen en su etapa al frente de la compañía.

Del comité de dirección han salido, además de la propia Escudero, **Diego Charola**, director general de recursos humanos, y **Marcos Gómez**, director general financiero. Actualmente, el órgano está formado por **Jaume Miquel**, **Eva Romeo** (ascendida a directora de **Women'secret**), **Manuel Serrano** (director general financiero), **Luis González** (director general de **Springfield** y **Fifty Factory**) y **Antonis Kyprianou** (director general de franquicias). Quedan por cubrir la dirección de recursos humanos y la de **Cortefiel**.

Cambio de ritmo

Pese al golpe de timón del último ejercicio para tratar de corregir el giro dado en su cadena principal, las cuentas de Cortefiel comenzaron a mostrar signos positivos a cierre de 2015. El grupo español finalizó su ejercicio 2015 (cerrado el 29 de febrero de 2016) con una reducción de sus pérdidas hasta 6,23 millones de euros, frente a los 13,94 millones de euros del ejercicio anterior. El resultado bruto de explotación (ebitda) alcanzó 104,09 millones de euros, en comparación con los 97 millones de 2014.

Grupo Cortefiel alcanzó en 2015 una cifra de negocio consolidada de 1.085 millones de euros, en línea con los 1.000 millones del año anterior. Por marcas, mientras el crecimiento de **Women'secret** fue del 19,09%, **Springfield** registró un avance del 8,85%, pero Cortefiel retrocedió un 0,97%.

Para acelerar su crecimiento, el grupo ha puesto en marcha un agresivo plan de

Modaes

desarrollo internacional con el que pretende reducir su dependencia de España. La empresa ha pasado de estar presente en 38 países en 2009 a operar en más de ochenta en la actualidad.

Grupo Cortefiel contaba a cierre de 2015 con una red de distribución formada por 2.095 puntos de venta en todo el mundo de sus cadenas **Cortefiel**, **Springfield**, **Women'secret** y **Pedro del Hierro**. El grupo tenía 1.525 tiendas en Europa; 242 en América; 206 en África y Oriente Medio, y 122 en Asia. La empresa opera con tiendas propias en España, Portugal y el grueso de la Unión Europea, pero en el resto del mundo se desarrolla de la mano de socios locales.

Nueva estructura

Además de **Cortefiel** (una cadena que debe ser reposicionada para dar la vuelta a sus cuentas), la compañía tiene otro reto por delante: la deuda que acumulan sus tres accionistas contraída para su adquisición. En marzo de este año, **CVC**, **Pai** y **Permira** solicitaron a las entidades financieras el inicio de la refinanciación de una deuda de 1.172 millones de euros, tras desistir en la búsqueda de un comprador y en la salida a bolsa. El próximo vencimiento se sitúa 2017, con *dead line* en el ejercicio 2018.

Los fondos propietarios del grupo ya refinanciaron su deuda en 2007, 2009, 2012 y 2014. En junio de 2014, la Justicia británica dio luz verde a la refinanciación de la deuda de la empresa, que a principios de 2014 acudió a la corte de Londres para conseguir unas nuevas condiciones de pago.

La compañía culminó así la refinanciación de una deuda de 1.160 millones de euros tras lograr el apoyo del 98% de los acreedores.