



EL MAPA DE LA MODA 2014

BOLETÍN DE INTELIGENCIA
PROSPECTA

I.	Los líderes de la moda en España	3
II.	Los gigantes de la gran distribución mundial de moda	10
III.	Los gigantes del negocio internacional del lujo	16
IV.	Los reyes de los grandes almacenes	23
V.	Los grandes de la moda urbana	29
VI.	Los campeones del negocio de la moda deportiva	35
VII.	Los líderes de la industria del calzado	42
VIII.	Los reyes de la perfumería	48
IX.	Los líderes de la industria auxiliar	54
X.	Los gigantes de la moda infantil	60

EL MAPA DE LA MODA 2014

Prospecta presenta un compilado de la edición 2014 del "**Mapa de la Moda**", un especial que Modaes.es elabora anualmente el cual funge como una guía para conocer cuáles son los principales actores del negocio de la moda en todo el mundo. Segmentado por sectores, **El Mapa de la Moda** es un documento de consulta para los empresarios, directivos y profesionales del negocio de la moda y de sus sectores auxiliares.

Patrocinado por la compañía logística **Grupo Sevica**, éste documento muestra una radiografía de las principales empresas del negocio de la moda en España por volumen de negocio, abordando un nuevo segmento: gran distribución mundial, lujo, grandes almacenes, moda urbana, moda deportiva, calzado, moda infantil, industria auxiliar y cosmética y perfumería.



I. Los líderes de la moda en España

Inditex, Mango y Grupo Cortefiel vuelven a liderar en 2014 el ranking de los mayores grupos de España del negocio de la moda, aunque seguidos muy de cerca por uno de los fenómenos del sector de los últimos años: **Desigual**. Si las previsiones de la empresa española se cumplen y **Grupo Cortefiel** mantiene la evolución de los pasados ejercicios, **Desigual** se convertirá el año que viene en la empresa número tres del sector y **Grupo Cortefiel**, en la cuarta.

Pepe Jeans y Tous se mantienen en la quinta y sexta plaza, posiciones a partir de las cuales comienzan a haber cambios. En la edición 2014 de **El Mapa de la Moda**, el grupo gallego **Textil Lonia** ha adelantado a la cadena madrileña **Blanco**, que en 2013 atravesó el peor año de su historia con un acelerado proceso de cierres, un expediente de regulación de empleo (ERE), un concurso de acreedores y, finalmente, la venta al grupo saudí **Alhokair**.

El fenómeno del calzado de bajo costo **Marypaz** sigue en pleno crecimiento y adelanta en esta edición a **Adolfo Domínguez**, que se ha visto afectada por la dura situación del consumo. **Shana**, que también opera en la gama baja del mercado, escala también un puesto y rebasa a **Liwe Española**, propietaria de la cadena **Inside**.

Modaes.es introduce en el ranking de 2014 un cambio en los criterios de selección e incorpora a la moda nupcial, descartada inicialmente para la clasificación general por tratarse de un nicho de mercado. Por esta razón, el grupo barcelonés **Pronovias** se incorpora al listado de las mayores empresas españolas, desplazando fuera de la clasificación a **Bimba y Lola**, que no ha logrado todavía superar los cien millones de facturación.



LOS LÍDERES DE LA MODA EN ESPAÑA



INDITEX

CADENAS *Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Oyako, Uoigo, Zara Home*
FACTURACIÓN 2013 16.724 M€
TIENDAS 6.300
SEDE La Coruña
OTROS DATOS *Cuica en Italia*

MANGO

CADENAS *Mango, Lo & Lo, Mango Mango Touch, Victoria, Mango Kids, Mango Sport de Intimidad*
FACTURACIÓN 2013 1.846 M€
TIENDAS 2.700 puntos de venta
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Propiedad de la familia Amal*

GRUPO CORTERIEL

CADENAS *Cortefiel, Springfield, Roman Secret, Nuevo del Hierro, Pity, Fanny*
FACTURACIÓN 2013* 946 M€
TIENDAS 1.900
SEDE Madrid
OTROS DATOS *Propiedad de CFC, Pity y Fanny*
**Ejercicio cerrado en febrero de 2013*

