

Empresa

Alhokair remodela su estructura de marcas y ‘fusiona’ Blanco con la dubaití Inc

El grupo saudí crea una colección de su cadena Inc, que opera sólo en Oriente Medio, en el seno de Blanco, que se prepara para cambiar de manos.

Custodio Pareja
15 jul 2016 - 05:00

Alhokair remodela su estructura de marcas y ‘fusiona’ Blanco con la dubaití Inc

Alhokair sigue reorganizando su estructura y continúa buscando la tecla que haga de **Blanco** una cadena rentable. El último intento del grupo árabe ha sido buscar sinergias entre dos de sus marcas de moda y lanzar una colección de su firma de moda masculina y femenina **Inc**, con sede central en Dubái, de la mano de la cadena madrileña **Blanco**. Este movimiento se produce en el momento en que **Alhokair** negocia la venta de Blanco a un fondo de inversión con base en Dubái en el que participa el presidente del grupo árabe.

Esta colaboración se enmarca dentro de una nueva vía de negocio puesta en marcha por la cadena madrileña, bautizada como *Blanco Guests* (invitados en inglés), en la que la empresa madrileña colaborará con distintas marcas. Por el momento, la primera colaboración se ha realizado con una marca del mismo grupo, **Inc**, aunque en un futuro podrían llevarse a cabo colaboraciones especiales con otras enseñas que el conglomerado controla, como **Models Own**, especializada en maquillaje, o **FG4**, especializada en moda infantil.

Además, **Alhokair** también podría utilizar esta estrategia para testar a **Inc**, que cuenta con precios muy competitivos, en el mercado español. La cadena, que de momento

sólo opera en Oriente Medio con alrededor de cuarenta tiendas, ha lanzado una colección de la mano de **Blanco** compuesta sólo por prendas para mujer con cerca de treinta referencias y una horquilla de precios que van desde los 10 euros a los 26 euros.

Inc está liderada por **Jacques Rheeder**, consejero delegado de la cadena con una amplia experiencia en el sector. El grupo, que por oferta es similar a otras cadenas de distribución de moda como la estadounidense Gap, controla desde la fabricación de sus prendas, hasta la logística, pasando por la distribución en su red de tiendas.

Esta colaboración se enmarca dentro de una nueva vía de negocio puesta en marcha por la cadena

Alhokair no sólo ha decidido cambiar la estrategia de **Blanco** en cuanto a producto, sino también en cuanto a mercados donde desarrollarse. El grupo ha decidido comenzar a disminuir su presencia en Estados Unidos y ha pasado a contar sólo con un establecimiento por ser un mercado poco estratégico para el grupo.

Hasta ahora, el proyecto de **Alhokair** con **Blanco** en Estados Unidos pasaba por alcanzar una red de seis puntos de venta a medio plazo, aunque finalmente el grupo ha decidido paralizar este plan de crecimiento y reducir al máximo su presencia en el país.

Las razones que pueden haber llevado a **Alhokair** a retirarse casi por completo del mercado estadounidense y a buscar nuevas fórmulas de negocio, como las colaboraciones, han sido los malos resultados financieros obtenidos por la compañía en 2015.

Según explicó el grupo saudí con motivo de la presentación de sus resultados anuales, la reestructuración de **Blanco** ha tenido un impacto negativo de más de doce millones de euros en las cuentas de **Alhokair**, que finalizó 2015 con unas pérdidas de 55,6 millones de euros en sus operaciones internacionales.

Las razones que pueden haber llevado a Alhokair a virar la estrategia de Blanco han sido los malos

resultados financieros de 2015

Sin embargo, **Alhokair** no tira del todo la toalla en el continente americano. El grupo ha decidido reforzar su apuesta por Latinoamérica, donde ya cuenta con establecimientos en cinco países de la región. Mientras que en Perú y Honduras la cadena ya opera desde hace varios ejercicios, en 2016 se han sumado Paraguay, Cuba y Guatemala, donde Blanco ha abierto recientemente sus dos primeros establecimientos.

Cambios en la cúpula directiva

Todos estos cambios vienen precedidos de una reorganización del equipo directivo de la cadena. **Alhokair** ha sometido a **Blanco** recientemente a un nuevo proceso de reestructuración, en este caso de su cúpula directiva, después de que el grupo saudí despidiera a Stephen Craig, hasta entonces director general de la cadena.

El timón de **Blanco** lo tomaron entonces **Simon Marshall**, consejero delegado de **Alhokair**; **Gerry Waters**, vicepresidente del grupo; **Nuno Ferreira**, director financiero de **Blanco**, y **José María Márquez**, director de expansión de la cadena madrileña.

A la espera de que se depositen en el Registro Mercantil las cuentas de la sociedad Global Leiva (con la que opera **Blanco**) correspondientes en 2015, la cadena española finalizó 2014 con una caída en sus ventas del 36,7%, hasta 107,6 millones de euros.

La compañía había llegado a superar los 300 millones de euros en 2012 y se situaba entre los mayores grupos españoles del sector. Según las cuentas de **Alhokair**, **Blanco** finalizó el ejercicio 2014 con unos números rojos de 32 millones de riyales saudíes (7,9 millones de euros).