

Modaes

Empresa

Gap apuesta por Perú y abre la tercera tienda de Banana Republic en el país

El gigante estadounidense, que se ha replegado en varios países de la región, se expande en el mercado peruano de la mano de Komax.

M. Bertero
8 dic 2016 - 00:00



Gap impulsa Banana Republic en Perú. El gigante estadounidense, número tres de distribución de moda en el mundo, pondrá en marcha una nueva tienda de su segunda cadena en el mercado inca. El distribuidor chileno **Komax** será en el encargado de la apertura, según informaron fuentes del grupo a Modaes.

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/gap-cambia-de-estrategia-en-latinoamerica-y-abre-la-tercera-tienda-de-banana-republic-en-peru>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

El nuevo establecimiento se encontrará en el centro comercial **Jockey Plaza** de Lima y se estima que abra sus puertas el próximo abril. Este será el tercer punto de venta de **Banana Republic** en el país, donde opera con otras dos tiendas en los centros comerciales **Larcomar** y **Salaverry**, ambos en la capital peruana.

La cadena homónima de **Gap** cuenta también con tres tiendas en Perú, en los mismos centros comerciales que **Banana Republic**. El grupo estadounidense opera en el mercado inca de la mano del grupo chileno **Komax**.

Banana Republic es la cadena de menor crecimiento del grupo en lo que va del año

El distribuidor desembarcó en Perú en 2008 cuando adquirió la licencia de distribución del grupo estadounidense **The North Face** en el país. Además de **Gap** y **Banana Republic**, **Komax** opera en el mercado peruano con marcas internacionales como **Kipling**, **Ugg**, **Brooks Brothers**, **Andesgear** y su propio outlet, **Surprice**.

La estrategia de **Gap** en Latinoamérica el último año fue ambigua: por un lado, canceló sus operaciones en Colombia y Costa Rica, pero reforzó su negocio en otros mercados como México, Panamá y ahora Perú.

La semana pasada, el grupo anunció la apertura de una macrotienda de su cadena **Old Navy** en la calle Madero de Ciudad de México. A mitad de este año, el gigante estadounidense puso en marcha un nuevo establecimiento de **Banana Republic** en el centro comercial **Plaza Mayor**, en la ciudad mexicana de León.

Gap opera en Perú con tres tiendas en Lima y otras dos de Banana Republic

Además de Colombia y Costa Rica, la compañía cerró otros establecimientos de su red mundial de tiendas. En Europa, **Gap** cerró todos los puntos de venta de **Banana Republic** y anunció que planea bajar la persiana de otros 65 establecimientos en distintos países.

Modaes

En el tercer trimestre, **Gap** redujo un 17,74% su beneficio, hasta 204 millones de dólares. Las ventas del grupo tampoco han remontado en el periodo comprendido entre agosto y octubre. La compañía registró una cifra de negocio de 3.798 millones de dólares, un 1,5% menos que en el mismo periodo que el año anterior.

Banana Republic continúa siendo la cadena que frena el crecimiento de la compañía, con una caída del 6% de ventas, aunque muestra una mejora respecto al año pasado, cuando descendieron un 12%. **Old Navy** ha sido la única cadena que ha mantenido sus ventas en positivo, creciendo un 3%. A 30 de julio, **Gap** contaba con un total de 3.730 tiendas en 52 países, de las cuales el 88% son de gestión propia.