DESIGUAL

CADENAS *Desigual*
FACTURACIÓN 2013 828 M€
TIENDAS 405 tiendas monomarcas, 11.055 multimarcas y 2.380 corners
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Participada por el fondo Eurazeo*

PEPEJEANS

CADENAS *Pepe Jeans, Hachett y gestión Tommy Hilffter y Calson Kala en Iberia*
FACTURACIÓN 2013* 487,57 M€
TIENDAS Más de 350
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Participada por L Capital, Asia Capital y Terraal*
**Ejercicio cerrado en marzo de 2013*

TOUS

CADENAS *Woo, Dayaday*
FACTURACIÓN 2013 378 M€
TIENDAS Más de 450
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Propiedad de la familia Tous*

TEXTILLÓNIA

CADENAS *CM Carolina Herrera, Parfums de Givoch*
FACTURACIÓN 2013* 257,91 M€
TIENDAS Más de 150 (CFC) y más de 50 (PFC)
SEDE Oviedo
OTROS DATOS *Participada por L Capital*
**Ejercicio cerrado en febrero de 2013*

BLANCO

CADENAS *Naïo Blanco, Blanco Accesorios*
FACTURACIÓN 2013 *Abandonó de 200 M€*
TIENDAS *Abandonó de 140*
SEDE Madrid
OTROS DATOS *Propiedad de Altabois*

CAMPER

CADENAS *Camper, Mediocredito*
FACTURACIÓN 2013 *Más de 200/410*
TIENDAS 150 y canal multimarcas
SEDE Mallorca
OTROS DATOS *Propiedad de la familia Florá*

PUNTROMA

CADENAS *Punt Roma*
FACTURACIÓN 2013 *Abandonó de 209 M€*
TIENDAS 400
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Capital familiar*

PROMOCINAS

CADENAS *Promocinas*
FACTURACIÓN 2012 165 M€
TIENDAS 167 tiendas y canal multimarcas
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Propiedad de la familia Palanca*

MARYEAS

CADENAS *Maryeas*
FACTURACIÓN 2013 139,5 M€
TIENDAS 270
SEDE Sevilla
OTROS DATOS *Propiedad de la familia Aguilera*

ADOLFO DOMÍNGUEZ

CADENAS *Adolfo Domínguez*
FACTURACIÓN 2013* 132,4 M€
TIENDAS 649
SEDE Oviedo
OTROS DATOS *Cuica en Italia*
**Ejercicio cerrado en febrero de 2014*

SIJANA

CADENAS *Sijana, Estable Agent*
FACTURACIÓN 2013 150 M€
TIENDAS Más de 300
SEDE Barcelona
OTROS DATOS *Propiedad de Julio Lora*

LIWE ESPAÑOLA

CADENAS *Liwe*
FACTURACIÓN 2013 179,79
TIENDAS Más de 500
SEDE Murcia
OTROS DATOS *Cuica en Italia*



1. INDITEX

El ejercicio 2013 ha vuelto a ser para Inditex un año marcado por la estabilidad. El número uno mundial de la distribución de moda concluyó el año con un crecimiento del 5% y un incremento del 1% en su beneficio neto, lejos de los aumentos de doble dígito de años anteriores. La empresa, que en 2013 invirtió 1.240 millones de euros en su desarrollo, se ha centrado en la apertura de macrotiendas de su cadena Zara, lo que le ha llevado a emprender un proceso de cierres de establecimientos de menor superficie en países como España. Inditex se centra, de momento, en el crecimiento geográfico y en el e-commerce, descartando el lanzamiento de nuevos conceptos o las compras.

2. MANGO

Año de cambios en el seno de Mango. La empresa puso en marcha el año pasado su anunciado proceso de diversificación y ha comenzado el desarrollo de Mango Kids, Mango Sport & Intimates y Violeta. El grupo concluyó 2013 con un crecimiento del 9%, el mismo porcentaje que se elevó su resultado neto, hasta €120,5 millones de euros. Con una plantilla de 13.000 empleados, el grupo presidido por Isak Andic ha afianzado también el proceso de relevo generacional y Jonathan Andic ha ganado importancia en el organigrama, convirtiéndose en vicepresidente y ejerciendo las funciones de consejero delegado. La empresa ha analizado incluso las compras y se ha acercado a cadenas como Blanco.

