

Modaes

Empresa

Nike toma impulso en Perú con la apertura de su decimotercera tienda en el país

La compañía estadounidense no le pierde el pulso a Latinoamérica, donde Perú se ha convertido en unos de sus principales mercados.

Modaes
3 abr 2018 - 00:00

Nike toma impulso en Perú con la apertura de su decimotercera tienda en el país

Nike no frena en Perú. El gigante estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha alcanzado las trece tiendas en el país con la apertura de un punto de venta en el centro comercial Mall del Sur, en Lima.

El establecimiento cuenta con 120 metros cuadrados de superficie comercial. Nike ha llevado hasta ahí una oferta que incluye productos de *running*, *training*, fútbol y las zapatillas casuales de moda, según *Fashion Network*.

En Mall del Sur, Nike comparte espacio con otros gigantes como son Falabella, Paris y Ripley, además de con cadenas de la talla de Lupo, H&M, Lancaster, American Brands, Almendra, Parada 111, entre otras.

Nike facturó 3.730 millones de dólares en la región Asia Pacífico entre enero y septiembre de 2017

A escala global, **Nike obtuvo un beneficio neto de 796 millones de dólares en los primeros nueve meses de 2017**, un 75 % menos que en el mismo ejercicio de 2016, debido, principalmente, a la reforma fiscal impulsada por Donald Trump. Las ventas globales de la compañía ascendieron a 26.608 millones de dólares.

La facturación de Nike en Latinoamérica y la zona Asia Pacífico alcanzó los 3.730

Modaes

millones de dólares entre enero y septiembre de 2017, lo que representa un incremento de un 8% frente al mismo lapso del pasado año.

El objetivo de la compañía es seguir creciendo en la región, tanto así, que inyectó 150 millones de dólares en su filial de Argentina, tras cerrar su subsidiaria en Chile. El proceso de reestructuración también ha alcanzado a Colombia, donde bajó la persiana de una tienda de 700 metros cuadrados que funcionaba a pie de calle, en la ciudad de Bogotá.