

Empresa

Banana Republic vira su estrategia en Latinoamérica: esquiva Uruguay y tantea su entrada en Paraguay

La segunda marca de Gap planea entrar en Paraguay debido a la devaluación del peso uruguayo.

Modaes
28 jul 2016 - 00:00



La inestabilidad de las economías latinoamericanas desafía a las compañías internacionales. Debido a la devaluación del peso uruguayo, **Banana Republic** cancela sus planes de desembarcar en el país. Ahora, la cadena de **Gap** tantea entrar en el mercado paraguayo.

Tras anunciar en abril de 2015 su desembarco en Uruguay, la compañía

Modaes

estadounidense ha dado un paso atrás, por el comportamiento desfavorable del peso uruguayo frente al dólar, según *Infonegocios*.

Con planes de entrar en Uruguay enfriados, **Banana Republic** estudia el posible desembarco en Paraguay. El grupo, que desembarcó en Sudamérica en 2012, opera en Chile, donde cuenta con una tienda en el centro comercial **Mall Costanera Center** de la capital del país, y en el mercado peruano donde instalará *macrotiendas* de sus marcas **Gap**, **Banana Republic** y **Old Navy**.

En el primer semestre del año, **Gap** registró un resultado neto de 127 millones de dólares, un 46,8% menos que en el mismo periodo del año anterior, cuando la empresa, número tres de la distribución de moda en el mundo, alcanzó un beneficio de 239 millones de dólares. La compañía, que ha llevado a cabo el cierre de más de 75 de tiendas, también anotó un descenso del 6% en las ventas, hasta 3.438 millones de dólares.