3. GRUPO CORTEFIEL

Apuesta por los mercados internacionales. Este es el resumen de la estrategia actual de Grupo Cortefiel, que se centra en el desarrollo internacional para sobrellevar la caída de las ventas en España. La compañía, controlada por los fondos CVC, Pai y Permira, concluyó el ejercicio cerrado en febrero de 2013 con unas ventas de €53,6 millones de euros, frente a los €54,37 millones de un año antes. Grupo Cortefiel, cuya mayor cadena por volumen de negocio es ya Springfield, cerró el año pasado acuerdos para entrar en mercados tan significativos como Estados Unidos y se marcó el objetivo de abrir 200 tiendas en Rusia hasta 2016. El grupo sigue buscando la estabilidad financiera y, si a finales de 2012 refinanció su deuda por tercera vez, a principios de 2014 ha vuelto a sentarse con la banca. En 2013, la compañía perdió a su director general, Ezequiel Szafir (que fichó por Amazon), así como a su presidente no ejecutivo, Anselm van den Auwelant.

4. DESIGUAL

Desigual va camino de convertirse en la tercera mayor empresa de España de distribución de moda. La compañía se ha marcado el objetivo de alcanzar una cifra de negocio de mil millones de euros en 2014, tras cerrar 2013 con unas ventas de 828 millones de euros. La cadena de moda, caracterizada por el colorido de sus diseños, ha dado un gran paso adelante en los últimos meses al incorporar a su accionariado al fondo galo Eurazeo, que ha pagado 285 millones de euros por el 10% del capital. La empresa centra su desarrollo en el crecimiento internacional y la diversificación (con entrada en nuevas categorías como perfumes), mientras sigue llamando la atención de los consumidores y sembrando la polémica con sus campañas de marketing.

5. PEPE JEANS

Con paso firme y sin llamar la atención, **Pepe Jeans** prosigue su conquista del mundo. La empresa registró en su último ejercicio un crecimiento del 6,4%, mientras su resultado neto se elevó un 61%. La compañía atribuye su buen comportamiento a la evolución de la marca **Pepe Jeans** en India y de **Hackett** en Europa. Participada por Torreal (el brazo inversor del empresario **Juan Abelló**) y **L Capital** (grupo inversor de **LVMH**), Pepe Jeans ha engordado su negocio con la incorporación de la gestión de **Calvin Klein** en Europa y España, gracias a lo cual ocupa el hueco dejado por **Coach**, con quien dejó de trabajar el año pasado. Pepe Jeans se mantiene fiel a su objetivo de internacionalización, pero sin descartar las adquisiciones.

6. TOUS

Año de cambios para Tous. En los últimos doce meses, la empresa ha tomado una decisión inédita hasta ahora: las compras. A finales del año pasado, la compañía de joyería y complementos acordó la adquisición de la cadena Dayaday, que se encontraba en concurso de acreedores desde junio del año pasado. Tous se introducirá con Dayaday en un segmento de mercado inferior y tratará de dar un empujón a sus ventas, estables durante los últimos ejercicios. La empresa, que se ha marcado el objetivo de poner en marcha cien tiendas en 2014, ha remodelado recientemente su consejo de administración con la incorporación de Beatriz González-Cristóbal y Luis Bach, que han sustituido a Luis del Valle y Andrés Cárdenas.

7. TEXTIL LONIA

Si hay un grupo discreto en el negocio español de la moda ese es Textil Lonia. La compañía gallega, fundada por la familia Domínguez (hermanos del empresario Adolfo Domínguez), se ha convertido en uno de los mayores grupos del sector y este año escala un puesto en el ranking. La empresa se encarga de la gestión de las marcas CH Carolina Herrera y Purificación García y, con ellas, está recorriendo el mundo. CH Carolina Herrera ha superado ya el centenar de establecimientos, con la mirada puesta en Estados Unidos y Asia como prioridades. La empresa ha reforzado también su equipo directivo con el fichaje de Albert Puyol, ex presidente de Loewe.

