
Modaes

Empresa

Forever21 eleva su apuesta por Latinoamérica y abre su segundo establecimiento en Puebla

Tras realizar tres aperturas en Brasil, el grupo estadounidense prosigue su expansión en México con la puesta en marcha de una nueva tienda.

Modaes
14 jun 2018 - 00:00

Forever21 eleva su apuesta por Latinoamérica y abre su segundo establecimiento en Puebla

Forever21 se afianza en sus principales mercados de Latinoamérica. El gigante estadounidense de moda joven prepara la apertura de un nuevo establecimiento en México, el segundo país de la región con mayor cantidad de tiendas del grupo.

En concreto, **Forever21 subirá la persiana de una *macrotienda* en el centro comercial Plaza Solesta, en Puebla**. Con esta apertura, prevista para el 23 de junio, la compañía sumará dos en la ciudad mexicana, donde ya cuenta con un establecimiento en Galerías Serdán.

Actualmente, **Forever21 opera en el mercado mexicano con 35 tiendas**. El grupo estadounidense desembarcó en el país azteca en 2012 y tiene presencia en Ciudad de México, Cancún o Puerto Vallarta, entre otras localidades.

Forever21 opera en México desde 2012 y suma 35 establecimientos en el país

En paralelo a su expansión en México, **Forever21 ha ido reforzando su red comercial en Brasil**, su principal mercado en Latinoamérica por número de tiendas. Tal y como avanzó Modaes

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/forever21-eleva-su-apuesta-por-latinoamerica-y-abre-su-segundo-establecimiento-en-puebla>

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

, el grupo subió la persiana de tres establecimientos en el país sudamericano, rozando los cuarenta puntos de venta.

Según cifras del informe *Global Powers of Retailing* elaborado por *Deloitte*, **la compañía facturó 4.400 millones de dólares en 2016**, posicionándose en el puesto número doce en el mapa de los gigantes de la gran distribución de moda.