

El Corte Inglés se alía con los segundos súper de México

ACUERDO/ El grupo Soriana, con 827 tiendas en México, distribuirá en exclusiva los productos de alimentación de la marca El Corte Inglés en el país norteamericano.

Víctor M. Osorio. Madrid

El Corte Inglés vuelve a impulsar su estrategia de ampliar su presencia internacional mediante acuerdos con terceros para vender fuera de España sus productos de marca blanca. El grupo de grandes almacenes ha sellado un acuerdo en exclusiva con Soriana, la segunda cadena de supermercados de México tanto por ventas como por superficie comercial, solo superada por Walmart, para que distribuya en exclusiva los productos de alimentación de la marca El Corte Inglés en el país azteca.

La relación entre ambas empresas comenzó el año pasado y ha ido creciendo a lo largo del presente ejercicio. Ahora, Soriana vende ya en sus supermercados 120 referencias de la marca El Corte Inglés, una cifra que podría crecer, según fuentes conocedoras del acuerdo. El surtido actual incluye productos muy variados como aceites, aceitunas, conservas vegetales, salsas, galletas, zumos o infusiones, entre otros.

Un gigante comercial

Soriana cuenta con 827 tiendas en México, donde tiene presencia en los 32 estados del país y en un total de 277 localidades. La compañía, que aglutina un total de 4,3 millones de metros cuadrados de superficie de venta, opera diferentes modelos comerciales.

La firma tiene 274 hipermercados, 129 supermercados, 141 tiendas de surtido corto y otras 105 de conveniencia bajo la marca Soriana, además de operar otras marcas como City Club, Súper City, Mega, Comercial Mexicana, Bodega Comercial Mexicana y Alprecio. Además, cuenta con una red de 17 centros logísticos y más de 100.000 empleados.

Soriana, que cotiza en la Bolsa de México, capitaliza 45.770 millones de pesos mexicanos (casi 2.000 millones de euros). La empresa facturó 112.487 millones de pesos (4.834 millones de euros), un 0,1% menos, en los nueve primeros meses del año, en los que ganó 102 millones de euros, un 20,9% menos.

La empresa fue fundada y sigue controlada por la familia



Soriana cuenta con 827 tiendas de diferentes formatos en México.

Soriana vende ya 120 referencias de la marca El Corte Inglés, cifra que se estudia aumentar

El grupo familiar cotiza en la Bolsa de México y tiene más de 100.000 empleados

México es el país donde El Corte Inglés tiene más presencia, tras España y Portugal

Una presencia que crece con fuerza

El acuerdo con Soriana es sólo uno de las muchas alianzas que El Corte Inglés está sellando para impulsar su internacionalización, especialmente en Latinoamérica. El grupo alcanzó este año, tal y como adelantó EXPANSIÓN, un acuerdo con el grupo Intercorp, el cuarto mayor conglomerado de Perú, para desarrollar negocios en común en este país. La alianza incluye la venta de los productos de

alimentación del grupo español en los supermercados de esta sociedad (Plaza Vea y Plaza Vivanda). También la llegada de Sfera, a través de 'córners', a los grandes almacenes Oechsle, o el desarrollo de productos en común, como la renovación de hoteles, entre la división de Empresas de El Corte Inglés y el grupo peruano. El Corte Inglés exporta ya productos de alimentación de su marca propia a 20

países, como Suiza, Cuba, Bahréin o China, entre otros. Por su parte, Sfera ha duplicado en un año, de 142 a más de 300 tiendas, su presencia exterior, gracias a la firma de alianzas con distribuidores como los grandes almacenes Manor (Suiza) o Karstadt (Alemania). Además, este año alcanzó un acuerdo para vender sus enseñanzas Boomerang y Mountain Pro en los grandes almacenes de Karstadt.

Martín Bringas, aunque en su accionariado participan también de forma minoritaria algunos grandes fondos como Norges Bank, Vanguard Group o Citi.