8. BLANCO

El ejercicio 2013 pasará a la historia de Blanco como uno de los peores de su historia. En doce meses, el grupo presentó un expediente de regulación de empleo para despedir a 700 personas, redujo drásticamente su red de tiendas y presentó concurso de acreedores. Finalmente, la compañía ha pasado a manos del grupo saudí Alhokair, que utilizará a la empresa madrileña como plataforma de entrada en España y en Europa. Blanco no ha comenzado de momento a llevar a cabo nuevas aperturas, si bien está analizando algunos de los locales cerrados en el marco de la reestructuración.

9. CAMPER

Pocas son las cifras que trascienden sobre Camper, la mayor compañía española del sector del calzado, con permiso de Tempe, la filial de Inditex dedicada al diseño y fabricación de todos los zapatos del grupo gallego. A pesar de ello, los alrededor de 200 millones de cifra de negocio que comunican habitualmente le sirven para revalidar la novena posición en la clasificación. Camper sigue centrada en el desarrollo internacional (apostando por mercados en auge como Brasil) y en la extensión de su red de tiendas Together. La empresa de la familia Fluxá está liderada actualmente por Miguel Fluxá.



10. PUNT ROMA

Punt Roma forma parte del grupo de compañías discretas de la moda española, aunque su red de tiendas roce ya los 400 establecimientos en el mundo. La cadena, especializada en tallas grandes y dirigida a un público de edad superior al de Zara o Mango, acaba de poner en marcha un nuevo concepto de retail, que implantará progresivamente en el resto de puntos de venta. La empresa de capital familiar tiene sede en Mataró y la segunda generación de la familia ya está incorporada a la gestión.

11. PRONOVIAS

Pronovias, que este año cumple 50 años de historia, se incorpora a El Mapa de la Moda en 2014. La compañía de moda nupcial es uno de los líderes mundiales del sector, con una cifra de negocio de más de €160 millones de euros. La empresa atravesó un 2013 difícil, marcado inicialmente por el fallecimiento de su director creativo, Manuel Mota. Posteriormente, la compañía presidida por Alberto Palatchi incorporó como consejero delegado a Manuel Ehrensperger (procedente de Swarovski), que está liderando la profesionalización de la empresa con el fichaje de ejecutivos de primer nivel y la promoción de personal interno. Pronovias se centra en su desarrollo internacional y en la apuesta por segmentos como la moda de fiesta.

12. MARYPAZ

Ochocientos puntos de venta en 2017. Este es el objetivo que se ha marcado la compañía andaluza Marypaz, que combina en su negocio el calzado con los precios bajos. La empresa ha cerrado 2013 con un crecimiento del 16% y ha rozado los 140 millones de euros gracias a una red de distribución de 250 establecimientos. La empresa se ha estrenado ya en el mercado francés y negocia ahora su entrada en Reino Unido e Italia, además de en Estados Unidos. **Marypaz**, con sede en Sevilla y fundada en 1975 de la mano de **Ángel Aguaded**, produce un 30% de sus zapatos en España y un 70% en China. La empresa cuenta con una plantilla de más de 1.500 personas.



13. ADOLFO DOMÍNGUEZ

Después de un 2012 marcado por la incorporación del primer director general de la historia y por la reducción de personal, el ejercicio 2013 ha representado para Adolfo Domínguez la implementación del plan de reestructuración, cuyos frutos se reflejan ya en los resultados de la empresa. Adolfo Domínguez ha cerrado el ejercicio 2013 con unas pérdidas de €10,2 millones de euros, lo que supuso una reducción del 57% en los números rojos. Las ventas de Adolfo Domínguez en 2013 (ejercicio cerrado el pasado 28 de febrero) se situaron en €132,4 millones de euros.

