

EQUIPAMIENTO

Tréndico, nuevo plan estratégico para alcanzar 60 millones en ventas en 2024

La central de compras ha trazado un plan que pasa por acelerar la digitalización y la integración y dar sus primeros pasos en el extranjero.

Iria P. Gestal
11 jun 2021 - 05:00



Tréndico Group encara la era post-Covid. La central de compras, con sede en Ejea de los Caballeros (Zaragoza), ha puesto en marcha un plan estratégico hasta 2024 que contempla acelerar la digitalización y avanzar en la integración de todas sus cadenas. El plan contempla una inversión de 11,2 millones de euros con el objetivo de alcanzar una facturación de 60 millones en 2024.

“En este nuevo plan estratégico hemos revisado las bases sobre las que nos sustentamos, para actualizarnos, adaptarnos a las nuevas situaciones y dar nuevos pasos para convertirnos en una cadena que garantice la sostenibilidad de sus miembros, siendo dinámica, ultraorganizada, profesionalizada y que pueda solventar con holgura cualquier necesidad de adaptación a las situaciones cambiantes del retail de nuestro sector”, resume Carlos Tejero, presidente de Tréndico.

El nuevo plan supondrá una inversión de unos 10,7 millones de euros por parte de los socios y de 500.000 euros que aportará la central, aunque desde la empresa apuntan que las cifras pueden variar según se vaya desarrollando.

Parte de la inversión se destinará a continuar integrando todas las tiendas bajo los rótulos de Foot on Mars y Atleet, ambos especializados en zapatillas, y a seguir expandiendo su red.

Tréndico centrará su expansión en Atleet, que llegará a 200 puntos de venta a finales de 2022

“Estamos reactivando proyectos que teníamos aletargados hasta no vislumbrar un horizonte pospandemia”, explica Tejero. Actualmente, la compañía engloba 72 tiendas de Foot on Mars, 26 de Atleet y 381 de formato multideporte sin rotulación corporativa.

De estas últimas, 132 estarán ya reconvertidas en Atleet antes de finalizar 2021, por lo que la cadena comenzará el próximo ejercicio con algo más de 150 puntos de venta y el objetivo es que alcance 200 en 2022.

Otro de los pilares del plan es la digitalización. “Comenzamos el proyecto ecommerce algo tarde, en plena pandemia”, reconoce Tejero. La compañía genera actualmente el 12% de su facturación a través de la Red, pero espera alcanzar el 17% a final de este año a medida que se vayan incorporando progresivamente las tiendas. Para 2022, el objetivo es que el ecommerce represente ya el 22% de la facturación de Foot on Mars y el 15% de la de Atleet.

La compañía prevé que el online represente un 17% de la facturación este año

En la hoja de ruta de los próximos tres años está también la internacionalización. Actualmente, la central tiene presencia en España, Andorra y Gibraltar y está estudiando dar el salto a corto plazo a otros países del entorno como Portugal, Italia o Francia.

Con este plan estratégico, la central espera alcanzar una facturación de 60 millones de euros en 2024. El grupo cerró el ejercicio de la pandemia con una facturación de 38 millones de euros, un 18% menos que el año anterior, un descenso menor al previsto inicialmente.

Con sede en Ejea de los Caballeros (Zaragoza), la empresa echó a andar en 2004 bajo el rótulo Twinner. Con los años, fue diversificando con el lanzamiento de nuevos

PALCO23

formatos como Foot on Mars, Nº1 en Zapatillas y, más recientemente, Atleet.

En 2019, la empresa cambió su nombre a Tréndico y optó por concentrar toda su estrategia en dos de sus cadenas, Foot on Mars y Atleet, y por acelerar su integración. La compañía cuenta con catorce empleados directos que se reparten entre su cuartel general y las oficinas en el World Trade Center de Zaragoza, desde donde se gestiona el negocio digital.