

# BODYBELL se hizo finalmente con JUTECO

**El nuevo grupo, controlado por el capital riesgo, ocupa la tercera posición a nivel nacional**

**E**l grupo BODYBELL, que actualmente explota 147 puntos de venta (43.577 m<sup>2</sup>) en nuestro país, acaba de adquirir la cadena de tiendas "Juteco", propiedad del empresario Justino Rodríguez e integrada a día de hoy por 86 locales (15.997 m<sup>2</sup>), ubicados mayoritariamente en la provincia de Madrid. Esta operación se produce justo dos años después de que BODYBELL pasara a manos de las firmas de capital riesgo DINAMIA CAPITAL PRIVADO y NMÁS 1 PRIVATE EQUITY FUND, propietarias a día de hoy de un 53,5% de sus acciones. El resto de su capital se reparte entre el equipo directivo -que ostentaría alrededor de un 11%- , la compañía GENERAL ELECTRIC ASSET MANAGEMENT INTERNACIONAL PRIVATE EQUITY FUND, los fondos LOMBARD ODIER & CIE y PARTNERS GROUP, y las anteriores familias fundadoras -que tendrían el 35,5% restante-. Según algunas informaciones publicadas, BODYBELL habría pagado por la compañía madrileña alrededor de 100 M.€ -cantidad sensiblemente superior a los 70 M. con los que



se había especulado inicialmente-, ganando así la puja abierta hace unos meses, en la que también habrían participado otras empresas como las firmas de capital riesgo 3i o NAZCA CAPITAL. La operación, que en

principio no supondrá la unificación de ambos anagramas, está pendiente de aprobación por parte de las Autoridades de la Competencia.

JUTECO es actualmente una de las compañías más sólidas, y, por ende, más atractivas del sector nacional de distribución de droguería y perfumería. Fundada en 1975, está centrada básicamente en la provincia de Madrid, donde concentra 83 de sus 86 locales: 64 en la capital y otros 19 repartidos por diversas localidades del extrarradio. Los otros tres puntos de venta se ubican en Barcelona (2) y Alicante. En lo que se refiere a su evolución económica, en los dos últimos años las ventas de la compañía madrileña han crecido una media de un 10%. Concretamente, en el pasado ejercicio 2006, alcanzó unos ingresos consolidados de 75 M.€ (+9,7%).

**Evolución de la red detallista de los GRUPOS BODYBELL y JUTECO (\*)**

	2004	2005	2006
<b>BODYBELL</b>			
Nº establecimientos	111	119	143
Superficie (m <sup>2</sup> )	31.119	33.699	42.137
<b>JUTECO</b>			
Nº establecimientos	79	82	86
Superficie (m <sup>2</sup> )	14.832	15.487	15.997

(\*) Datos a 31 de diciembre. Fuente: ALIMARKET



### 320 M.€ y 233 establecimientos

Con la compra de JUTECO, BODYBELL pasa a encabezar un grupo con una facturación superior a los 320 M.€ -IBÉRICA DE DROGUERÍA Y PERFUMERÍA, la empresa encargada de su segmento minorista, ingresó 152 M. en 2006, mientras que el negocio mayorista, realizado por CADYSSA, le aportó otros 93 M.€-, una red detallista integrada por 233 establecimientos minoristas (más de 59.000 m<sup>2</sup>), lo que supone alrededor del 7,5% de la sala de venta de todo el país, y cuatro cash. Esto supone que el nuevo grupo ocupa la tercera plaza en los ranking nacionales tanto por facturación como por superficie.

En el primer caso y teniendo en cuenta sólo la actividad minorista, BODYBELL acorta distancias con el líder

indiscutible, EL CORTE INGLÉS, que podría haber rondado los 375 M.€ en 2006, y con la alemana SCHLECKER, cuyas últimas ventas conocidas, las de 2005, ascendieron a 314,8 M. En el caso de la clasificación por superficie, el nuevo grupo le pisa los talones a la

### Magnitudes económicas de los GRUPOS BODYBELL y JUTECO

	Ventas (M.€)			Plantilla
	2004	2005	2006	
BODYBELL (*)	129,05	139,52	152,07	789
JUTECO	60,50	68,35	75,00	500

(\*) Datos referentes sólo al negocio minorista. Fuente: ALIMARKET

cadena de perfumerías "In Faradis", que acapara actualmente más de un 8% de la superficie total, aunque se sigue quedando muy lejos de SCHLECKER, que lidera el ranking con más del 17%. Pero donde más evidente

se hace la escalada de BODYBELL es en Madrid, donde pasa de ostentar un 22% de la sala de venta (80 tiendas) a casi un 40%, según datos de ALIMARKET. Muy por detrás se quedarían GIL-GO (8,5%) y MARIONNAUD PARFUMERIES IBÉRICA (7,8%).

Susana Rodríguez