14. SHANA

Si el refrán dice que el movimiento se demuestra andando, la joven cadena Shana es el mejor ejemplo de ello. Comdifil, compañía propietaria de Shana, ha estado centrada en el último año en el desarrollo internacional, pero también en el desarrollo de una nueva aventura: Double Agent.

A mediados de 2013, la compañía controlada por Julián Imaz lanzó al mercado la cadena Double Agent, especializada en el público adolescente y con un gran crecimiento en sus primeros años de historia. La compañía, con sede en Barcelona, ha apostado también por mejorar su aprovisionamiento con la creación de cuatro grandes clusters: Portugal, Marruecos, Bangladesh y China. Mientras el gran desarrollo de Shana vendrá de la mano de un reciente acuerdo firmado con el grupo chino Yueda, Double Agent prepara la puesta en marcha de una filial en Estados Unidos.

15. LIWE ESPAÑOLA

El salto internacional es ya una realidad para Liwe Española. La compañía murciana prepara ya la apertura de las primeras tiendas de su cadena Inside en Polonia, país que se sumará a Portugal e Italia, además de España. Con una red de más de 300 tiendas, Inside cierra el ranking de las quince mayores empresas del sector en España. Liwe, que tiene la mirada puesta en los mercados internacionales, ha elevado un 34% su resultado neto en 2013, año en el que ha acelerado su proceso de relevo generacional. José Ángel Pardo, hijo del fundador, se ha convertido director general de la empresa.

II. Los gigantes de la gran distribución mundial de moda

Los gigantes internacionales de la gran distribución de moda se aferran al *top ten* del mundo, teniendo en cuenta tanto su facturación como su penetración internacional y la fortaleza de sus marcas. **Inditex** lidera, un año más, el ranking internacional, en el que le siguen, de nuevo, la sueca **H&M** y la estadounidense **Gap**.

El grupo asiático **Fast Retailing** amenaza con colarse en el podio del sector en los próximos ejercicios si mantiene el ritmo de crecimiento actual y si el número tres, **Gap**, no consigue acelerar su internacionalización.

Pese a haber decidido no facilitar la evolución de sus ventas desde 2011, **C&A** se mantiene en la clasificación con sus cerca de €7.000 millones de euros solamente en Europa, excluyendo el negocio en China, Brasil y México.

C&A es, junto a **Bestseller**, la única empresa de la clasificación que no cotiza en bolsa. El grupo danés **Bestseller** se incorporó el año pasado a la lista de las diez principales compañías del sector y, en 2014, avanza una posición adelantando a **Esprit**, que continúa reduciendo sus ventas.





INDITEX

CADENAS Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Oysho, Zara Home
FACTURACIÓN 2013 16.724 M€
TIENDAS 5.309
SEDE España
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

H&M

CADENAS H&M, Cos, Monki, Weekday, &Other Stories
FACTURACIÓN 2013 14.613 M€
TIENDAS 3.132
SEDE Suecia
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

GAP

CADENAS Gap, Old Navy, Banana Republic, Piperlime, Athleta, Intermix
FACTURACIÓN 2013 11.920 M€
TIENDAS Más de 3.500
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

FAST RETAILING

CADENAS Uniqlo, Guupour, de Cozoniers, J Brand, GU...
FACTURACIÓN 2013 8.655 M€
TIENDAS 2.449
SEDE Japón
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

VE CORPORATION

CADENAS 7 for all mankind, Lee, Majestic, Wrangler, The North Face, Reef, Kipling, Timberland, Vans...
FACTURACIÓN 2013 8.358 M€
TIENDAS 1.100
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

LIMITED BRANDS

CADENAS Victoria's Secret, Bath&BodyWorks, Henri Bendel, La Senza
FACTURACIÓN 2013 7.850 M€
TIENDAS 2.468
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

C&A

CADENAS C&A
FACTURACIÓN 2011 6.800 M€ (C&A Europe)
TIENDAS
SEDE Holanda
OTROS DATOS Propiedad de Cofra Holding

P&H

CADENAS Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Van Heusen, Incub, Armani, Speedo, Olga y Warner's.
FACTURACIÓN 2013 5.922 M€
SEDE Estados Unidos
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

BESTSELLER

CADENAS Jack & Jones, Vero Moda, Name it, Vía Cinchas, Pieser...
FACTURACIÓN 2013 2.605 M€
TIENDAS Más de 3.000
SEDE Dinamarca
OTROS DATOS Compañía familiar

ESPRIT

CADENAS Esprit
FACTURACIÓN 2013 2.529 M€
TIENDAS 963 (sólo tiendas propias)
SEDE Alemania y Hong Kong
OTROS DATOS Cotiza en bolsa

*Facturación en euros teniendo en cuenta el tipo de cambio con la moneda local en la fecha de presentación de resultados.

