

# Modaes

Empresa

## Vuelco en El Ganso: la familia Cebrián recompra a L Catterton el 100% de la empresa

Casi tres años después de que el antiguo L Capital se hiciera con el 49% de la compañía, los hermanos Cebrián y su padre han recuperado el cien por cien del capital. Los últimos resultados y la presión ejercida por el fondo podrían estar detrás de esta operación.

Pilar Riaño  
10 sep 2018 - 05:00

Vuelco en El Ganso: la familia Cebrián recompra a L Catterton el 100% de la empresa

El Ganso vuelve al nido. **La familia Cebrián ha recomprado al fondo L Catterton el 49% del capital de la empresa madrileña de moda**, según han explicado a Modaes.es fuentes cercanas a la empresa. Con esta operación, los hermanos Clemente y Álvaro Cebrián y su padre, Clemente Cebrián Ara, vuelven a controlar el cien por cien del accionariado y prosiguen la etapa de relanzamiento iniciada en 2018.

El movimiento se ha gestado a lo largo de este verano y la plantilla, así como algunos proveedores y la banca, ya han sido informados. El cambio de manos se produce cuando está a punto de cumplirse el tercer aniversario de una de las operaciones más destacadas del capital riesgo en la moda española. **Los últimos resultados y la presión ejercida por el fondo podrían estar detrás de esta operación. El Ganso no ha realizado comentarios.**

En octubre de 2015, L Capital (hoy L Catterton) compró a la familiar el 49% de la compañía. L Catterton esperaba repetir con El Ganso inversiones exitosas como la realizada en el grupo francés SMCP, pero lo cierto es que **en los últimos años los resultados de la empresa española han empezado a flaquear, la compañía ha refinanciado este año su deuda y la familia Cebrián ha inyectado recursos para asegurar la viabilidad.**

**El Ganso incorporó a su accionariado a L Capital**

# Modaes

## hace casi tres años, cuando el fondo compró el 49% de la empresa

El Ganso finalizó el ejercicio 2017 con una facturación de 81 millones de euros, en línea con la cifra registrada un año antes, lo que supuso un frenazo a los ejercicios de alto crecimiento que venía acumulando. Las previsiones para 2018 se sitúan en 89 millones de euros.

Según los últimos datos disponibles en el Registro Mercantil, Acturus Capital (sociedad con que opera El Ganso) entró en pérdidas en 2016, con unos números rojos de 4,05 millones de euros. El resultado de explotación también fue negativo, en concreto de 1,59 millones de euros.

El Ganso comenzó su andadura en 2006 de la mano de los hermanos Álvaro y Clemente Cebrián con una tienda en la calle Fuencarral de Madrid. Cinco años después, la empresa inició su expansión fuera de España con la puesta en marcha de su primer punto de venta en Francia, en la parisina Rue des Rosiers.

Tras duplicar su facturación en 2010, hasta catorce millones de euros, la compañía ha continuado engrosando su negocio a pasos galopantes año tras año. En 2012, la empresa elevó su facturación un 30%, hasta 26 millones de euros. En 2013, El Ganso volvió a acelerar, con un impulso del 34,4%, y en 2014 registró un crecimiento récord, al elevar sus ventas un 50%.

Vuelco en El Ganso: la familia Cebrián recompra a L Catterton el 100% de la empresa

Image not found or type unknown  
Álvaro y Clemente Cebrián, cofundadores de El Ganso

### **Cambios en la compañía**

**La apertura del capital en 2015 trajo consigo algunos cambios.** El primero de ellos fue la salida de uno de sus fundadores. Poco más de doce meses después de la entrada de L Catterton, Clemente Cebrián decidió abandonar la gestión de la empresa para emprender nuevos proyectos. Ante la partida de Clemente, Álvaro dio un paso al frente, si bien su hermano terminó regresando presionado por el fondo, según fuentes cercanas.

La compañía ha incorporado nuevos perfiles, como el de un consejero delegado, en concreto Berta Escudero, una experta en operaciones con una larga trayectoria en

---

# Modaes

---

compañías como Grupo Cortefiel (hoy Tendam). Retail, finanzas, expansión y diseño han sido otras áreas reforzadas con nuevos ejecutivos.

La empresa se encuentra en pleno giro de su producto para tratar de cautivar a un consumidor más joven, al tiempo que, forzada por la necesidad de generar mayor rentabilidad, la compañía ha modificado su política de aprovisionamiento.

La hoja de ruta trazada por la empresa a principios de año pasa por continuar reforzando el área digital, bajar la persiana de algunas tiendas deficitarias y seguir impulsando la marca. Combinando España y el extranjero, El Ganso prevé poner en marcha unas diez tiendas cada año para mantener un ritmo de crecimiento anual del 11%.