

---

# Modaes

---

Empresa

## El grupo español Cortefiel confirma su apuesta por Latinoamérica con 55 nuevas aperturas en 2014

---

C. Pareja  
9 oct 2015 - 00:00

El grupo español **Cortefiel**, propietario de cadenas como **Springfield**, **Women'Secret** o **Cortefiel**, apuntala su presencia en Latinoamérica tras finalizar 2014 con la apertura de 55 establecimientos en este mercado. México, Ecuador y Perú se han convertido los países de mayor crecimiento de las cadenas del grupo, aglutinando la mayoría de las aperturas del grupo durante pasado ejercicio.

La cadena del grupo que más aperturas llevó a cabo en Latinoamérica el pasado ejercicio fue la especializada en moda joven **Springfield**, con la puesta en marcha de 16 establecimientos. Entre los mercados objetivos de la marca se encuentran México, que ha sido el país que más aperturas concentró en 2014, con nueve tiendas nuevas, seguido de Perú, con tres nuevos puntos de venta.

**Springfield**, que cuenta con una red de distribución formada por más de sesenta tiendas en todo el mercado latinoamericano, también abrió establecimientos en países como Ecuador, con dos nuevas aperturas, Costa Rica, con una nueva tienda, o Uruguay, también con un nuevo punto de venta.

**Women'Secret**, por su parte, ha llevado a cabo la apertura de quince establecimientos en la región en 2014, también con México como principal eje de desarrollo, con nueve tiendas abiertas. La cadena de moda íntima de **Grupo Cortefiel** es la que tiene mayor presencia en todo el mercado latinoamericano, con una red de 74 tiendas.

**Cortefiel**, si bien fue la que realizó más aperturas en Latinoamérica el pasado ejercicio, con la puesta en marcha de 23 establecimientos en México, Ecuador y Perú, es la que menos ha apostado por desarrollarse en nuevos países. La cadena homónima del grupo sólo cuenta en la actualidad con 48 puntos de venta repartidos

---

# Modaes

---

por Latinoamérica.

**Grupo Cortefiel**, liderado actualmente por Berta Escudero tras la salida de Juan Carlos Escribano, quien se incorporó a **El Palacio de Hierro**, consiguió en 2014 volver a superar la barrera de los mil millones de euros (1.126 millones de dólares). La compañía, controlada por los fondos **CVC**, **Pai** y **Permira**, registró el año pasado un incremento del 4,86% en sus ventas, que se situaron en 1.011,07 millones de euros (1.139 millones de dólares).

La compañía, que suma 2.056 puntos de venta en 70 países, alcanzó en 2014 un ebitda recurrente de 98,6 millones de euros (111 millones de dólares), frente a los 94,79 millones de euros (106,7 millones de dólares) de un año antes. A cierre de 2012, el ebitda recurrente de la compañía se situaba en 108,5 millones de euros (122,2 millones de dólares).