Modaes

Empresa

El Mapa de la Moda 2017 (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Los gigantes de los grandes almacenes han cerrado otro año de ajustes y cierres ante el avance del ecommerce y el descenso de la afluencia. En este contexto, las fichas del ránking se han vuelto a mover: Nordstrom y Falabella han escalado una posición y Hudson's Bay batió a dos gigantes japoneses.

María Bertero
10 may 2017 - 04:44

*Por sexto año consecutivo, Modaes.es se adentra en la serie **El Mapa de la Moda**. A lo largo de once semanas, El Mapa de la Moda realizará un recorrido por los principales operadores del mundo del negocio de la moda.*

*Patrocinado por **Kendu**, empresa especializada en el desarrollo de soluciones para retail, **El Mapa de la Moda** es un documento que Modaes.es elabora anualmente con el objetivo de convertirse en una guía para conocer cuáles son y cómo trabajan los principales actores del negocio.*

*Segmentado por sectores, **El Mapa de la Moda** es un documento de consulta para los empresarios, directivos y profesionales del negocio de la moda y de sus sectores auxiliares.*

Cada capítulo figurará en Modaes.es como un artículo de análisis, para más tarde pasar a formar parte de un Dossier de consulta disponible en Modaes.es.

El Mapa de la Moda
Image not found or type unknown

Año convulso en el seno de los líderes de los grandes almacenes. De Estados Unidos a Japón, pasando por Europa, los titanes del sector se han visto obligados a apretarse el

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

cinturón, recortar su plantilla y cerrar tiendas amenazados por el descenso del tráfico y el avance del ecommerce.

En este contexto, las operaciones corporativas han continuado sobrevolando el sector:
la canadiense Hudson's Bay tanteó la compra de Macy's, mientras que la oferta pública de adquisición (opa) de El Puerto de Liverpool a Ripley se ha cancelado.

A falta de que Isetan, Marks&Spencer y El Corte Inglés presenten sus cuentas correspondientes al ejercicio 2016, el mapa ha sufrido cambios, aunque el podio se mantiene dominado por los tres gigantes estadounidenses: Macy's, Sears y Kohl's.

El Corte Inglés mantiene su cuarta posición y, en la quinta, Nordstrom ha adelantado a Marks&Spencer. También ha escalado puestos Falabella, que batió a JC Penney, y Hudson's Bay, que esprintó para superar a las japonesas J Front y Takashimaya, que se vieron perjudicadas en el ránking por el cambio del yen al euro.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

El gigante de los grandes almacenes no fue ajeno a la crisis del sector en el último año. Las empresas estadounidenses de distribución han atravesado una fuerte convulsión que los llevó al cierre de varios de sus establecimientos, salidas de directivos y recorte de personal en un mercado en el que Amazon gana cada vez más terreno.

A pesar de los altibajos sufridos el último año, el titán de los grandes almacenes supo soportar los vientos de cambio para mantenerse como líder en el ranking. Macy's inició en 2016 un proceso de reestructuración que contempló el cierre de varios de

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

sus establecimientos en Estados Unidos y el despido del 7% de su plantilla de trabajadores.

En junio de 2016, la empresa de grandes almacenes colocó a Jeff Gennette, presidente del grupo desde 2014, como consejero delegado de la compañía, cargo que asumió en el primer trimestre de 2017.

Desde hace más de un año, el grupo de grandes almacenes comunicó que podría incorporar nuevas líneas de negocio para rentabilizar su negocio inmobiliario. El pasado noviembre, la compañía se alió con el grupo inmobiliario Brookfield para comenzar un proceso de remodelación de su parque de establecimientos.

La crisis que atraviesa Macy's fue motivo para que otras empresas del sector pusieran los ojos sobre ella. El pasado febrero, la canadiense Hundson's Bay tanteó la compra del gigante estadounidense, aunque ambas compañías no llegaron a un acuerdo y cancelaron la oferta.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

El empresario Rowland Hussey Macy puso en marcha en 1858 una pequeña mercería de lujo en la esquina entre la calle 14 y la sexta avenida de Nueva York. R.H. Macy & Co creció con rapidez y en 1877 ya era un gran almacén que ocupaba los locales de los once edificios adyacentes. En 1893 la compañía pasó a manos de los hermanos Isidor y Nathan Straus y en 1902 el establecimiento se mudó a Herald Square, para en 1924 convertirse en la mayor tienda del mundo, con una superficie de un millón de pies cuadrados.

Macy's comenzó a cotizar en bolsa en 1922, coincidiendo con el inicio de su

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

expansión en Estados Unidos a través de la apertura de tiendas y la compra de competidores, primero en el este del país y a partir de los años cuarenta en la Costa Oeste.

En 1994, Federated Department Stores adquirió R.H. Macy & Co en el marco de un agresivo proceso de expansión con compras que continuó hasta 2001. En 2007 el grupo comprador pasó a llamarse Macy's. La sede se encuentra en Cincinnati (Ohio). La compañía opera con los rótulos Macy's, Bloomingdale's, Bloomingdale's Outlet, Macy's Backstage y Bluemercury.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Evolución 2016

Sears fue otro gigante estadounidense que se tambaleó en 2016. La empresa aceptó que tiene “serias dudas” sobre su futuro y los analistas no descartan que el grupo pueda entrar en liquidación próximamente.

