

Modaes

Empresa

Old Navy se refuerza en el Caribe mexicano: abre su segunda tienda en Cancún

El gigante estadounidense de distribución de moda, propiedad de Gap, prepara la apertura de un establecimiento en el centro comercial La Isla Cancún.

María Bertero
9 may 2019 - 00:00



Old Navy anota un doblete en Cancún. El grupo estadounidense de distribución de moda, propiedad de Gap, prepara una nueva apertura en la ciudad caribeña, en plena apuesta por el mercado mexicano.

Próximamente, Old Navy subirá la persiana en el centro comercial La Isla Cancún, donde operan otros titanes del sector como Zara, Tommy Hilfiger, Guess, Lacoste o Calvin Klein. Con esta apertura, la empresa alcanzará los dos establecimientos en la ciudad del Golfo de México.

Old Navy desembarcó en Cancún a finales del año pasado, cuando puso en marcha un

Modaes

establecimiento en el complejo Malecón Américas. La compañía también opera en Playa del Carmen, con una tienda en la calle comercial Paseo del Carmen.

Old Navy opera en el estado de Quintana Roo con otras dos tiendas en Cancún y Playa del Carmen

La llegada a Cancún coincidió con el plan de expansión de Old Navy de 2018, que terminó de consolidar a finales del año pasado al abrir cuatro tiendas en ciudades como Cuernavaca, Monterrey o Guadalajara, tal y como avanzó Modaes.

Además, el año pasado la compañía reforzó su operación en la capital mexicana con nuevos establecimientos en los centros comerciales Artz Pedregal, Artz Pedregal y Paseo Acoxta. Old Navy opera con más de veinte establecimientos en México.

De hecho, el país es uno de los principales mercados en el extranjero para la compañía estadounidense. **En 2018, México copó el 10% de las aperturas que realizó Old Navy en todo el mundo.**

La cadena de Gap comenzará a cotizar de manera independiente a su matriz

Old Navy fue la cadena del hóliding de Gap que mejor evolucionó en el último ejercicio. Tras cerrar 2018 con un crecimiento del 3%, Gap decidió escindir Old Navy, que en 2020 comenzará a cotizar de manera independiente.

El resto de las marcas del grupo, Gap, Banana Republic, Athleta, Intermix and Hill City, que de forma conjunta facturan una media de 9.000 millones de dólares al año, continuarán cotizando con un nuevo nombre. Desde el hóliding explicaron que “**el modelo de Old Navy y sus consumidores han evolucionado de manera diferente al del resto de marcas**, y cada compañía requiere ahora estrategias distintas”.

Fundada en 1994, Old Navy está pilotada a escala global por Sonia Syngel, mientras que Marc Pallas dirige la marca en el mercado mexicano, donde comenzó a operar a finales de 2015. Art Peck, en cambio, es el director general de Gap.

El grupo estadounidense, cuarto mayor del mundo por cifra de negocio, elevó sus ventas un 4,5% en 2018, hasta 16,580 millones de dólares. El beneficio de Gap, por su

Modaes

| parte, se disparó un 18%, hasta 1.003 millones de dólares.