

Empresa

Gap relanza Banana Republic en Nueva York con un nuevo concepto de tienda

Modaes
27 mar 2015 - 10:35

El gigante estadounidense, número tres de la distribución de moda en el mundo, sube su apuesta por su cadena **Banana Republic**. La compañía ha estrenado la nueva imagen de **Banana Republic** en Nueva York con el objetivo de potenciar el desarrollo de la marca y elevar su ritmo de crecimiento.

El punto de venta cuenta con una superficie comercial de aproximadamente 4.300 metros cuadrados, distribuidos en dos plantas. La nueva *macrotienda* de **Banana Republic** está ubicada en el número 105 de la Quinta Avenida, y cuenta con las colecciones de hombre y mujer. El nuevo concepto de tienda de la cadena ha sido diseñado por **Marissa Webb**.

En Estados Unidos, **Banana Republic** registró un buen ritmo de crecimiento y aporta ya al grupo 2.922 millones de dólares (2.582 millones de euros) al año. **Old Navy**, que se ha convertido ya en la primera cadena del grupo, aportó el pasado año 6.619 millones de dólares (6.037 millones de euros), mientras que **Gap** registró una facturación anual de 6.165 millones de dólares (5.623 millones de euros).

El grupo, que ya cuenta con una red de 3.680 establecimientos en todo el mundo, presentó a principios de marzo sus resultados correspondientes al ejercicio cerrado el pasado 31 de enero de 2015, en el que registró un beneficio de 1,26 millones de dólares (1,11 millones de euros), un 1,5% menos que el mismo periodo del año anterior. **Gap** registró un crecimiento del 2% en su cifra de negocio, hasta 16.435 millones de dólares (14,524 millones de euros).