

Modaes

Empresa

El Ganso crece un 17% en 2016 y prepara 25 aperturas para superar las 200 tiendas en 2017

La compañía, controlada en un 49% por el fondo de inversiones L Catterton, ha cerrado 2016 con una facturación de 82 millones de euros. De cara a este ejercicio, la empresa prepara 25 nuevas aperturas con el foco puesto en la expansión internacional.

Iria P. Gestal
9 feb 2017 - 05:00



La moda masculina de **El Ganso** sigue engordando de la mano de **L Catterton**. La compañía, que dio entrada al fondo en 2015, ha cerrado su primer ejercicio completo tras abrir su capital con un crecimiento del 17%, hasta 82 millones de euros. De cara a este ejercicio, el grupo prepara 25 nuevas aperturas para superar las 200 tiendas este año.

Aunque **El Ganso** mantiene el impulso a doble dígito, la subida registrada en 2016 es ligeramente más moderada que las de los últimos años, cuando el grupo ha

Modaes

encadenado crecimientos por encima del 30%.

Tras duplicar su facturación en 2010, hasta catorce millones de euros, la compañía ha continuado engrosando su negocio a pasos galopantes año tras año. En 2012, la empresa elevó su facturación un 30%, hasta 26 millones de euros. En 2013, **El Ganso** volvió a acelerar, con un impulso del 34,4%, y en 2014 registró un crecimiento récord, al elevar sus ventas un 50%.

El ejercicio 2015 supuso un punto de inflexión en la trayectoria de la compañía, que vendió el 49% de su capital al fondo **L Capital**, brazo inversor de **LVMH**, que el año pasado unió fuerzas con **Catterton** y pasó a llamarse **L Catterton**.

Tras la inyección de capital, **El Ganso** impulsó su expansión fuera de las fronteras nacionales, con cincuenta aperturas en Francia, Reino Unido, México, España y Alemania, y reforzó sus alianzas con los grandes almacenes **Galeries Lafayette** y **Liverpool**. Con este impulso, el grupo cerró 2015 con un crecimiento del 31%, hasta 70 millones de euros.

La compañía prevé continuar impulsando su expansión internacional este año con la vista puesta en Francia, Portugal y Alemania

En 2017, el primer ejercicio tras la salida de **Clemente Cebrián** de la gestión diaria de la empresa, el desarrollo internacional volverá a ser clave en la estrategia de **El Ganso**. La empresa tiene previsto poner en marcha 25 nuevos establecimientos en Francia, Portugal, Alemania y España, así como lanzar un nuevo concepto de tienda. La compañía cuenta actualmente con 177 puntos de venta en diez países de Europa y Latinoamérica.

Otro de los ejes de crecimiento de la empresa ha sido el canal online. En 2016, **El Ganso** reforzó su estrategia digital con una inversión de más de 360.000 euros en proyectos destinados a impulsar sus ventas a través de la Red. A corto plazo, los planes de la empresa pasan por continuar reforzando su estrategia omnicanal con la introducción de tecnologías como el pago por móvil en tiendas o el uso de *beacons*.

Además, la compañía, que cuenta con un equipo interno de IT, prepara también un nuevo módulo de devoluciones en web y quiere expandir su servicio de entrega en dos

Modaes

horas (ahora disponible en Madrid y Barcelona) al resto de ciudades españolas.

De cero a cien en diez años

El Ganso comenzó su andadura en 2006 de la mano de los hermanos **Álvaro** y **Clemente Cebrián** con una tienda en la calle Fuencarral de Madrid. Cinco años después, la empresa inició su expansión fuera de España con la puesta en marcha de su primer punto de venta en Francia, en la parisina Rue des Rosiers.

En 2012, el grupo dio el salto a Reino Unido con un primer establecimiento en Londres, y un año después, la empresa decidió cruzar el Atlántico. **El Ganso** desembarcó entonces en México, donde creó una sociedad participada por un socio local, que ha comenzado a expandir la cadena por este territorio.

El año pasado, **Clemente Cebrián** decidió dejar la gestión diaria de la empresa para volver a emprender, si bien el ejecutivo continúa formando parte del consejo de administración de la compañía.