

Empresa

Tendam cambia su estructura y refuerza las direcciones de cadenas

El grupo de gran distribución de moda pasa a estar organizado en tres departamentos de segmento de cliente y un departamento de operaciones de retail.

Pilar Riaño
24 jun 2021 - 10:24



Tendam cambia de estructura en el marco de su proceso de crecimiento con compras, lanzamientos y marcas de terceros. La compañía española, controlada por CVC y Pai, **ha reforzado las tradicionales direcciones de cada una de sus cadenas** para pasar a estar estructurada en tres grandes departamentos de segmentos de cliente. **Estas tres divisiones operarán con un único departamento de operaciones de retail.**

Este cambio de organización se enmarca en la estrategia de desarrollo que la empresa ha acelerado en el último año, con alianzas con marcas de terceros, la adquisición y relanzamiento de firmas (Hoss Intropia o Slow Love) y la creación de nuevos conceptos (High Spirits).

“Hasta ahora, generábamos sinergias operativas en *back office*, ahora damos un paso más para **buscar sinergias en los diferentes segmentos de cliente en que operamos**”, explica Jaume Miquel, presidente y consejero delegado de Tendam.

Tendam pasa organizarse en tres divisiones de segmento de cliente, que incluyen marcas propias, de terceros e incubadas

Tendam ha establecido tres divisiones de segmento de cliente: más de 45 años de edad (con Cortefiel y Pedro del Hierro como pilares, pero también Hoss Intropia o Slow Love), menos de 45 años (con Springfield en el centro, así como High Spirits) y conceptos especiales (partiendo de Women'secret).

La primera estará liderada por Marie Castellvi-Dépée, actual directora general de Cortefiel); **la segunda**, por Marc Calabia, director general de Springfield, y **la tercera por Eva Romeo**, primera ejecutiva de Women'secret. “Su misión será maximizar cuota de mercado gestionando marcas propias, de terceros o incubándolas”, sostiene Miquel.

Igual que en muchas otras áreas (de compras a logística) el grupo apalanca sus cadenas sobre una estructura común, a partir de ahora la compañía lo hará también con retail. **La empresa ha decidido introducir un departamento de dirección de operaciones de retail**, que se encargará de la estrategia de distribución de todas las cadenas y marcas. **Esta área pasa a estar dirigida por Raúl Ramírez**, hasta ahora primer ejecutivo de Fifty Factory, el concepto outlet de Tendam.

La compañía española cerró el último ejercicio (entre el 1 de marzo de 2020 y el 28 de febrero de 2021) con unas ventas de 777,2 millones de euros, lo que supone un retroceso del 34,5% respecto a 2019. La empresa registró un resultado neto negativo en 109,5 millones de euros y un resultado bruto de explotación (ebitda) recurrente positivo en 145,8 millones de euros, frente a los 297 millones de 2019.