

Modaes

Empresa

Adidas lleva su concepto 'neighborhood' a Guatemala y República Dominicana

El gigante alemán impulsa su presencia en la región con la puesta en marcha de dos nuevos puntos de venta en Ciudad de Guatemala y en Santo Domingo. La compañía ya opera con este formato en Perú.

Modaes
14 mar 2017 - 00:00



Adidas se consolida en Latinoamérica. El gigante alemán de la moda deportiva ha abierto las puertas de dos nuevas tiendas en la región que funcionarán bajo el formato *neighborhood store*, que comercializa ediciones limitadas de sus colecciones urbanas. Los dos establecimientos se encuentran en Guatemala y República Dominicana.

En el mercado guatemalteco, el punto de venta abrió sus puertas en el centro comercial **Oakland Mall**. En el complejo, el grupo comparte presencia con empresas como **QuickSilver**, **Puma**, **Sportline** y **The North Face**, entre otras.

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/adidas-lleva-su-concepto-neighborhood-a-guatemala-y-republica-dominicana>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Paralelamente, el gigante deportivo puso en marcha una tienda *neighborhood store* en República Dominicana, concretamente en el centro comercial **Ágora Mall** de Santo Domingo. En ambos establecimientos se podrán encontrar productos de las colecciones *Tubular*, *Equipment* y *Gazelle*, entre otras.

El concepto *neighborhood store* fue presentado por **Adidas** en 2014, cuando puso en marcha su primera tienda en Berlín. Actualmente, este formato está presente en ciudades como Shanghái, Seúl, Moscú, Nueva York y París. En Latinoamérica, el grupo opera con esta tienda en Perú, donde subió la persiana en el centro comercial **Real Plaza** de Trujillo.

Adidas elevó su beneficio neto un 59% el año pasado, hasta 1.020 millones de euros (1.078,9 millones de dólares), superando por primera vez la barrera del billón de euros. Latinoamérica fue el único mercado en que la compañía contrajo sus ventas anuales. El impacto de las divisas afectó la cifra de negocio en la región, con un descenso del 2,9%, hasta 1.731 millones de euros (1.831 millones de dólares).