Los resultados financieros del grupo lo prueban. La compañía finalizó su ejercicio 2016 con pérdidas de 2.200 millones de dólares. Aunque su cifra de negocio lo sigue consolidando como uno de los mayores grupos del sector, las ventas de Sears en su ejercicio 2016 cayeron a doble dígito, con una contracción del 12%.

La empresa concentra el grueso de su distribución en Estados Unidos y Canadá. De hecho, Sears fue durante décadas el mayor retailer de su mercado local, hasta que en 1989 fue superado por Walmart, actual líder en Estados Unidos.

En el último año, la compañía de grandes almacenes también se enfrentó a un proceso de reestructuración, en el cual bajó la persiana del 14% de su red de tiendas, la mayoría de ellas en su mercado local.

En contraste, Sears subió su apuesta por México, su segundo mercado por número de tiendas. El gigante estadounidense esquivó el efecto Trump y retomó su expansión en el país azteca, donde ya supera los 75 grandes almacenes.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

Los orígenes de la compañía hay que buscarlos en 1886, cuando Richard W. Sears, un agente de ferrocarril de Minesota, compró una caja de relojes y los vendió a sus compañeros a lo largo de su ruta. Los beneficios obtenidos animaron a Sears a dejar su trabajo en el ferrocarril y crear una empresa de venta de relojes por correo.

Sears trasladó su negocio a Chicago y se asoció con un experto en relojería, Alva C. Roebuck. En 1899, Roebuck se retiró del negocio y Sears buscó otro socio, el fabricante de ropa Julius Rosenwald. En esta etapa, la empresa diversificó su actividad y el entonces Catálogo Sears (que inició su publicación en 1888) vendía prácticamente cualquier mercancía. Sears se retiró en 1908 y vendió su participación

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

a Rosenwald.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

La compañía que cierra el *top* tres de los gigantes de los grandes almacenes fue otra víctima de la crisis del sector en 2016. Kohl's, que concentra su negocio únicamente en Estados Unidos, cerró durante el último año una decena de tiendas, pasando de operar 1.164 grandes almacenes en 2015 a 1.154 en 2016.

El cierre de sus centros también conllevó a que el grupo viera reducida su cifra de negocio en el último año. En el ejercicio fiscal 2016, Kohl's contrajo sus ventas un 2,7%, mientras que el beneficio neto también se mantuvo a la baja con una caída del 17,38% de sus ganancias.

En el camino por recuperar la senda de crecimiento, el grupo estadounidense fichó a

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

un nuevo responsable de márketing, que se incorporó a la compañía el pasado abril. Kohl's mantiene su sede en Wisconsin, pero cuenta también con oficinas en otros estados del país.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

Maswell Kohl abrió en 1946 el primer establecimientos Kohl's, un supermercado situado en Milwaukee. En 1962 abrió sus puertas en Brookfield (Wisconsin) el primer gran almacén del grupo, en cuyo accionariado entró diez años después British-American Tobacco Company.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

En 1979 la familia Kohl salió de la gestión de la empresa, que en 1986 adquirió un grupo de inversores, liderado por los directivos de la compañía, y que en 1992 salió a bolsa.

El grupo inició su expansión territorial entre los años cuarenta y setenta en los estados de Wisconsin, Illinois e Indiana, con tiendas de alimentación, farmacias, licorerías y grandes almacenes. En 1983, cuando el grupo contaba con más de cuarenta establecimientos, vendió su negocio de alimentación a A&P, pero prosiguió su expansión orgánica y con compras de redes de establecimientos en el interior de Estados Unidos.

Si en 1992 ya contaba con 76 establecimientos en el interior del país, en 2003 penetró en California con 28 establecimientos, en 2006 entró en el noroeste con otros diez y, entre 2005 y 2008, con otros 43 en el sudeste del país.

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

El mayor grupo de grandes almacenes en Europa también tuvo un año convulso tras la entrada del inversión qatarí Sheikh Hamad Al Thani en agosto de 2015. La empresa ha proseguido su transformación con miras a elevar su rentabilidad, recuperar cuota de mercado y reducir su deuda.

La compañía inició el año con un plan de bajas incentivadas y en junio, el presidente del grupo, Dimas Gimeno, abrió la puerta a una salida a bolsa.

Sin embargo, a lo largo del año, abandonaron el grupo algunos de sus principales ejecutivos, como Borja de la Cierva, subdirector de compras; y algunos de sus

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

consejeros históricos, como Juan Hermoso Armada, patrono también de la Fundación Ramón Areces.A principios de este año, El Corte Inglés nombró a Víctor del Pozo como nuevo director general del retail, cargo de nueva creación. En el seno del grupo continúa la lucha de poder, protagonizada por Dimas Gimeno y las hermanas Álvarez.

