

---

# Modaes

---

Empresa

## Dolce&Gabbana sucumbe a la fiebre de los 'pop up' con un nuevo espacio en El Palacio de Hierro

El grupo italiano de lujo ha puesto en marcha un establecimiento en la tienda departamental de Polanco, en Ciudad de México. Se trata de un corner exclusivo para calzado y complementos.

---

Modaes  
12 mar 2018 - 00:00

Dolce&Gabbana sigue apostando por México y abre su primer outlet en el país

Dolce&Gabbana sigue impulsando su negocio de *pop up stores* en México. El grupo italiano de lujo ha puesto en marcha un nuevo espacio de manera temporal, en la tienda departamental El Palacio de Hierro, en Polanco, Ciudad de México.

**El nuevo establecimiento de Dolce&Gabbana será exclusivo para la línea de calzado y accesorios** de la empresa, especialmente de sus *sneakers*. Además, el espacio permite a los visitantes personalizar algunas prendas y complementos del grupo, para seducir a los *millennials*.

**El *pop up store* estará abierto hasta finales de abril.** A mediados del año pasado, Dolce&Gabbana también apostó por este formato en la misma tienda departamental, con una colección especializada en sastrería masculina y colección para niñas. Además, el grupo italiano contó de manera temporal en el almacén El Palacio de Hierro en el centro comercial Santa Fe.

**Dolce&Gabbana opera en México con cinco tiendas monomarca, un outlet y corners en El Palacio de Hierro**

---

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/dolcegabbana-sucumbe-a-la-fiebre-de-los-pop-up-con-un-nuevo-espacio-en-el-palacio-de-hierro>

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

---

**Dolce&Gabbana opera en México con cinco establecimientos** en Ciudad de México y Cancún, además de puntos de venta en El Palacio de Hierro y un outlet en Punta Norte, según *Fashion Network*. En el resto de Latinoamérica, el grupo tiene presencia en Brasil, Chile, Colombia y Panamá.

La compañía italiana de lujo finalizó su ejercicio 2016 (cerrado el 31 de marzo de 2017) con un resultado neto de ochenta millones de euros (95,8 millones de dólares). Las ventas de la empresa también evolucionaron al alza, con una subida del 9,6%, hasta 1.296 millones de euros (1.552,9 millones de dólares).