
Modaes

Empresa

Gap lo apuesta todo a China y prevé triplicar su negocio en el país hasta 2016

Modaes
17 abr 2014 - 11:28

El grupo estadounidense **Gap** marca sus objetivos para los próximos tres años. La compañía quiere triplicar su negocio en el mercado chino hasta 2016. El número tres de la distribución de moda mundial se ha propuesto alcanzar unas ventas en este mercado de 1.000 millones de dólares (723,4 millones de euros) en dos años.

En el marco de la reunión anual de los inversores de **Gap**, la compañía ha dado a conocer cuál será la ruta que seguirá el grupo a medio plazo. Según **Jeff Kirwan**, presidente de **Gap** para el mercado chino, en el país asiático hay grandes oportunidades para ampliar la red de tiendas de **Gap** “gracias a una gran población con un gran poder adquisitivo”.

En 2013, la división china de **Gap** abrió 34 establecimientos en China, lo que llevó al grupo a terminar el año con una red de distribución formada por más de 80 puntos de venta. Gap consiguió registrar una ventas de 300 millones de dólares en China.

En lo que va de año, **Gap** ha abierto su primer establecimiento de **Old Navy** en China, que está ubicado en Nanjing West Road, una de las zonas más comerciales de la ciudad de Shanghái. El establecimiento, que responde a la estrategia de expansión del grupo en el país, cuenta con una superficie comercial de 2.000 metros cuadrados, divididos en tres plantas.

Gap ha cerrado su último ejercicio con un incremento del 12% en su resultado neto, hasta 1.280 millones dólares (935,42 millones de euros), en comparación con los 1.135 millones de dólares (829,46 millones de euros) que obtuvo la compañía un año antes.