Por otro lado, la empresa siguió con la política de desinversiones con la venta de varios activos inmobiliarios.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Corte Inglés es el primer grupo europeo en el ránking de los gigantes de los grandes almacenes, La empresa es el único operador de su categoría en España y cuenta también con centros en Portugal. El Corte Inglés nació como una sastrería ubicada en las calles Preciados, Carmen y Rompelanzas, en Madrid. En 1935, Ramón Areces, avalado por su tío César Rodríguez, adquirió el pequeño negocio y, terminada la Guerra Civil, en 1939, hizo lo propio con un inmueble situado en el número 3 de la calle Preciados.

En 1940, Ramón Areces constituyó la sociedad El Corte Inglés, en la que César Rodríguez fue socio y primer presidente, y en 1946 la compañía reformó el edificio de Preciados, que llegó a contar con 2.000 metros cuadrados de superficie comercial en cinco plantas, dividida por departamentos, la estructura propia de un gran almacén. El inmueble se fue ampliando con los años, hasta que en la década de los sesenta El Corte Inglés empezó a inaugurar nuevos centros en ciudades como Barcelona, Sevilla y Bilbao, además de Madrid.

El grupo diversificó su actividad con la constitución de varias filiales, como Viajes El Corte Inglés, creada en 1969; Hipercor, en 1979, o Centro de Seguros, adquirida en 1982. La expansión siguió con fuerza hasta el fallecimiento, en 1989, de Ramón Areces, que pasó el relevo a su sobrino y entonces consejero director general, Isidoro Álvarez. En la era de Isidoro Álvarez el grupo continuó con su expansión a través de la apertura de nuevos centros, el lanzamiento de nuevas sociedades en el negocio asegurador y la compra, en 1995, de las propiedades inmobiliarias de su gran competidor hasta entonces: Galerías Preciados.

Con Isidoro Álvarez al frente, el grupo realizó nuevas compras, como la adquisición en 2001 por parte de Hipercor de cinco hipermercados de Carrefour o nueve centros del grupo británico Marks&Spencer. Asimismo, el grupo madrileño inició en 2011 su expansión internacional, con la apertura de sus primeros centros en Portugal. Álvarez falleció en 2014 y el grupo pasó el relevo a su sobrino, Dimas Gimeno Álvarez.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

La crisis del ladrillo de Estados Unidos también tomó a Nordstrom como víctima. La compañía desplomó un 41% su beneficio en el último año, hasta 354 millones de dólares. Aunque la cifra de negocio se mantuvo al alza, el grupo estadounidense se ha marcado el objetivo de elevar entre un 3% y un 4% sus ventas este año.

Pese a la crisis del sector, Nordstrom anunció que en 2017 pondrá en marcha 16 grandes almacenes, de los cuales quince corresponderán al formato de tienda de descuentos, Nordstrom Rack.

Esta decisión se tomó en el marco de la reestructuración de la compañía en 2016.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Los trabajadores fueron quienes más sintieron la crisis del grupo estadounidense, ya que decidió recortar 400 empleados de su plantilla el año pasado.

En paralelo, el grupo reordenó su cúpula redefiniendo los cargos de los hermanos Nordstrom. Erik Nordstrom fue nombrado director de la cadena homónima de la empresa estadounidense, mientras que su hermano Pete se mantuvo como responsable de *merchandising* y planificación de tiendas.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

En 1887, John W. Nordstrom dejó atrás su Suecia natal y puso rumbo a Nueva York

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

en busca del sueño americano. Con sólo cinco dólares en el bolsillo y sin saber una palabra de inglés, Nordstrom comenzó a trabajar en las minas de oro de Alaska. Con el dinero ahorrado, el emprendedor se alió con Carl Wallin, que gestionaba una pequeña tienda de reparación de calzado en Seattle. En 1901, decidieron expandir el negocio y subieron la persiana de una zapatería bajo el nombre de Wallin&Nordstrom, la semilla del que hoy es uno de los mayores grupos de grandes almacenes del mundo.

En 1960, Wallin&Nordstrom se había convertido en la mayor cadena de zapaterías del país. Tres años más tarde, el grupo se introdujo en el negocio de la moda femenina con la compra de la cadena Best Apparel y, poco después, se hizo también con otro retailer de moda de Portland y cambió su nombre a Nordstrom Best. A finales de la década de los sesenta, la compañía añadió también oferta para hombre y niño.

Con su salida a bolsa, en 1971, el grupo cambió su nombre a Nordstorm y logró el impulso necesario para superar los 100 millones de dólares de facturación dos años después y convertirse en la mayor cadena de grandes almacenes especializada de la costa Oeste.

Desde entonces, Nordstrom ha continuado impulsando su expansión a través de las compras: en 2000, la compañía compró Façonnable, que vendió siete años después; en 2005 se hizo con el control del multimarca estadounidense Jeffrey, con dos tiendas en Atlanta y Nueva York y, en 2011, adquirió la plataforma de ecommerce HauteLook. En 2014, Nordstrom puso un pie fuera de las fronteras estadounidenses con la apertura de su primera tienda en Canadá, donde actualmente cuenta con tres establecimientos.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

La empresa británica también padeció la crisis de sus colegas estadounidenses. La compañía se vio obligada a reestructurar su senda de crecimiento para volver a rentabilizar su negocio. La moda fue una de las categorías de Marks&Spencer más afectadas en el último año.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El grupo de grandes almacenes inició su ejercicio fiscal con una caída del 8,3% de sus ventas de vestuario, accesorios y calzado. Frente a este panorama, la compañía optó por realizar menos promociones en sus tiendas, pero disminuyó sus precios en las categorías de moda y hogar.

