
Modaes

Empresa

El Corte Inglés impulsará Sfera en Latinoamérica con cinco aperturas más en México

C. de Angelis
31 ago 2015 - 00:00

El grupo español de grandes almacenes **El Corte Inglés** se prepara para impulsar su presencia en Latinoamérica a través de su cadena **Sfera**. La compañía potenciará su presencia en México, donde cuenta con una alianza con **Liverpool**. En 2014, la cadena alcanzó los 28 establecimientos en el país norteamericano, tras realizar ocho aperturas, y de cara al presente ejercicio prevé abrir otras cinco tiendas.

El Corte Inglés ha cerrado el ejercicio 2014 (finalizado en febrero de 2015) con una cifra de negocio consolidada de 14.592 millones de euros, un 2,6% más que el año anterior. Se trata del primer crecimiento desde 2010, tras una etapa en que la compañía se ha visto afectada por la caída del consumo en España. Sin embargo, **El Corte Inglés** cierra su primer ejercicio con **Dimas Gimeno** como presidente con una caída del 32% en su beneficio.

La empresa, que ayer celebró su junta anual de accionistas (en la que se ha aprobado la venta del 10% del capital a **Sheikh Hamad Bin Jassin Al Thani**), registró en el ejercicio 2014 un beneficio de explotación (ebit) de 295,7 millones de euros, con un alza del 58,8% respecto a 2013. El resultado bruto de explotación (ebitda), por su parte, alcanzó los 826,39 millones de euros, un 14,5% más que el año anterior. Los fondos propios alcanzaron los 8.942,76 millones de euros, un 0,5% más.

El beneficio neto consolidado se situó en 118,08 millones de euros, “un 32,3% inferior en el comparativo debido a los extraordinarios del ejercicio anterior que incluían las plusvalías resultantes de la venta del 51% de **Financiera El Corte Inglés**, así como por los costes de la reordenación financiera realizada en esos doce meses”, según ha señalado la compañía.

Sfera y la moda en general son puntales de la internacionalización de **El Corte Inglés**, que explota la potencia de sus grandes almacenes en moda para la atracción de

Modaes

turistas. En este sentido, la cadena de moda puso en marcha en 2013 una nueva fase de desarrollo internacional con aperturas en Asia, Oriente Medio y Latinoamérica.

Este mismo año, la cadena de moda del grupo que preside **Dimas Gimeno** ha pactado su entrada en Chile de la mano del grupo local **Ripley**, llegando así a los ocho países en todo el mundo con tienda monomarca. Con **Ripley**, **Sfera** también prevé entrar en Colombia.

“Respecto a la expansión en nuevos mercados –explica el grupo-, la cadena ha optado por asociarse en régimen de franquicias con grupos locales fuertes y especializados en retail de moda”. A los acuerdos en Latinoamérica se suman los pactos en Oriente Medio, donde Sfera se ha aliado con el grupo saudí **Alhokair**.

Perú, Filipinas o Abu Dhabi son otros de los mercados en los que **Sfera** está presente o en los que ha acordado entrar en los próximos meses a través de la fórmula de la franquicia.

En Europa (España, Portugal y Grecia), **Sfera** contaba con una red formada por 87 establecimientos a cierre de 2014, lo que supone más del 75% de la red global de tiendas monomarca de la cadena, que también tiene presencia en grandes almacenes de **El Corte Inglés**.

En 2014, **Sfera** ha ganado importancia entre los activos de **El Corte Inglés**. La cadena de distribución de moda del grupo, cuyo ritmo de expansión se había ralentizado en los últimos años, se convirtió en 2014 en el concepto más exitoso para el gigante español de los grandes almacenes. La facturación de **Sfera** creció en el pasado ejercicio un 25%, hasta 205,14 millones de euros, gracias a un aumento de las ventas brutas del 14,9%, hasta 390 millones de euros.

Con una red mundial de 115 tiendas a cierre del ejercicio, el pasado 28 de febrero, la cadena no sólo superó el crecimiento de **El Corte Inglés** en 2014, cuyas ventas globales aumentaron un 2,6%, si no que esquivó la caída del beneficio del conjunto del grupo, que redujo su resultado consolidado un 32,3%. Por el contrario, **Sfera** obtuvo un beneficio de 24,35 millones de euros, un 10% más que en 2013.

De esta forma, aunque el peso de **Sfera** en el negocio global de **El Corte Inglés** se queda en sólo el 1,4%, en términos de beneficio la aportación de la cadena de moda llega al 7,3%. La buena evolución de **Sfera** en 2014 da continuidad, además, a la marcha lograda en 2013, cuando **Sfera** duplicó su beneficio y logró un crecimiento del

Modaes

18% en su cifra de negocio.

La aportación de la moda a las cuentas de **El Corte Inglés** va más allá, sobre todo por su relevancia en el negocio de los grandes almacenes del grupo, que copan el 60% de la cifra de negocio y el 55,5% del beneficio.

La principal línea de negocio del grupo logró en 2014 un aumento del 3,4% en la facturación, hasta 8.768,2 millones de euros, mientras que el beneficio de la división de grandes almacenes cayó un 32,2%, hasta 186,29 millones de euros, convirtiéndose así en protagonistas en la baja de la rentabilidad de **El Corte Inglés**.