

Modaes

Empresa

Adidas se instala en Masaryk y alcanza los 80 tiendas en México

El titán alemán de moda deportiva continúa con su expansión en el mercado azteca y sube la persiana en la avenida mexicana del lujo, con un *flagship store* de 450 metros cuadrados.

Modaes
14 may 2018 - 00:00

Adidas se instala en Masaryk y alcanza los 80 tiendas en el país

Adidas se hace más grande en el mercado azteca. **La compañía alemana de moda deportiva ha puesto en marcha una *flagship store* en la Avenida Masaryk**, la arteria comercial del lujo en Ciudad de México.

El nuevo establecimiento de la compañía cuenta con una superficie comercial de 450 metros cuadrados repartidos en tres plantas, según *RL Report*. Con esta apertura, Adidas alcanza los ochenta puntos de venta en el país.

La empresa alemana de moda deportiva desarrolla un plan de expansión en el mercado mexicano desde el pasado año, siendo una de sus prioridades reforzar el concepto de tienda Originals.

Adidas también está presente en otros países de la región, como Colombia, Chile, Argentina, Panamá y Guatemala

México es el principal mercado de Adidas en Latinoamérica, además de estar presente en Colombia, Chile, Argentina, Panamá y Guatemala, entre otros países, ya sea con tiendas monomarca o a través del canal multimarca.

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/adidas-se-instala-en-masaryk-y-alcanza-los-80-tiendas-en-el-pais>

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

Adidas finalizó el primer trimestre del ejercicio (cerrado el pasado 31 de marzo) con un alza del 1,9% en sus ventas a tipos de cambio corrientes, frente al aumento del 19% registrado en el mismo periodo del año anterior. La evolución estuvo impactada por la mala evolución del negocio de Reebok, así como el peor desempeño en regiones como Rusia y Latinoamérica. No obstante, el resultado neto de la compañía tomó impulso con una subida del 18,4%.

El grupo registró una cifra de negocio de 5.548 millones de euros (6.649,6 millones de dólares) entre enero y marzo de 2018, frente a los 5.447 millones de euros de los tres primeros meses de 2017. El grueso de las ventas correspondió a la marca homónima de la compañía, que facturó 5.000 millones de euros (5.992,8 millones de dólares), mientras que Reebok redujo sus ingresos un 10,6%, hasta 440 millones de euros (527,3 millones de dólares).