Otra de las estrategias que el grupo llevó a cabo durante 2016 fue la de dividir sus equipos de moda por producto y no por marca, como hizo durante toda su historia. La decisión afectó al área femenina de la empresa, mientras que las divisiones de moda masculina e infantil se mantuvieron igual. Acelerar el ritmo de actualización de sus colecciones fue otros de los objetivos de Marks&Spencer en el último año. La compañía presentó en mayo su colección
de otoño 2016, que comenzó a vender primero por Internet.

Uno de los primeros cambios en el proceso de reestructuración del grupo fue la incorporación de Steve Rowe como nuevo consejero delegado, que anteriormente trabajó como responsable de la división general de *general merchandise*.

Aunque el grupo británico intentó concentrar su negocio en su mercado local, la compañía también ha anunciado el cierre de sesenta tiendas de su división de moda y hogar en Reino Unido como parte de su estrategia para reestructurar su red de retail y reducir su impacto financiero. La empresa también dará marcha atrás en una decena de mercados con la liquidación de 53 puntos de venta propios. Además, Marks&Spencer prescindió de 500 empleados de sus oficinas centrales en Londres.

El *Brexit* fue una de las causas que motivó que la compañía también virara su estrategia en el mercado británico. En noviembre el grupo anunció su desvinculación con un tercio de sus proveedores para amortiguar el impacto del nuevo cambio de divisa tras la salida de Reino Unido de la Unión Europea.

Durante el último año, la compañía movió varias fichas de su cúpula directiva. Al nombramiento del nuevo consejero delegado se le sumó la llegada de Archie Norman a Marks&Spencer como presidente del grupo, tras la salida de Robert Swanell.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

Hace más de 130 años, Michael Marks puso en marcha una pequeña tienda en el norte de Inglaterra, organizando los productos por precio, no por categoría. Al poco tiempo, al ver que la división de artículos a un penique tenía mucho más éxito que las demás, decidió concentrarse en esta línea de negocio. Para darle un impulso al negocio, en 1894 Marks se alió con Tom Spencer y juntos establecieron Marks&Spencer.

Con el cambio de siglo, la compañía estableció su primera tienda con el formato actual en Derby Street (Manchester). A diferencia de la mayoría de tiendas de la época, que guardaban los productos tras el mostrador, en Marks&Spencer la oferta

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

estaba al alcance del público, sentando las bases del concepto moderno de grandes almacenes.

La compañía, que una década después sumaba ya 145 tiendas, abandonó el modelo de precio único con el estallido de la Guerra Mundial, que elevó significativamente el precio y el acceso de los productos.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

La compañía ha sabido mantenerse como el principal grupo de grandes almacenes de Latinoamérica, cuyos rivales (Liverpool, Ripley o Paris) ganan cada vez más terreno.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Aunque este año el crecimiento fue menor, la cifra de negocio del grupo chileno bastó para que la Falabella siga liderando el sector en la región.

Uno de los grandes hitos de los últimos años de la historia de Falabella su entrada en México, que la compañía anunció el año pasado. Hasta ahora, la compañía opera únicamente en el Cono Sur de Latinoamérica con presencia en Chile, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y Colombia.

La compañía también centró sus esfuerzos en engordar su negocio de centros comerciales el último año. El grupo chileno puso en marcha el primer complejo sostenible en Perú a finales del año pasado.

También en noviembre, Falabella tanteó la adquisición del retailer brasileño Via Varejo, aunque los movimientos no se han confirmado. La compañía se postulaba además como uno de los posibles grupos a quedarse con Suburbia, que finalmente fue adquirida por su rival mexicano Liverpool.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

Sus orígenes están íntimamente vinculados con la moda, pues la compañía echó a andar cuando Salvatore Falabella puso en marcha en Chile la primera sastrería del país en 1889. Posteriormente, con la vinculación de Alberto Solari, la tienda se fortaleció con otros productos relacionados con el vestuario y el hogar, transformándose así en una tienda por departamentos.

En la década de los sesenta, Falabella inició su etapa de expansión tanto en Santiago de Chile como en otras regiones del país. En la década de los noventa, Falabella inició su proceso de internacionalización, extendiendo su negocio en Argentina y

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

posteriormente en Perú. En 2003 el grupo se fusionó con Sodimac, lo que le permitió, años más tarde, entrar a mercados tan importantes como el colombiano. Hoy en día, Falabella opera en Chile, Perú, Colombia, Argentina y Brasil.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

Pese a haber vuelto a números negros en su ejercicio fiscal 2016, la compañía estadounidense ha decidido echar el cierre de 140 tiendas para seguir rentabilizando su negocio.