1. INDITEX

El grupo gallego **Inditex** se mantiene en la primera plaza de la gran distribución mundial de moda. **Inditex** se quedó en el ejercicio 2013 por detrás de sus rivales a nivel global, **H&M** y **Gap**, en evolución de su beneficio, así como en crecimiento de sus ventas. Pero la compañía española sí batió a sus competidores en 2013 en la evolución de las ventas por superficie comparable. Las ventas *like for like* de **Inditex**, que en 2012 habían aumentado un 6%, subieron en el ejercicio 2013 la mitad, un 3%. La empresa se desmarca de sus rivales y descarta, de momento, el lanzamiento de nuevas enseñas, así como las adquisiciones.

2. H&M

Crecimiento internacional, diversificación con nuevos conceptos y ampliación de los existentes y llamativas campañas de imagen. Estos son tres de los ejes de la estrategia que está implementando el gigante sueco **H&M**, que revalida su posición como número dos mundial de la gran distribución de moda. La compañía está centrada actualmente en la conquista geográfica, con grandes planes de desarrollo en países como China. En paralelo, la empresa potencia sus segundas cadenas (**Cos**, **&Other Stories**, **Cheap Monday** o **Weekday**), al tiempo que engorda la oferta de H&M potenciando categorías como deporte, hogar o moda masculina. El grupo sigue adelante con su apuesta por las colaboraciones con diseñadores de renombre (la última anunciada ha sido la colección que lanzará con **Alexander Wang**) y por costosas campañas de publicidad.

3. GAP

La estadounidense **Gap** lo sigue apostando todo a los mercados internacionales. Desde que pusiera en marcha un plan estratégico para reducir su dependencia de Estados Unidos con el crecimiento internacional y el e-commerce como principales herramientas, la empresa se ha convertido en el gigante que ha entrado en un mayor número de países. La empresa se centra en mercados como China, donde se ha marcado el objetivo de triplicar su negocio en dos años. En paralelo, el grupo está apostando por potenciar sus segundas marcas (entre las que figuran **Old Navy**, **Athleta** o **Piperlime**), mientras ha intentado recuperar la posición entre los consumidores con campañas que apelan a sus orígenes y su historia.



4. FAST RETAILING

Fast Retailing se ha convertido en la empresa que pisa los talones al *top* tres de la gran distribución de moda. Prácticamente desconocida hasta hace diez años, **Fast Retailing** ha irrumpido con fuerza en el sector gracias a su cadena principal, **Uniqlo**. La compañía se ha marcado el objetivo de adelantar a **Inditex**, **H&M** y **Gap** en el año 2020, utilizando tanto el crecimiento geográfico como las adquisiciones. En el último año, **Fast Retailing** se ha acercado a empresas del sector como la estadounidense **J Crew** (si bien la operación terminó siendo descartada por el precio) o **Cath Kidston**. **Uniqlo** es la cadena principal del grupo, tanto por número de tiendas como por volumen de facturación. Sin embargo, la compañía ha construido, principalmente a partir de adquisiciones, una cartera diversificada de marcas con notoriedad internacional, principalmente en Europa y Estados Unidos.

5. VF CORPORATION

La compañía estadounidense, propietaria de marcas como **The North Face**, **Wrangler**, **Lee** o **Timberland**, entre otras, ha continuado aumentando su volumen en el último año. El grupo, que en 2014 ha estrenado un nuevo centro logístico en China, se ha propuesto duplicar su cifra de negocio en el gigante asiático en los próximos cuatro años, hasta alcanzar unas ventas de \$1.000 millones de dólares. Con sede en Greensboro, en Estados Unidos, **VF Corporation** cuenta con una red de distribución formada por 1.100 establecimientos.

