
Modaes

Empresa

Primark redibuja su estrategia en EEUU: tiendas más pequeñas y en centros comerciales

La compañía ha anunciado que virará su estrategia en el país y que actuará de una manera distinta a como opera en Europa.

Modaes
14 sep 2016 - 17:22

El gigante irlandés del *low cost* **Primark** sigue adelante con su plan de expansión en el mercado estadounidense. La compañía ha anunciado que virará su estrategia en el país y que actuará de una manera distinta a como opera en Europa. Tiendas más pequeñas y centros comerciales serán el eje de desarrollo de la compañía en Estados Unidos.

Tras abrir su primer establecimiento de gran formato en Estados Unidos en septiembre de 2015, el grupo irlandés ha decidido centrar su atención en tiendas más pequeñas en centros comerciales.

“Los establecimientos más pequeños son la clave para nosotros en Estados Unidos”, explica **John Bason**. “El consumidor ya conoce **Primark** y ahora lo que tenemos que hacer es adaptarnos a él”, añade el directivo.

Propiedad de **AB Foods**, **Primark** concluyó los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal (que cerró el pasado 18 de junio) con un aumento de las ventas del 7% gracias a sumar 74.320 metros cuadrados nuevos de superficie comercial con la apertura de once establecimientos.

Modaes

Hasta el 18 de junio, **Primark** contaba con 310 tiendas con una superficie comercial total de 1,1 millones de metros cuadrados. Sólo en el tercer trimestre del año, la compañía abrió once nuevos establecimientos en Reino Unido, Portugal, Francia, Alemania, Holanda, Estados Unidos e Italia.