

EQUIPAMIENTO

La marca deportiva de Gap salva la caída del 2% en las ventas del primer trimestre

Athleta, especializada en prendas técnicas para mujeres, ha sido la única cadena que ha crecido hasta mayo de 2019, concretamente, un 6,3% más, hasta 287 millones de dólares (257 millones de euros).

Palco23
3 jun 2019 - 19:17



Athleta salva las ventas de GAP. La marca especializada en prendas técnicas para mujeres ha sido la única cadena que creció durante el primer trimestre de 2019. Concretamente, facturó un 6,3% más, hasta 287 millones de dólares (257 millones de euros), que representa un 7,7% de las ventas totales del grupo.

“Athleta aún es uno de los motores en Norteamérica y, por lo que hemos decidido comprometernos con la marca en 2019, un año en el que abriremos 25 nuevas tiendas, cinco más de las que solemos inaugurar anualmente”, ha reconocido Arthur Peck, consejero delegado de Gap.

Durante el primer trimestre el grupo ya ha abierto cuatro nuevos puntos de venta. Antes de cerrar el año, Athleta contará con 185 establecimientos, una curva de

crecimiento exponencial, ya que en 2008, antes de que la compañía fuera adquirida por Gap, sólo comercializaba sus productos a través del comercio electrónico.

La compañía, que también posee otras marcas de moda como Janie and Jack, Old Navy y Banana Republic, entre otras, facturó 3.706 millones (3.317 millones de euros) en el primer trimestre de 2019, un 2% menos. La única que creció hasta mayo fue la compañía especializada en artículos deportivos para mujeres, aunque el grupo no especifica los resultados.