

## LAS CLAVES DEL FENÓMENO TEXTIL

# Desigual, tras los pasos de Zara y Mango

## Trayectoria

**MODA Y DISTRIBUCIÓN/** La cadena catalana supera el crecimiento de los líderes españoles de la moda: un producto con un público diferenciado y la apertura agresiva de tiendas son las claves de su desarrollo.

**Pilar Riaño.** Barcelona

Thomas Meyer es uno de los nuevos empresarios sin rostro de Catalunya. Si hasta hace tres años no existían fotografías de Isak Andic, propietario de Mango, ahora es el fundador de la cadena Desigual el que guarda su vida en la más celosa intimidad. Meyer es el responsable, en la sombra, del crecimiento de uno de los últimos fenómenos de la moda española, que aumenta sus ventas mientras la caída del consumo impacta directamente en gigantes como Inditex. ¿Cuál es el secreto de Desigual para mantenerse inmune a la crisis?

El fundador de Desigual, de origen suizo, forma parte del grupo de empresarios textiles que iniciaron su trayectoria vendiendo al por mayor en Barcelona. "Lleva treinta años en el sector, ha subido y ha bajado y sabe cómo reaccionar", explica uno de sus competidores. Cuentan que Meyer vendía camisetas en Ibiza hasta que se trasladó a la capital catalana y fundó Desigual en 1984. La cineasta Isabel Coixet fue la creadora del eslogan *Desigual, no es lo mismo*.

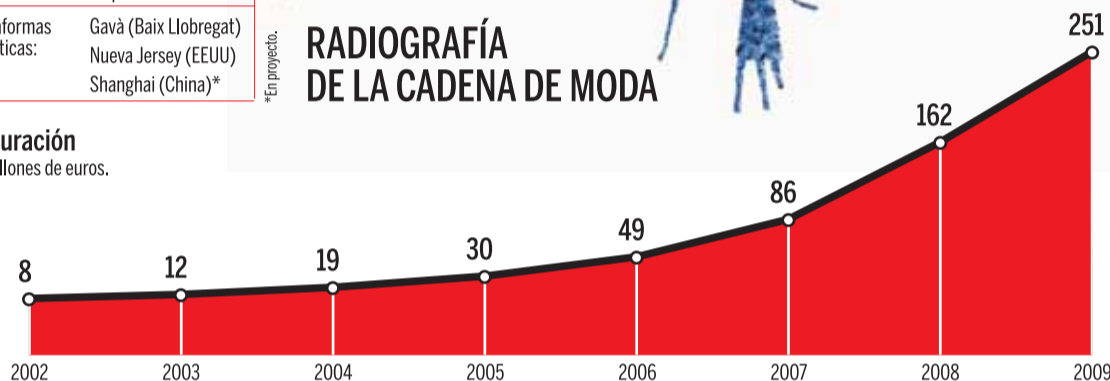
Tras unos primeros años de éxito, la marca cayó en el olvido, hasta que en 2002 Meyer decidió darle un nuevo empujón a la empresa. Para liderar este nuevo proceso de crecimiento, el suizo incorporó a la empresa a Manel Adell, ahora director general de la compañía. Formado en Agrolimen, CadburySchweppes y Bang&Olufsen, Adell se ha

### > Datos clave de la empresa

Fundador:	Thomas Meyer
Fundación:	1984
Director general:	Manel Adell
Sede:	Barcelona
Producto:	Moda masculina Moda femenina Moda infantil
Distribución:	118 tiendas propias. 4.350 clientes multimarca. 350 corners en grandes almacenes.
Mercados internacionales:	65 países.
Plataformas logísticas:	Gavà (Baix Llobregat) Nueva Jersey (EEUU) Shanghai (China)*

### > Facturación

En millones de euros.



Fuente: Bloomberg

Expansión

convertido en la cara visible de Desigual, como sucede con Enric Casí en Mango. Todavía hay más coincidencias entre Mango y Desigual: si Isak Andic trabaja junto a su hermano, Nahman, Meyer lo hace junto a dos de sus hermanos, Christian y Daniel. El primero de ellos se encarga de la expansión de tiendas.

