
Modaes

Empresa

2016, el año en que Liverpool revolucionó el mapa de los grandes almacenes

El grupo mexicano ha lanzado una opa sobre Ripley, operación con la que superará en el ránking mundial de grandes almacenes a Hudson's Bay y Dillard's. Con la nueva adquisición, Liverpool crea un gigante de 7.000 millones de dólares con presencia en tres mercados.

María Bertero
27 dic 2016 - 04:55

Mientras algunos pierden y cierran tiendas, otros crean gigantes. En los últimos doce meses, los grandes almacenes han reorganizado su hoja de ruta para hacer frente a las dificultades del sector. Varios de los gigantes han reducido su estructura y echaron el cierre de varias de sus tiendas. Pero, sin duda, en 2016 la mexicana **Liverpool** ha revolucionado el sector al hacerse con la chilena **Ripley**. La adquisición había comenzado a tramitarse en 2015, y cuando parecía que la mexicana iba a dar marcha atrás, en julio **Liverpool** lanzó una oferta pública de adquisición (OPA) para hacerse finalmente con el 100% de las acciones del grupo chileno.

De concretarse esta operación (ambas partes han pactado ampliar el plazo para lanzar la OPA hasta el próximo abril), **Liverpool** no sólo comenzará a operar fuera de su mercado local, sino que creará un gigante de más de 7.000 millones de dólares de facturación, suficiente para adelantar a la canadiense **Hudson's Bay** y a la estadounidense **Dillard's** en los puestos número doce y trece del ránking mundial.

Sin embargo, 2016 no ha sido fácil para los grandes almacenes, especialmente para los grupos estadounidenses. Gigantes como **Sears**, **Kohl's** y la británica **Marks&Spencer** se han visto obligados a reestructurar sus negocios, debido a la baja rentabilidad de sus tiendas. En contraste, **El Corte Inglés** y la chilena **Falabella** han mantenido el ritmo en el último año: no cerraron tiendas y aumentaron su facturación a doble dígito.

A pesar del repliegue de varios grandes almacenes, **Macy's**, **Sears** y **Kohl's** han reforzado su liderazgo en el mapa mundial de los gigantes del sector. Las dos

primeras superan aún al resto de sus rivales. Al frente de la clasificación se encuentra **Macy's**, que concluyó el ejercicio de 2015 con una cifra de negocio de 27.079 millones de dólares (23.741 millones de euros). **Sears**, por su parte, alcanzó los 25.046 millones de dólares (22.046 millones de euros), mientras que **Kohl's** ocupa el tercer puesto con una cifra de negocio de 9.204 millones de dólares (16.836 millones de euros) en su ejercicio 2015.

El ejercicio 2016 ha estado marcado también por la reestructuración de grupos estadounidenses como Sears o Kohl's o la británica Marks&Spencer

Varias posiciones más abajo, se ubica **Liverpool**, que finalizó el último ejercicio con una facturación de 91.293 millones de pesos mexicanos (4.407 millones de euros). Por su parte, **Ripley** generó 1,5 billones de pesos chilenos (2.071 millones de euros) en ventas en el último ejercicio. Si bien **Falabella** es el primer gran almacén latinoamericano en aparecer en el listado, con la compra de **Ripley**, **Liverpool** escalará tres posiciones en el mapa de los grandes almacenes, mientras que **Falabella** ocupa el octavo puesto. La compañía mexicana pasará a facturar más de 7.000 millones de dólares (6.583 millones de euros), por delante de **Hudson's Bay** y **Dillard's**, que en 2015 generaron ingresos por 8.645 millones de dólares (8.130,3 millones de euros) y 6.596 millones de dólares (6.203,3 millones de euros), respectivamente.

Otro de los grandes movimientos que ha realizado **Liverpool** en el último año fue la compra de Suburbia. La compañía mexicana adquirió 119 tiendas de la cadena de moda del grupo de supermercados **Walmart**, engrosando así, no sólo su facturación, sino también doblando su número de establecimientos.