“Creemos que cerrando algunos almacenes nos ajustaremos de manera más efectiva a

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

la creciente amenaza del canal online", aseguró Marvin Ellison, consejero delegado de grupo estadounidense, en la presentación de sus resultados anuales.

Con dicho proceso, la compañía espera ahorrarse 200 millones de dólares al año. JC Penney comenzará a bajar la persiana de entre el 13% y el 14% de sus tiendas hasta el próximo mayo. El proceso de reestructuración supondrá también el cese de operaciones de dos centros de distribución que el grupo tiene en Florida y California.

El Mapa de la Moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

La empresa, que cuenta con un siglo de historia a sus espaldas, sobrevive como una

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

de las compañías más importantes del sector en Estados Unidos a pesar de los altibajos que ha sufrido en los últimos años.

Su origen se remonta a 1898, cuando James Cash Penney comenzó a trabajar como empleado en Golden Rule, una tienda de ropa de trabajo, textil y herramientas de costura en Longmont (Colorado, Estados Unidos). Tres años después, los propietarios de la cadena lo hicieron socio de su nueva tienda en Kemmerer (Wyoming) por 2.000 dólares.

Con el descubrimiento de las minas de carbón en la ciudad, los habitantes de la localidad se multiplicaron y las ventas del establecimiento crecieron como la espuma. Poco a poco, Penney comenzó a expandir su negocio con nuevos establecimientos de todo el país. En 1913, el emprendedor tomó el control del negocio y cambió el nombre de Golden Rule por JC Penney.

El grupo continuó expandiéndose y logró mantenerse a flote durante la gran depresión gracias a una política conservadora, que permitió a JC Penney llegar a la crisis sin deuda a largo plazo y con mucha liquidez.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

El año pasado fue un ejercicio activo en el seno de los grandes almacenes japoneses Isetan. La compañía regresó a París cinco años después de cerrar su única tienda en la ciudad. La empresa abrió en la capital francesa un nuevo concepto de tienda, The Japan Store, que ofrece moda y alimentación japonesa y que cuenta con una superficie de sólo cien metros cuadrados. En el pasado, Isetan llegó a contar también con una tienda de su cadena Mitsukoshi en Regent Street, que cerró hace tres años, y un *pop up* en Nueva York.

A finales del ejercicio, el grupo decidió relevar a su consejero delegado, Hiroshi Onishi, con el objetivo de "elevar el valor del negocio todavía más implementando un

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

cambio completo en la estructura de dirección", según explicó la empresa en un comunicado.

Onishi fue sustituido por Toshihiro Sugie, que se incorporó a Isetan en 2012 y ocupaba hasta el pasado abril el puesto de director general de planificación estratégica de la compañía.

El grupo se había marcado el objetivo de superar los 50.000 millones de yenes de beneficio en 2018. El 10 de mayo, el grupo comunicó sus resultados anuales correspondientes a 2016, que revelan una caída de las ventas del 2,6%, hasta 1.250.000 millones de yenes (10.083 millones de euros) y un descenso del beneficio del 43,5%, hasta 14.980 millones de yenes (120,8 millones de euros).

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda 2017 Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Origen y estructura

En 2008, la fusión entre Mitsukoshi e Isetan dio lugar a Isetan Mitsukoshi Holdings, el mayor grupo de grandes almacenes de Japón y una de las compañías del sector más antiguas del mundo. El origen de Isetan se remonta a 1886, cuando Tanji Kosuge puso en marcha en Tokio una pequeña tienda de kimonos, un elemento común en la historia de la mayoría de retailers japoneses.

Durante sus primeras décadas, Isetan concentró su actividad en la venta de kimonos, un segmento en el que logró ganarse una gran popularidad. En 1923, el gran terremoto de Kanto derrumbó una de las tiendas principales de Isetan, que decidió reconstruirla siguiendo el modelo de grandes almacenes, al que ya se habían

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

convertido algunos comercios tradicionales de Tokio, e introdujo otras categorías de producto como moda masculina, infantil, cosméticos, alimentación y equipamiento para el hogar.

Por su parte, Mitsukoshi nació en 1673, también como distribuidor de kimonos. En 1683, se convirtió en una de las primeras tiendas de Japón en comercializar productos a un precio fijo, en lugar de a través de regateo y descuentos como ocurría en la época. Con la llegada del siglo XX, Osuke Hibi tomó las riendas del grupo y transformó el concepto de la tienda, integrando varias categorías de producto y convirtiendo a Mitsukoshi en el primer gran almacén de Japón.

Cada año, los establecimientos de la compañía reciben más de 200 millones de visitas, casi el doble que la población de Japón. En la actualidad, Isetan Mitsukoshi opera con un centenar de establecimientos en Japón, Italia, Estados Unidos, China, Singapur, Malasia, Tailandia y Taiwán.

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

En el último año, la compañía entró en pérdidas. A principios de 2017, el grupo canadiense, que ha expandido su negocio con adquisiciones de otros retailers, anunció su intención de comprar Macy's. De hecho, el grupo llegó a un acuerdo con un socio chino para financiar la operación, si bien finalmente la operación no se cerró.