El desarrollo de Desigual desde 2002 ha sido, hasta ahora, imparable. Hace siete años, la compañía contaba únicamente con siete estable-

cimientos propios. Hoy en día, la empresa distribuye sus prendas en 145 tiendas. El crecimiento de la plantilla ha sido exponencial, hasta 1.300 personas al cierre del pasado ejercicio.

La cifra de negocio de Desigual ha pasado de ocho millo-

**Thomas Meyer, que fundó la empresa en 1984, se esconde tras su director general, Manel Adell**

nes de euros en el ejercicio 2002 a 162 millones de euros en 2008. La empresa, que consolidará sus resultados el próximo ejercicio, opera a través de las sociedades Abasic -encargada de la gestión de producto y canal multimarca- y Sepalememe -dedicada al canal retail-. Desigual no facilita su beneficio.

El gigante gallego Inditex, que opera en el mercado a través de ocho cadenas, dispone de 4.359 establecimientos propios y facturó 10.407 mi-

llones de euros en 2008. Mango, en cambio, obtuvo una cifra de negocio consolidada de 1.100 millones de euros en 2008 y posee 1.200 tiendas en el mundo (entre propias y franquicias).

Las cifras de Desigual están aún lejos de las de las dos mayores cadenas de España, pero su crecimiento es mayor. En 2008, Inditex elevó sus ventas un 10%, frente al 7,8% de Mango. Desigual incrementó su facturación un 88% el año pasado y, según Adell,

### ORÍGENES

El suizo Thomas Meyer vendía camisetas en Ibiza hasta que se instaló en Barcelona para distribuir ropa al por mayor.

### FUNDACIÓN

El 1984 puso en marcha Desigual. La cineasta Isabel Coixet fue la responsable del lema "Desigual, no es lo mismo".

### ASCENSO Y CAÍDA

Tras unos primeros años de éxito de sus llamativos diseños, la marca catalana cayó en el olvido de los consumidores.

### RELANZAMIENTO

En 2002, Thomas Meyer decidió relanzar la marca y fichó a Manel Adell como director general, que tomó una participación en la compañía.

### CRECIMIENTO

Entre 2002 y 2009, la empresa no ha parado de crecer. Su sede, en la calle Bruc de Barcelona, aloja a parte de las 1.600 personas que componen su plantilla.

en lo que va de año se continúa creciendo a doble dígito.

Chisco García, director de la firma Armand Basi y ex directivo de Massimo Dutti (Inditex), sostiene que la clave del éxito de Desigual es su producto. "Han dado en el clavo, han encontrado un nicho de mercado que no estaba cubierto", afirma. El equipo de diseño de Desigual, en el que trabajan unas veinte personas, crea una colección propia que no sigue las tendencias que marcan las pasarelas,

## De la fábrica al consumidor



**1. Origen** La compañía ha invertido seis millones de euros en su central logística de Gavà (Baix Llobregat), que está ahora a pleno rendimiento. La plataforma centraliza la distribución de las prendas a todos sus puntos de venta. Desigual pondrá en marcha centrales logísticas en Nueva Jersey (EEUU) y Shanghai (China).



**2. Recepción** Los proveedores de Desigual (un 90% de ellos asiáticos) envían la ropa a la central de Gavà. En los ocho muelles del complejo (de 15.000 metros cuadrados) se reciben hasta 100.000 prendas por día. Los operarios las recogen del camión y las introducen en la cinta de la plataforma logística para que inicien su camino.



**3. Almacenaje** Las cajas que no deben ser utilizadas se almacenan en el silo, que cuenta con espacio para 60.000 unidades. Desigual tiene capacidad para ampliar el espacio en 30.000 unidades más para dar respuesta al crecimiento de los próximos años. Un robot sube o baja las cajas cada vez que es necesario coger prendas de ellas.