

Empresa

Banana Republic sigue los pasos de Gap y busca oportunidades en Europa, Oriente Medio y África

Modaes
14 feb 2014 - 11:19

El grupo estadounidense **Gap** busca oportunidades en el mercado internacional con su cadena **Banana Republic**. La compañía proyecta la puesta en marcha de cien nuevas tiendas en mercados como Europa, Oriente Medio o África, siguiendo así los pasos de la cadena principal del grupo, **Gap**. La expansión en estos nuevos mercados se pilotará desde Reino Unido, según *Drapers*.

La compañía estadounidense, que tiene cerca de 600 tiendas en todo el mundo de su marca **Gap**, quiere llevar a **Banana Republic** a los mercados en los que tiene presencia con **Gap**. “Donde está **Gap** tiene que estar **Banana Republic**”. Por el momento, la dirección de la cadena no ha comunicado cuál será la hoja de ruta que seguirán en la internacionalización de la compañía.

El grupo estadounidense, número tres mundial de la distribución de moda por detrás de **Inditex** y **H&M**, ha vuelto a mostrar su interés por el mercado europeo a principios de año. La compañía tiene previsto revisar su estrategia para Europa con la intención de ampliar su presencia en todo el continente, desembarcando en países como España o Alemania, tal y como adelantó Modaes.es.

Los planes de **Gap** de volver a acercarse a Europa se enmarcan en el ambicioso objetivo que la compañía anunció en septiembre de 2013: abrir mil tiendas y sumar mil millones de dólares a su facturación online en los próximos tres años.

Gap concluyó los nueve primeros meses del ejercicio (periodo finalizado el pasado noviembre) con un beneficio de 973 millones de dólares, lo que supuso un incremento del 24% respecto al mismo periodo de 2012. La compañía registró, hasta noviembre, una cifra de negocio de 11.573 millones de dólares, un 6% más que en los

Modaes

| nueve primeros meses del ejercicio precedente.