Desde entonces, la empresa está tanteando hacerse con otro grupo estadoundiense, Neiman Marcus, que cierra esta clasificación. Hudson's Bay entró en pérdidas el año pasado, con un resultado neto negativo de 516 millones de dólares.

Las ventas del grupo, sin embargo, tomaron impulso durante el pasado ejercicio y

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

crecieron un 30%, hasta 14.455 millones dedólares canadienses (10.108,8 millones de euros). Alrededor de 3.000 millones (2.098 millones de euros) provinieron de la integración del negocio europeo y Gilt en 2016.

El Mapa de la Moda 2017 Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Origen y estructura

A finales del siglo XVII, los comerciantes franceses Médard Chouart des Groseilliers y Pierre-Esprit Radisson, pusieron rumbo a Canadá y comenzaron a comercializar piel de castor, un material muy popular entre los aborígenes del país y que estaba comenzando a hacerse un hueco en la moda europea.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Chouart y Radisson obtuvieron la exclusividad para comercializar las pieles en un amplio territorio alrededor de la Bahía de Hudson, y constituyeron la Hudson's Bay Company. En 1913 se construyeron los original six, las seis primeras tiendas departamentales de la compañía, en la localidad de Calgary.

En 1970, el multimillonario canadiense Kenneth Thomson se hizo con el 75% de la compañía por 400 millones de dólares. Tras la operación, el grupo compró también los grandes almacenes Woodward's y las tiendas canadienses de K-Mart.

Con la llegada del siglo XXI, el grupo volvió a cambiar dos veces de manos: primero, el financiero estadounidense Jerry Zucker la compró en 2006 por 1.000 millones de dólares canadienses y, en 2008, el fondo de inversión NRDC Equity Partners, propietario de Lord&Taylor, se hizo con el grupo.

Con el nuevo propietario llegó también la primera consejera delegada de Hudson's Bay, Bonnie Brooks, que llevó a cabo una profunda reorganización de la compañía y de su imagen para mejorar su posicionamiento frente a la creciente competencia estadounidense.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

Igual que el resto de gigantes japoneses de los grandes almacenes, J Front ha sufrido en los últimos años un estancamiento de sus ventas por el descenso del tráfico. La empresa, que se encuentra inmersa en un plan de reducción de costes, ha logrado mantener su facturación gracias al tráfico de turistas, que impulsaron las ventas especialmente en la división de lujo.

Además, el año pasado el grupo se alió con L Catterton (el fondo creado por L Capital y Catterton), Mori Building y Sumitomo Corp para la puesta en marcha de Ginza Six, el mayor complejo comercial del distrito de Ginza, en Tokio. El centro, que cuenta con siete plantas, alberga 121 *flagships* de marcas internacionales, incluyendo la

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

mayor tienda de Dior en Japón.

El Mapa de la Moda 2017 Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Origen y estructura

En 2007, los grandes almacenes nipones Daimaru y Matsuzakaya unieron fuerzas y crearon la empresa conjunta J. Front Retailing, hoy uno de los mayores grupos del sector en Japón. Matsuzakaya inició su andadura en 1611, cuando Genzaemon Sukemichi estableció en Nagoya una tienda de tejidos para confeccionar kimonos al por mayor. En 1736, ya con la segunda generación al frente, la tienda decidió virar su negocio y comenzar a operar al por menor, distribuyendo seda y algodón.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Ya entrado el siglo XX y con varias tiendas repartidas por el país, la compañía siguió el camino de otros retailers japoneses y adoptó el modelo occidental de tienda departamental, con escaparates y la mercancía al alcance de los clientes. En 1924, Matsuzakaya se convirtió en el primer gran almacén de Japón en permitir a los clientes acceder a todas las plantas de sus establecimientos calzados.

Tras la fusión de las dos cadenas, J Front, que cotiza en la bolsa de Tokio, se introdujo también en el sector de los centros comerciales con la cadena Parco, y compite con Isetan Mitsukoshi y Takashimaya por el oro de los grandes almacenes del país.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

Takashimaya continúa haciendo frente a un descenso del tráfico en sus centros en Japón, por lo que el grupo se está centrando en otros modelos de negocio, como las tiendas urbanas y otros tipos de establecimientos a medio camino entre los grandes almacenes y las tiendas especializadas.

Además, el grupo ha continuado impulsando su expansión internacional con su desembarco en Vietnam, donde abrió su primer centro el año pasado.

La empresa revisó a la baja sus previsiones para este ejercicio, que finaliza el 28 de febrero de 2018, y en el que espera elevar su beneficio neto sólo un 3%, hasta 21.500

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

millones de yenes (173,9 millones de euros). La compañía prevé un incremento de las ventas del 3,1%, hasta 943.000 millones de yenes.

El Mapa de la Moda 2017 Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Origen y estructura

Asia es el terreno de juego de Takashimaya. El grupo nipón de grandes almacenes tiene presencia en Japón, Singapur, China y Taiwán y sus planes pasan por dar el salto a Vietnam y Tailandia en 2017. Como la mayoría de los principales grupos de grandes almacenes de Japón, Takashimaya nació como una pequeña tienda de kimonos en Kyoto, en 1831.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

En 1855, Takashimaya fue una de las primeras empresas de Japón en ampliar el clásico modelo de tienda de vestidos tradicionales e incluir otras categorías de producto, como artículos de algodón y prendas de vestir, y siguiendo el modelo occidental, también artículos para el equipamiento del hogar.

