

Entorno

Los grandes almacenes se recuperan: crecimiento del 22% hasta 2019 en el mundo

Modaes
16 oct 2014 - 12:20

El Corte Inglés, Printemps, Galeries Lafayette o Harrods. Los grandes almacenes empiezan a ver la luz al final del túnel. Según un estudio de la consultora **Verdict**, el sector volverá al crecimiento en 2014 y anotará una evolución positiva del 22% en los próximos cuatro años, hasta alcanzar un volumen de 450.000 millones de dólares (354.462 millones de euros).

El documento destaca que esta recuperación se producirá, sobre todo, gracias al desarrollo de los principales operadores en países emergentes, con China a la cabeza copando el 30% del gasto total del sector en un periodo de cinco años.

Fundados en países como Francia, Reino Unido y Estados Unidos a mediados del siglo XIX, los grandes almacenes han ido perdiendo fuelle con el paso de los años, sobre todo a partir de la década de los setenta, por el nacimiento y rápido auge de tiendas especializadas en moda, electrónica y muebles como **Zara**, propiedad de **Inditex**, o la sueca **Ikea**, según *Reuters*.

A la incorporación de este tipo de conceptos se ha sumado, en los últimos años, el creciente negocio del e-commerce, que ha sido la gota que ha colmado el vaso para muchos operadores internacionales, que se han convertido en espacios monótonos con una clientela de cada vez más edad, según el informe.

Modaes

Estos dos factores han hecho que el sector haya tenido que modernizarse y apostar por estrategias alternativas para garantizar su continuidad y su viabilidad. Muchos han apostado por la moda de gama alta, los accesorios o la cosmética, mientras que otros han decidido lanzarse a impulsar sus páginas web, retando así a actores como **Amazon** con técnicas como el *click-and-collect*, como ya hace el grupo español **El Corte Inglés**, que ha incorporado progresivamente el ecommerce a su modelo y ha introducido opciones de compra múltiple para sus clientes.

Printemps ha sido uno de los grupos que más cambios ha llevado a cabo. Uno de ellos ha sido la renovación de su primera tienda **Boulevard Haussmann**, en la que ha incluido una nueva selección de firmas de moda y de la que ha recuperado la decoración original. Estos cambios han dado sus frutos: el establecimiento elevó un 14% su cifra de negocio en 2013, hasta 850 millones de euros.

Pese a que la renovación de espacios en sus mercados locales tiene resultados positivos, son muchos los operadores de grandes almacenes que están cimentando su desarrollo a corto plazo en países emergentes, donde la urbanización masiva de espacios y la incipiente clase media les dan margen de maniobra suficiente como para establecer planes a largo plazo.

El grupo francés **Galeries Lafayette** es ejemplo de ello. La compañía estudia la apertura de establecimientos en ciudades como Doha y Estambul, que se añadirán a los que ya tiene en otras capitales internacionales, como Casablanca, Yakarta, Dubái y Pekín.

La estadounidense **Bloomingdales**, por su parte, cuenta con un punto de venta en Dubái, que puso en marcha en 2010 de la mano del grupo local **Al Tayer**. Este establecimiento es el que mejor evolución registra anualmente por detrás del *flagship store* de la compañía en Manhattan.

Otra de las opciones que se han planteado los distintos actores del sector para poder exportar su modelo de negocio es a través de la Red, como ya lo ha hecho el británico **John Lewis**, que realiza envíos a 33 países de todo el mundo y cuenta con un acuerdo con la compañía surcoreana **Shinsegae**, pero que no se plantea abrir tiendas fuera del Reino Unido.

La plataforma de ecommerce de **John Lewis** incrementó un 25% su cifra de negocio en el primer semestre de 2014 y ya copa más de 30% de la facturación global de la compañía.

Modaes

John Lewis, Printemps o Galeries Lafayette han decidido apostar por renovar su oferta o expandirse fuera de su mercado local online y offline, tal y como lo está haciendo el grupo español **El Corte Inglés**, que cuenta con tienda online operativa fuera de España y ya ha confirmado su intención de explorar su desarrollo más allá del mercado nacional y Portugal.

Mientras la mayoría de operadores han decidido dar la vuelta a su negocio, otros actores del sector como **House of Fraser** o **La Rinascente** no han llevado a cabo ningún cambio sustancial en su modelo.

De este modo, han pasado a ser objetivo de inversores internacionales, que han terminado adquiriéndolos e incorporándolos a su cartera de activos. Mientras **House of Fraser** es ahora propiedad del grupo chino **Sanpower**, **La Rinascente** y la danesa **Illum** han pasado a formar parte de la estructura del tailandés **Central Group**.