

Empresa

Pepe Jeans renueva su red de tiendas en India tres años después de comprar su marca en el país

Modaes
15 abr 2014 - 14:03

Pepe Jeans da un paso más en el mercado indio. Tres años después de hacerse con el control de su negocio en el país, la compañía comienza la renovación de su red de tiendas en el mercado con la introducción en Deli de un concepto de retail basado en el que poseen el resto de establecimientos del mundo. India se ha convertido en uno de los motores del crecimiento de **Pepe Jeans**.

El primer punto de venta de esta nueva fase de desarrollo en el país está ubicado en Connaught Place, en la ciudad de Deli, según *Fibre2fashion*. Los planes de la empresa española pasan por adaptar todos los puntos de venta en India a este nuevo formato.

A finales de 2010, **Pepe Jeans** alcanzó un acuerdo con el grupo **Chetan Shah** para tomar el control de la distribución de sus prendas en el mercado indio, donde contaba entonces con más de 150 tiendas. Ambas compañías crearon una empresa conjunta controlada de forma mayoritaria por la empresa española.

La compañía, entre cuyos accionistas figuran Torreal (el brazo inversor del empresario **Juan Abelló**) y **L Capital** (grupo inversor de **LVMH**), se adentró en India en los años noventa mediante una alianza con **Chetan Shah**, pero durante varios años trató de tomar el control de sus operaciones en el país para potenciar su desarrollo. A finales de 2010, Pepe Jeans controlaba un 25% del mercado de denim de India.

Modaes

India fue en el último ejercicio uno de los motores del crecimiento de la empresa. Pepe Jeans cerró el ejercicio 2013 (concluido en marzo de 2013) con unas ventas de 481,93 millones de euros, lo que supuso un alza del 6,4% respecto a 2012. El resultado neto de la compañía se situó en 30,28 millones de euros, con un incremento del 61% en comparación con el año anterior.