

Modaes

Empresa

Gap prosigue su expansión en Latinoamérica y desembarca con Banana Republic en Monterrey

La cadena del gigante estadounidense abrirá sus puertas en el centro comercial Fashion Drive de la ciudad mexicana, donde operan otros titanes de la gran distribución como H&M o Forever21.

María Bertero
10 abr 2017 - 00:00

Gap prosigue su expansión en Latinoamérica y desembarca con Banana Republic en M

Gap sube una marcha en el mercado latinoamericano. Tras haber salido de Costa Rica y Colombia el año pasado, el gigante estadounidense, número tres de distribución de moda del mundo, retoma su apuesta por el mercado latinoamericano con el foco puesto en México.

Esta vez, la compañía ha desembarcado con **Banana Republic** en la ciudad de Monterrey. Con esta apertura, que se llevará a cabo en el centro comercial **Fashion Drive**, la cadena del gigante estadounidense rozará los diez puntos de venta en México.

En el resto del país, **Banana Republic** opera con establecimientos en Ciudad de México, donde cuenta con cuatro tiendas en Puebla, Toluca, Veracruz y Juárez. El nuevo punto de venta de Monterrey abrirá hoy sus puertas y se encontrará en la primera planta del complejo.

Con la apertura de Monterrey, la cadena de Gap alcanza los nueve puntos de venta en México

Banana Republic se suma a la expansión de otros gigantes del sector que han decidido comenzar a operar en **Fashion Drive**. El mes pasado, la compañía estadounidense de

Modaes

cosmética **Sephora**, puso en marcha una tienda en el complejo, al igual que el grupo de calzado **Steve Madden**.

Además, en el centro comercial opera titanes de la gran distribución como **H&M**, **Forever21**, **American Eagle**, **Sfera** y empresas de lujo como **Louis Vuitton**, **Dolce&Gabbana** y **Salvatore Ferragamo**, entre otras.

México se ha convertido en el principal foco de expansión de **Gap** en el último año, tanto con su cadena homónima como con **Banana Republic** y **Old Navy**. El año pasado, la compañía se reforzó en el país con una apertura en el centro comercial **Parque Delta** de Ciudad de México de **Gap**.

El año pasado, **Banana Republic** comenzó a operar en León tras abrir las puertas en Plaza Mayor

A su vez, el grupo subió la persiana de su primer *flagship store* de **Old Navy** en la calle Madero de la capital azteca, como lo han hecho otros gigantes como **Inditex** y **Forever21**, y como lo hará próximamente **H&M**.

En 2016 la compañía también se expandió en el mercado mexicano con **Banana Republic**. El grupo, que el año pasado se retiró de Colombia y Costa Rica, puso en marcha un establecimiento de su segunda marca en el centro comercial **Plaza Mayor** de León.

En paralelo, **Banana Republic** se fortaleció también en otros mercados latinoamericanos. La compañía pondrá en marcha su tercera tienda en Perú, donde opera de la mano del grupo local **Komax**. El año pasado, los planes del gigante estadounidense contemplaban el desembarco en Uruguay, sin embargo **Banana Republic** canceló su entrada en el país y tantea ahora comenzar a operar en Paraguay.

Las ventas globales de **Banana Republic** cayeron un 6,97% en el último ejercicio

En términos globales, **Gap** ha intentado dar un giro a su segunda cadena en los últimos meses. La compañía fichó a **Mark Breitbard** como nuevo consejero delegado de **Banana Republic**, en sustitución de **Andi Owen**. El directivo se pondrá al frente de la compañía a principios de mayo.

Otro de los planes de **Gap** con **Banana Republic** es subir la marca a la pasarela. La compañía desfilará por primera vez en la semana de la moda de Nueva York y lo

Modaes

hará bajo la fórmula del *see now, buy now* para intentar acercarse de nuevo a sus consumidores.

Banana Republic finalizó su ejercicio 2016 con una caída del 6,97% de su facturación, hasta 2.471 millones de dólares en 2016. La cadena cuenta con 601 tienda en Norteamérica, 48 en Asia y una en Europa.

Por su parte, la cifra de negocio de Gap también evolucionó de manera negativa. El grupo estadounidense contrajo sus ventas un 1,8% en 2016, hasta 15.516 millones de dólares. El beneficio de la compañía también se mantuvo a la baja en el último ejercicio, con una caída del 26,52%, hasta 676 millones de dólares.