Poco a poco, el grupo comenzó a adoptar el modelo de gran almacén, con más categorías de producto ordenadas por departamentos, aunque manteniendo los tejidos y la moda en el centro del negocio. Además, la empresa diversificó incluyendo una selección de artículos a precios más reducidos que más tarde se independizó como una cadena independiente.

Este negocio permitió a Takashimaya continuar expandiéndose pese a la legislación vigente en 1974, que limitaba las aperturas de grandes almacenes. El grupo también desarrolló su marca propia, con una cartera de una cuarentena de enseñas en moda, alimentación, joyería y hogar.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

Aunque no fue ajeno a la crisis de Estados Unidos, Dillard's optó por llevar a cabo otra estrategia. La compañía, que encogió su beneficio neto un 37% en el último año, y un 5% su cifra de negocio, atribuyó sus malos resultados al cambio de los hábitos de consumo de los estadounidenses.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Desde 2008 hasta ahora, el grupo de grandes almacenes cerró sólo 50 establecimientos en su mercado local, cifra relativamente bajo comparada con la de sus rivales en el último año. Sin embargo, Dillard's confía en que para volver a crecer, el grupo deberá cambiar su oferta de moda y apostar también por en canal online.

La estrategia del grupo para este año se enfocará en desarrollar nuevas experiencias de compra para sus clientes, tanto online como offline, e incluir nuevas marcas de moda a su cartera.

El Mapa de la Moda 2017 Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Origen y estructura

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Una pequeña tienda en Nashville (Arkansas) está en el origen de Dillard's, un negocio que hoy en día cuenta con cerca de 300 tiendas en Estados Unidos, principalmente en el sur del país. Dillard's inició su desarrollo en 1938, cuando William Dillard puso en marcha su primera tienda con un préstamo de 8.000 dólares de su padre. Pero el empresario ya tenía experiencia previa, pues después de sus estudios se formó en el negocio del retail en Sears, compañía que dejó para poner en marcha su negocio.

Dillard's, cuya filosofía pasaba por ofrecer marcas estadounidenses a precios asequibles y crédito a sus clientes, fue creciendo con nuevas aperturas entrando en estados como Texas. En 1969, la compañía dio el salto a la bolsa y en los setenta ya tenía operaciones en Texas, Arkansas, Oklahoma, Lousiana, Missouri y Nuevo México.

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

Aunque Falabella sigue liderando el negocio latinoamericano de grandes almacenes, Liverpool fue el grupo más activo en el último año. En 2016 la compañía salió de compras y se hizo con Suburbia, la cadena de moda del gigante Walmart. El grupo adquirió 127 establecimientos de la cadena en el mercado mexicano, con el que duplicó su red de puntos de venta.

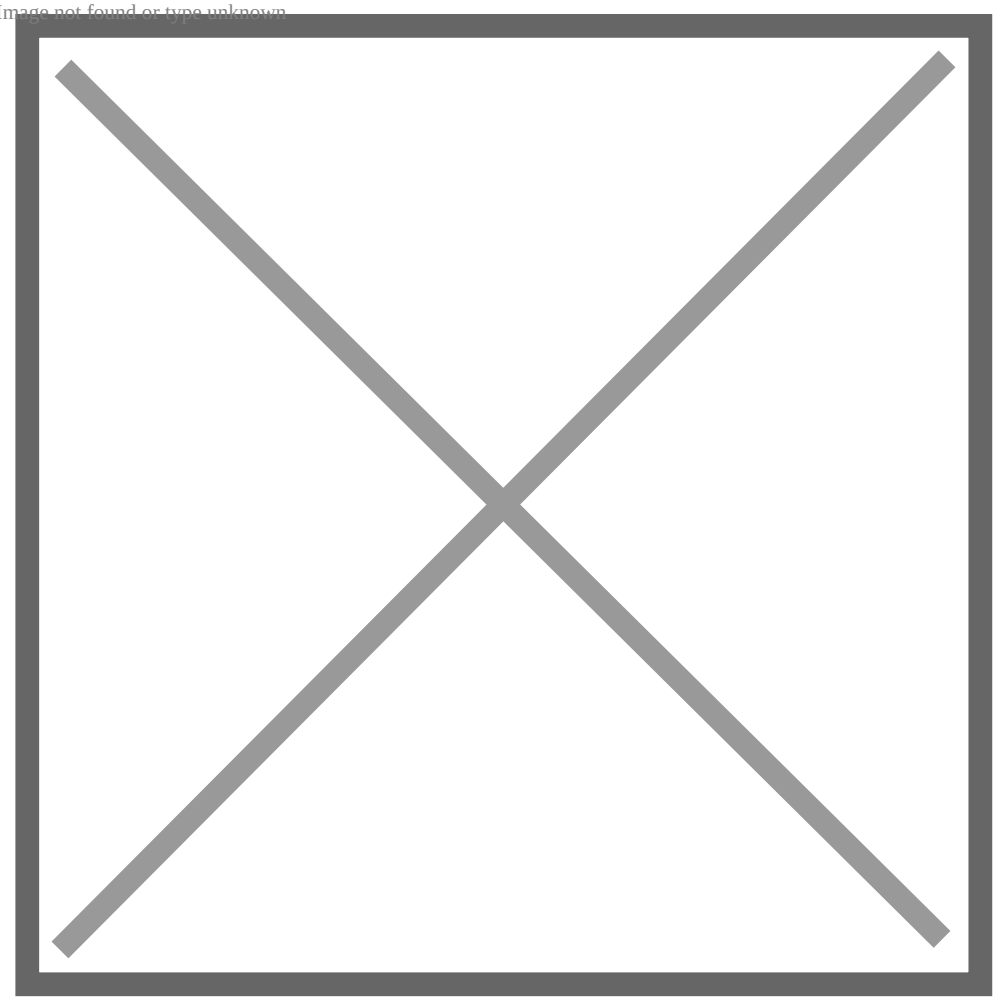
Otra de las grandes apuestas de Liverpool este año fue mirar al Cono Sur. En agosto la compañía mexicana anunció el acuerdo para comprar Ripley, cadena chilena de grandes almacenes que opera en Chile y Perú. Sin embargo, desde entonces la

