

Bodybell comprará 100 perfumerías para plantar cara a El Corte Inglés

Nmás1, nuevo dueño de la empresa, diseña un plan de expansión

SANTIAGO HERNÁNDEZ, Madrid
Bodybell, la segunda firma de perfumería selectiva del mercado español tras El Corte Inglés, se ha fijado como objetivo estratégico comprar 100 perfumerías para completar una red nacional de 300

tiendas especializadas. Con ello pretende acercarse a la firma de grandes almacenes, líder absoluto del mercado con casi un 23% de las ventas totales en el sector. Bodybell ya controla cerca del 9% de este mercado.

El fondo de capital riesgo Dinamia y su gestora Nmás1 cerraron en el mes de mayo de 2005 la compra de la primera cadena de perfumerías en España, tras El Corte Inglés, en una operación que supuso una inversión de 43 millones de euros, la mayor hecha por este fondo, y que estuvo dirigida por Fernando Ortiz y Alejandro Baigorri.

Los nuevos dueños mayoritarios con el control del 90% del capital han diseñado un plan de expansión con varios frentes entre los que sobresale la ambiciosa apertura de tiendas. Este plan ha sido apoyado por las familias fundadoras de la empresa (Gómez y Peña), que hace 30 años permanecen en el capital de la compañía con el 10% del capital.

Creada en 1977 como una empresa de distribución de artículos de droguería, limpieza e higiene, bajo la enseña Eurodroguer, dio un paso al frente en 1988 y compró la firma Iberdroper para unificar el negocio bajo la marca Bodybell.

La empresa ha mantenido un alto ritmo de crecimiento en ventas desde entonces y el pasado año cerró con una facturación de 145 millones de euros. A final de 2006, la red de tiendas llegará a las 145 y será de 200 puntos de venta en 2009, cifra a la que se llegará con la apertura escalonada.

El plan estratégico de expansión establece que cuando se llegue a las 200 tiendas será el momento de acelerar el paso y crecer por la vía de las compras de cadenas. Así, se quiere incorporar de una tacada unas 100 tiendas de

una o varias cadenas para apuntalar su posición en el mercado de la perfumería y dar la batalla al líder.

Con los nuevos dueños, Bodybell aparte de contar con unos nuevos sistemas informáticos, ha reforzado la dirección. Se ha incorporado a Francisco Martín-Consuegra, procedente de la dirección de Leche Pascual, como consejero delegado. Pascual hace de puente entre el consejo y la dirección compuesta por dos directores generales: José Cabanas y Juan José Carballo.

Concentración

A finales del pasado 2005 había en España un total de 17.037 comercios que vendían droguería y perfumería. El sector se está reconvirtiendo al aumentar las tiendas de cadenas especializadas y de libre servicio y bajar el comercio tradicional. En el último año, las primeras aumentaron un 6% hasta las 4.521 tiendas y las segundas cayeron el 8% hasta las 12.516. La tendencia del sector camina, según los expertos, hacia los productos selectivos y de marca y en la concentración del sector por la vía de fusiones y compras.

En la perfumería selectiva, los grandes almacenes copan el 23% del mercado, las cadenas de perfumería el 39,8%, el comercio tradicional el 14% y el mercado turístico (aeropuertos, aviones, etcétera) el 23,2%. Dentro de las cadenas de perfumería Bodybell cuenta con el 6,05% y llega al 15,2% si sólo se tienen en cuenta las denominadas modernas cadenas de perfumería.

El descubrimiento del hombre como cliente con el mayor potencial de crecimiento en sus compras es uno de los puntos centrales de la estrategia de Bodybell, compañía que entre los meses de diciembre y enero hace las ventas de tres meses normales por la festividad de Navidad y Reyes.

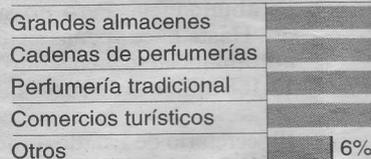
La desestacionalización del consumo es otro de los objetivos de esta firma, que estuvo en el punto de mira de Eroski con la que se llegó a negociar cuando la firma cooperativa quiso dar un impulso a su segmento de perfumería lo que finalmente acometió con un ambicioso plan de aperturas de tiendas con su marca Dapargel, también con el objetivo de restar mercado a El Corte Inglés.

El sector de la perfumería

EVOLUCIÓN DE BODYBELL EN ESPAÑA

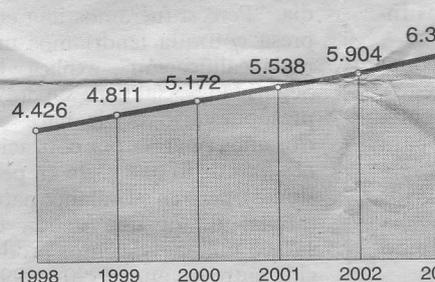


CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PERFUMERÍA



VENTAS DEL SECTOR DE PERFUMERÍA

En millones de euros



Fuente: Bodybell y estimaciones del sector.

Un nuevo GRAND STADE*
de Lille Métropole
para tener más deporte,
más diversión,
más música

imagine... be fab

Lille
Métropole
COMMUNICACIÓN
URBANA