6. LBRANDS

El grupo estadounidense **L Brands** continúa buscando su hueco en el mercado europeo. La compañía, propietaria de la enseña **Victoria's Secret**, **Bath&Body Works**, **Henri Bendel** y **La Senza**, ha potenciado este año la primera fase de su plan de crecimiento fuera de Estados Unidos, un mercado del que quiere depender menos. Este año, el grupo tiene previsto potenciar a su enseña más rentable, **Victoria's Secret**, duplicando el número de puntos de venta que tiene en Reino Unido y triplicar su estructura de distribución en Oriente Medio. **L Brands**, nueva denominación del grupo **Limited Brands**, concluyó el ejercicio 2013 con una facturación de 7.850 millones de euros y una red de distribución formada por casi 3.500 establecimientos en todo el mundo.

7. C&A

Pese a que el grupo holandés C&A decidió hace dos años no volver a hacer pública la evolución de sus ventas, la empresa se mantiene, todavía, en el *top ten* de los mayores grupos del mundo.

Solamente el negocio de la empresa en Europa ascendió en 2011 a €6.800 millones de euros y, teniendo en cuenta que también opera en China, Brasil y México, la plaza de **C&A** está justificada. **C&A** cuenta con más de 1.500 tiendas en Europa, con una plantilla de más de 37.500 personas. Alemania representa el mayor mercado de la empresa, seguido por Holanda, Austria, Bélgica, España y Francia.

8. PVH

Vender sus marcas secundarias y centrarse en las que realmente son rentables. El grupo estadounidense **PVH**, que ha crecido exponencialmente durante los últimos años gracias a las adquisiciones, se encuentra inmerso en un plan de reorganización. El negocio principal del grupo procede de **Calvin Klein** y **Tommy Hilfiger**, aunque también opera con **VanHeusen**, **Arrow**, **Izod**, **Speedo** y **Olga**, susceptibles ahora de salir de la cartera del grupo. **PVH** ya llevó a cabo operaciones de desinversión en 2013, con la venta de su marca **GH Bass & Co** a **G-III Apparel Group**. El grupo, que cuenta con una participación en Karl Lagerfeld, registró una facturación en 2013 de €5.922 millones de euros.

9. BESTSELLER

Todos los canales. Todos los públicos. Y todos los países. Esta es la apuesta que está llevando a cabo el grupo danés **Bestseller** para mantenerse entre los líderes mundiales de la gran distribución. La empresa, que este año avanza un puesto en la clasificación por la compleja situación que está atravesando Esprit, ha lanzado en el último año marcas como **Only&Sons**, que se ha sumado a una cartera de una decena de marcas. **Bestseller** se ha marcado el objetivo de superar las 10.000 tiendas en 2014, que se sumarán a la presencia en el canal multimarca y en la Red. Entre los mercados que la empresa está atacando actualmente se encuentra Latinoamérica, gestionado desde la filial española de la compañía.



10. ESPRIT

Esprit sigue adelante con su reestructuración. La compañía, con sede central en Alemania y que cotiza en la bolsa de Hong Kong, se ha marcado el objetivo de regresar a los números negros en el ejercicio 2014, algo que va camino de conseguir teniendo en cuenta que en el primer semestre ha abandonado las pérdidas. El español **José Manuel Martínez Gutiérrez**, consejero delegado de la empresa, está llevando a cabo una profunda reestructuración que ha supuesto el cierre de tiendas, la salida de mercados como el canadiense o el indio y la reorganización de la cúpula directiva de la compañía con fichajes como los de **Rafael Pastor**, **Juan Antonio Chaparro**, **Elena Lazcanotegui** y **José Antonio Ramos**, todos procedentes de la cantera de Inditex. La empresa se centra en el cierre de aquellos establecimientos que no sean rentables y prepara, por ejemplo, el cierre de alrededor de cincuenta tiendas en Europa.