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

operación no ha llegado a buen puerto por el no de los socios minoritarios de Ripley, la devaluación del peso mexicano que encareció la compra y el freno de la Superintendencia de Bancos de México para dar el visto bueno a la operación.

En paralelo, la compañía no detuvo la expansión de su negocio en el mercado mexicano. El grupo mexicano subió la persiana de nuevos establecimientos, tanto de su cadena homónima como de Fábricas de Francia. El ladrillo fue otra de las apuestas de la compañía, ya que en 2016 anunció la apertura de nuevos centros comerciales en México para este año.

Image not found or type unknown



https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Origen y estructura

La compañía nació en 1847 de la mano de Jean Baptiste Ebrard, que puso en marcha un comercio de telas en Ciudad de México, que evolucionó su negocio hasta convertirse en importador de mercancía de Europa. Los artículos procedían del puerto de Liverpool, en Reino Unido, y de ahí tomó su nombre la compañía.

A lo largo de su historia, la empresa ha combinado el desarrollo orgánico con las adquisiciones. Así, en 1988 se hizo con Fábricas de Francia; en 1997, con Comercial Las Galas; en 1998, con Tiendas Departamentales Salinas y Rocha, y en 2010 con el 50% de Regal Forest, entre otras.

La empresa organiza su negocio en tres divisiones: comercial (Liverpool, Fábricas de Francia y Duty Free), inmobiliario y crédito. A cierre de 2015, la compañía sumaba 112 almacenes correspondientes a Liverpool (el mayor negocio de la empresa), Fábricas de Francia y Duty Free, además de 25 centros comerciales y 109 boutiques de marcas internacionales.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El Mapa de la Moda (II): Los gigantes de los grandes almacenes

Image not found or type unknown

Evolución 2016

Despidos y una posible venta fueron los principales retos que enfrentó la compañía estadounidense en el último año. La incertidumbre del mercado hizo que Neiman Marcus cancelara su salto al parqué en 2015. Tras esta decisión, Ares Management y el Canada Pension Plan Investment, los propietarios del grupo de grandes almacenes, entraron en negociaciones para vender la compañía el pasado junio.

La reestructuración de Neiman Marcus comenzó en 2015, cuando la compañía se desprendió de 500 trabajadores. En agosto de 2016, el grupo volvió a anunciar otra ola de despidos, que afectaron a cien puestos de trabajo, la mayoría de ellos de su

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

sede central.

Tras haber acumulado el último ejercicio una deuda de 4.900 millones de dólares, el gigante estadounidense de las tiendas departamentales está analizando distintas alternativas para reestructurar su negocio, entre ellas su venta. La canadiense Hudson's Bay podría ser uno de los interesados en Neiman Marcus, que contrató los servicios de Lazard Ltd para una posible quiebra.

Mapa de la moda

Image not found or type unknown

Origen y estructura

El origen de estos grandes almacenes hay que buscarlo en la unión de Herbert

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Marcus con su hermana, Carrie Marcus, y su esposo, A.L. Neiman. Los tres tenían experiencia laboral en el sector de los grandes almacenes y pusieron en marcha su propia empresa a partir del dinero logrado con su primera aventura empresarial, después de rechazar invertir en una compañía dedicada a la fabricación de soda entonces desconocida, Coca-Cola. La primera tienda de Neiman Marcus se abrió en 1907.

Durante los últimos años, la empresa se ha centrado en el desarrollo de su negocio online, con movimientos como la adquisición, en 2014, de la plataforma alemana Mytheresa, especializada también en artículos de lujo. Con Mytheresa, el grupo obtuvo la infraestructura necesaria para distribuir directamente en Europa con Neiman Marcus.

https://www.modaes.com/empresa/el-mapa-de-la-moda-ii-los-lideres-de-los-grandes-almacenes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.