Modaes

Empresa

Scalpers negocia su traslado a La Cartuja con miras a duplicar tamaño en dos años

La compañía española de moda masculina se vuelca en su desarrollo en Europa y México. La empresa finalizará 2017 con una facturación de 42,5 millones de euros.

Pilar Riaño
18 dic 2017 - 05:00

Scalpers negocia su traslado a La Cartuja con miras a duplicar tamaño en dos años. Alfonso Vivancos, consejero delegado, y Borja Vázquez, presidente, comparten la dirección de Scalpers.

Según ha explicado Borja Vázquez, cofundador y presidente de la compañía, a Modaes.es, **Scalpers se encuentra en negociaciones para trasladar su sede a las que serán sus quintas oficinas en sus diez años de trayectoria.** La ubicación más probable es al complejo de La Cartuja, de manera que la empresa mantendrá su actividad en Sevilla.

La empresa cuenta con una plantilla de sesenta personas en central, distribuidas en áreas como producto, finanzas, márketing o expansión. Teniendo en cuenta el personal de tienda y de logística, **la plantilla total del grupo asciende a alrededor de quinientas personas.**

Además de las oficinas centrales, Scalpers cuenta con una plataforma logística en el Polígono La Isla, en Dos Hermanas. El centro logístico de la empresa, que se mantendrá en su ubicación actual, cuenta con 12.000 metros cuadrados de superficie.

Scalpers cuenta con más de quinientas personas en plantilla, dividida entre sede, tienda y logística

La toma del control del capital de la compañía por parte de Jaime Bergel (que el pasado septiembre se hizo con el 70% a través del fondo Trendsetters and Fashion Investments

Modaes

) ha supuesto, según Vázquez, una mayor “profesionalización de la estructura”. **La compañía está reforzando su equipo directivo y diferentes áreas de negocio para cumplir su plan estratégico hasta 2019.**

La dirección de la compañía se divide actualmente entre Borja Vázquez y Alfonso Vivancos, que ocupa el puesto de consejero delegado. Los dos cofundadores (y dueños del 20% del capital) se reparten las áreas de responsabilidad: mientras Vázquez lidera producto, expansión, márketing o estrategia comercial, Vivancos está al frente de operaciones, sistemas, logística o finanzas.

Los ejecutivos se apoyan en un comité de dirección (órgano que acaba de ser creado) que incluye los responsables de márketing y online, dirección comercial, finanzas, compras y diseño. La empresa cuenta también con un consejo de administración.

Plan de crecimiento

La empresa finalizará el próximo diciembre el ejercicio 2017 con una cifra de negocio de 42,5 millones de euros, desde los 31,5 millones de euros del año anterior. El ejercicio 2017 de Scalpers contabilizará un mes menos que el de 2016, pues la empresa ha modificado del 14 de febrero al 31 de diciembre su cierre fiscal.

La compañía se ha marcado el objetivo de duplicar su tamaño en un plazo de dos años, de manera que **las previsiones de Vázquez pasan por que en 2019 la facturación de la empresa se sitúe entre 75 millones y 80 millones de euros**. Según el empresario, Scalpers se encuentra en beneficios.

Para conseguir este objetivo, la empresa acelerará el desarrollo de su red de tiendas físicas y su negocio online. **Las ventas a través de la tienda online de Scalpers representan actualmente el 8% de la facturación total**, a lo que habría que sumar la actividad generada en Internet a través de terceros. En dos años, la compañía quiere que las ventas online copen el 12% del total, con un desarrollo impulsado, en parte, por la internacionalización.

Con 128 puntos de venta actualmente, la empresa prevé contar con 150 en 2018 y 180 en 2019, en función de la evolución de Internet

En el canal físico, la empresa sevillana se volcará en Europa y México como pilares de la expansión. Scalpers, que opera en el mercado mexicano a través de una empresa

Modaes

conjunta con un socio local, se centrará en Holanda, Francia, Reino Unido y Portugal (donde ya está presente) como países prioritarios en los próximos dos ejercicios. “Para la expansión internacional, es probable que se requieran fondos”, admite Vázquez, que no precisa de qué modo se captarán.

En España, que copa el 88% del negocio de la compañía, los planes pasan por alcanzar una red de 110 puntos de venta en dos años, un tamaño con el cual Vázquez prevé haber llegado a su “tope físico” en el país.

Scalpers cuenta actualmente con una red de 128 puntos de venta, teniendo en cuenta tanto tiendas monomarca como corners en grandes almacenes. La compañía prevé finalizar 2018 con 150 puntos de venta, cifra que crecerá hasta entre 180 y 200 en 2019. “Estas son las previsiones, pero la evolución que tenga el canal online puede cambiarlo todo”, concluye Vázquez.