
Modaes

Empresa

Shana acelera con Double Agent para alcanzar treinta tiendas en menos de un año

P. Riaño
9 sep 2013 - 05:00

La *hermana pequeña* de la cadena de bajo coste **Shana** se hace mayor rápidamente. **Double Agent**, que abrió sus primeras tiendas el pasado junio, finalizará el año con un total de treinta tiendas propias y franquicias en el mercado español. **Shana**, por su parte, se introduce en Francia e Italia.

Double Agent prepara la apertura, por ejemplo, en el centro comercial La Maquinista, en el local antiguamente ocupado por Blanco. La cadena se instalará también en los centros comerciales Splau, Puerto Venecia y Plaza Imperial.

Dirigida al público adolescente, **Double Agent** pertenece al grupo **Comdifil**, propiedad del empresario **Julián Imaz**. **Comdifil** controla también **Shana** y **Comdipunt**, sociedad del grupo dedicada al aprovisionamiento. **Double Agent** cuenta actualmente con seis tiendas en el mercado español, además de presencia en El Corte Inglés mediante corners y en puntos de venta multimarca.

Double Agent se apoya en la estructura de **Shana**, lanzada al mercado en 2010 y que cuenta con una red de más de 200 tiendas. La empresa cerró el ejercicio 2012 con una cifra de negocio de cien millones de euros, lo que representa un incremento del 30% respecto a los 75 millones de euros de facturación registrados en 2011.

En paralelo a su desarrollo en el mercado español, **Shana** centra su crecimiento en el extranjero. La cadena está presente ya en 27 países y se prepara para sumar uno más a la lista. La enseña abrirá en 2013 cinco tiendas en Francia.

La cadena ha comenzado ya su distribución en Italia gracias al acuerdo firmado con el grupo italiano **Alcott**, que cuenta con una red de 180 tiendas y una facturación de 120 millones euros. Gracias a esta alianza, **Shana distribuirá las prendas masculinas de Alcott y la empresa italiana la colección femenina de la española.**

Modaes

Con la entrada en moda masculina, **Shana** prevé elevar su crecimiento en veinte puntos porcentuales. La cadena crece a un ritmo anual del 30% y en 2014 elevará este porcentaje al 50%, según las previsiones de la compañía. La empresa prevé cerrar 2013 con una cifra de negocio de 130 millones de euros, para alcanzar los 200 millones de euros en 2014.