Un mercado clave

La alianza con Soriana en alimentación no es la primera que sella El Corte Inglés en México, donde cuenta también con un acuerdo con los grandes almacenes Palacio de Hierro, en este caso para dis-

tribuir los productos de alimentación de El Club del Gourmet. El país latinoamericano es estratégico para El Corte Inglés, como lo demuestra el hecho de que sea el mercado donde más ha impulsado su marca Sfera y su filial de viajes. El grupo suma 50 tiendas propias de su firma textil en México, sólo tras España, con 99. Además, tiene 70 delegaciones de Viajes El Corte Inglés en el país azteca de las 108 con las que cuenta

fuera de la Península Ibérica. Por último, El Corte Inglés tiene también presencia en el país a través de su filial de informática (Iecisa) y de su división de empresas.

El negocio del grupo en el extranjero crece un 32,5% desde 2012, aunque apenas representa aún el 5% de los 15.935 que facturó en 2017. El equipo directivo liderado por Jesús Nuño de la Rosa se ha propuesto aumentar esta cifra los próximos años.

PepsiCo estrena sede y apuesta por el trabajo flexible

Sergi Saborit. Barcelona

PepsiCo está de estreno en España. El cuartel general del grupo estadounidense de refrescos y aperitivos en el Sur de Europa acaba de inaugurar unas oficinas de 4.500 metros cuadrados en el complejo WTC de Cornellà (Barcelona), donde trabaja un equipo de 518 trabajadores.

De esta plantilla, el 60% trabaja para la unidad de negocio que agrupa a España, Portugal e Italia, mientras que el resto forman parte de los centros de excelencia y unidades de servicios compartidos que prestan funciones de apoyo a todas las filiales europeas de la multinacional. En este sentido, PepsiCo tiene centralizadas en Cornellà las áreas de informática y tecnologías de la información, recursos humanos –incluido el reclutamiento y gestión de talento–, finanzas y algunas funciones de marketing.

En la nueva sede conviven empleados de 38 nacionalidades distintas y se ha implantado un modelo de oficina diáfana, sin despachos y sin puestos fijos para cada empleado. De hecho, en las instalaciones hay 442 mesas de trabajo, una cifra inferior al número de empleados. Cada trabajador debe guardar sus cosas en una taquilla al final de la jornada y no se permite tampoco acumular papeles, ya que todo se ha digitalizado.

El complejo supone un cambio radical para PepsiCo España, ya que en los últimos 20 años el cuartel general estaba ubicado en una torre de la calle Tarragona de Barcelona, donde los empleados estaban repartidos en trece plantas. “El traslado ha supuesto un cambio radical en la forma de trabajar; los espacios abiertos y el hecho de estar en solo dos plantas facilitan la interacción y la comunicación”, destaca Belén Moreu, directora de recursos humanos de PepsiCo en el Sur de Europa.

Según la ejecutiva, tras el traslado, en un solo mes el volumen de correos electrónicos internos cayó un 40%.



Belén Moreu, directora de recursos humanos de PepsiCo.

Los empleados pueden trabajar un día a la semana desde casa y entrar entre las 7:30 y las 10:00

“Ahora la gente se ve y deja de mandar tantos correos”, explica, tras apuntar que se ha notado un incremento de la productividad e incluso un mayor silencio.

Las oficinas del WTC han permitido también pasar de 20 salas a 68 salas de reuniones, a las que hay que sumar 26 cubículos para que los empleados puedan hablar por teléfono sin molestar.

La otra gran aportación del cambio de sede es que ha permitido avanzar en la flexibilidad laboral. Así, a partir de ahora todos los empleados de PepsiCo pueden trabajar desde casa un día a la semana, por lo que solo acuden cuatro días a la oficina. Además, se han flexibilizado los horarios de entrada, de forma que se da libertad para incorporarse entre las 7:30 y las 10:00 de la mañana. Además, cada empleado también puede elegir si al mediodía se toma media hora para comer o decide ausentarse hasta dos horas.

Las nuevas oficinas están divididas en cuatro barrios de colores –para agrupar a los empleados por áreas de trabajo– y disponen de espacios de colaboración y de cocinas con productos de sus marcas.

Más comunicación e interacción

● Al compartir una oficina abierta de solo dos plantas, ha disminuido un 40% el volumen de correos electrónicos internos.

● Con la nueva sede, el grupo buscaba cambiar la forma de trabajar y de relacionarse y ganar en colaboración y agilidad.