Expansión y repliegue en el extranjero

En 2016, los grandes almacenes también han reorganizado su hoja de ruta en el mercado internacional, tanto con cierres como con expansión en nuevos territorios. En México, **Sears** reforzó su presencia con una nueva tienda en el centro comercial Vía Vallejo de Ciudad de México. El grupo opera en el país de la mano de **Grupo Carso**.

Aunque fuera del ránking mundial, la británica **Harrods** también ha pisado fuerte en

Modaes

el último año. El grupo de grandes almacenes, que opera en su mercado local con una tienda en Londres y puntos de venta en aeropuertos de Reino Unido, dará el salto al extranjero cuando abra las puertas de su primer establecimiento en la ciudad italiana de Florencia.

En contraste, **Galeries Lafayette** se retiró del mercado internacional y cerró la única tienda con la que operaba en Marruecos. La compañía francesa se ha sumado también a la ola de reestructuración de sus establecimientos y cerró las puertas de varios puntos de venta en su mercado local.

Otro de los grandes almacenes que también se replegó en el extranjero fue **Saks Fifth Avenue**. La compañía estadounidense, propiedad del grupo canadiense **Hudson's Bay**, canceló sus operaciones en Dubái el pasado agosto. **Saks Fifth Avenue** operaba también en la ciudad árabe con un establecimiento especializado en moda masculina, que cerró sus puertas en 2010, a dos años de su apertura.

Los grandes almacenes se acercan a la tecnología

De la omnicalidad al Rfid, los grandes almacenes, al igual que todas las empresas del sector, se ven obligados a incorporar tecnología en todas sus líneas de negocio. El incremento del comercio electrónico y las pérdidas de las empresas que sólo operan offline han llevado a los grandes almacenes a apostar por la tecnología de una u otra manera. Volverse *techie* es casi una obligación para cualquier empresa del sector, y los grandes almacenes no quedan exentos a ello.

Uno de los pioneros fue **Macy's**. El gigante del sector inició su apuesta por la tecnología en 2010, cuando invirtió dos millones de euros para maximizar su impacto en la Red. El líder de los grandes almacenes, así como también **Nordstrom** y **Neiman Marcus**, ya ha instalado en sus tiendas espejos y probadores inteligentes. A su vez, en 2014 los últimos dos grupos estadounidenses se hicieron con dos plataformas específicas de ecommerce, **Mytheresa** y **Trunk Club**, para reforzar su cartera de clientes y su presencia en la Red.

En el último año, **El Corte Inglés**, también ha realizado una millonaria inversión para impulsar su estrategia digital. El grupo español invirtió 223 millones de euros para crear una nueva plataforma de ventas multicanal, así como también extendió su servicio Click&Express a toda España, con el que permite hacer entrega de sus pedidos online en menos de dos horas, retando así al gigante estadounidense **Amazon**.

El Corte Ingles ha invertido 223 millones de euros

Modaes

para impulsar su nueva estrategia digital apostando por la multicanalidad

Galeries Lafayette es otro grupo del sector que en 2016 se ha volcado en la tecnología. La compañía gala optó por hacerse con distintos grupos de ecommerce para ampliar su cartera de clientes. Desde tiendas online de segunda mano como **Instant Luxe** a lanzar una incubadora de *start ups*, el grupo francés apostó de lleno en 2016 por incrementar su presencia online. Si bien en Latinoamérica el comercio electrónico no tiene tanta penetración, los grandes almacenes de la región han realizado inversiones millonarias para comenzar a explorar el terreno online.

En diciembre, **Ripley** implementó una nueva plataforma de comercio electrónico para todo Latinoamérica. Con el lanzamiento de Mercado Ripley, la compañía chilena buscará impulsar que pequeños empresarios que no cuentan con infraestructura tecnológica puedan comercializar sus productos a través de canales digitales. De esta manera, **Ripley** espera integrar productos de moda, calzado, belleza y salud.