

Empresa

## Guess, nueva etapa de expansión en España: crecimiento a doble dígito y 15 nuevas tiendas hasta 2017

El mercado español se ha convertido en uno de los mercados más importantes para el grupo en el Viejo Continente.

C. Pareja/ P. Riaño  
10 oct 2016 - 05:00



La estadounidense **Guess**, a dos velocidades. Mientras que el mercado local de la compañía continúa penalizando sus resultados, Europa se presenta como la salvación de la empresa, una región donde crece a doble dígito y continúa elevando su red de distribución. España, en concreto, se ha convertido en uno de los mercados más importantes para el grupo en el Viejo Continente, donde prepara la apertura de quince nuevos establecimientos hasta 2017, tal y como ha explicado **Albert Beltran**, director general de **Guess** en Iberia, Francia y Reino Unido, a Modaes.

Con cerca de 80 tiendas en todo el mercado ibérico, **Guess** ha puesto el foco de su

desarrollo en España para los próximos años. “Los países más activos en aperturas son España, Rusia y Polonia”, explica Bertran. La Península Ibérica, según el directivo, se ha convertido en una de las áreas más importantes del grupo en Europa, “por facturación y por ser uno de los mercados más rentables para **Guess**”.

**Guess** ha dividido en dos su plan de crecimiento. La primera fase finalizará con el ejercicio 2016, un año en la que la compañía ha puesto en marcha una quincena de establecimientos. Los últimos abrirán sus puertas en el centro comercial **Nevada**, en Granada, y en el centro comercial **Les Glories**, en Barcelona. En noviembre, **Guess** también pondrá en marcha nuevas tiendas en Madrid, San Sebastián y Córdoba.

La segunda fase se llevará a cabo en 2017, cuando **Guess** se ha marcado el objetivo de sumar una decena de aperturas en España. “Abriremos tiendas con un nuevo formato, que requiere una superficie comercial media de 300 metros cuadrados y que incorpora un nuevo concepto de retail”. **Guess** ya cuenta con 62 tiendas en España, 16 en Portugal y dos en Andorra, además de 43 corners en los grandes almacenes El Corte Inglés.

#### **Sacando pecho en Europa**

En estos momentos, **Guess** cuenta con 620 tiendas en Europa, un continente donde la compañía ha elevado a doble dígito sus ventas por superficie comparable desde que empezó el ejercicio. En lo que va de año, **Guess** ha puesto en marcha 42 tiendas en el continente y de aquí a final de año se abrirán cerca de una treintena más. Además, la compañía ha abierto recientemente filiales para la apertura de tiendas propias en países como Irlanda, Dinamarca, Suecia y Turquía, donde hasta ahora sólo operaban en el canal multimarca.

**Con cerca de 80 tiendas en todo el mercado ibérico, Guess ha puesto el foco de su desarrollo en España para los próximos años**

---

# Modaes

---

No obstante, el resto de mercado están penalizando las cuentas del grupo estadounidense. La compañía, que se encuentra inmersa en un proceso de reestructuración, concluyó el 30 de julio los seis primeros meses de su ejercicio con un resultado neto de 7 millones de dólares (6,2 millones de euros), un 68,8% menos que en el mismo periodo del año anterior.

Las ventas de la compañía también se mantuvieron a la baja, con un descenso del 3,1%, hasta 933,8 millones de dólares (827,6 millones de euros), frente a los 1.025 millones de dólares (908,4 millones de euros) que facturó en la primera mitad de 2015.

**Guess** nació en 1981 de la mano de los hermanos **Paul** y **Maurice Marciano**, que abandonaron el sur de Francia en busca del sueño americano. Los Marciano aprovecharon su influencia europea para centrarse en una de las prendas más americanas: los *jeans*.

Con los años, la empresa diversificó lanzando la marca Marciano y, más tarde, el concepto G. Paul Marciano abandonó **Guess** el pasado año, dejando en manos de **Victor Herrero**, ex ejecutivo de **Inditex**, la gestión de la compañía.

Actualmente, el grupo **Guess** cuenta con una red de distribución formada por 1.708 establecimientos en todo el mundo. La mayoría de los puntos de venta de **Guess** están ubicados en Europa, mientras que Asia ya se sitúa como el segundo mercado de la marca por número de establecimientos.