

# Modaes

Empresa

## Reebok toma impulso en Latinoamérica y abre su primera tienda en Argentina

El establecimiento de la compañía, propiedad de Adidas, se encuentra en el centro comercial Maxi Mall de la ciudad de Mendoza.

Modaes  
19 oct 2016 - 00:00



**Reebok** sigue en la carrera por el mercado latinoamericano. La compañía de moda deportiva, propiedad de **Adidas**, sube una marcha en la región y abre su primera tienda en Argentina, país donde operaba con puntos de venta en locales multimarca. La inversión para la puesta en marcha de la tienda fue de un millón de pesos (65.725 dólares).

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/reebok-toma-impulso-en-latinoamerica-y-abre-su-primera-tienda-en-argentina>

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 nuevo establecimiento se encuentra en el centro comercial **Maxi Mall** de la ciudad argentina de Mendoza y cuenta con una superficie de 130 metros cuadrados, según *FashionNetwork*. Allí, **Reebok** compartirá espacio comercial con otras empresas del sector como **Nike**, **New Balance**, **Puma**, **Salomon** y **Topper**.

En paralelo, **Reebok** anunció la apertura de nuevas tiendas en Latinoamérica para el próximo año con la puesta en marcha de nuevos establecimientos en Uruguay y Costa Rica. La apuesta de **Reebok** por Latinoamérica pasa también por el mercado mexicano. Recientemente, el grupo comenzó a operar en el país su tienda online en el país, donde distribuye más de quinientos productos.

**Adidas**, que se ha marcado el objetivo de facturar 20.000 millones de dólares en 2020, redujo en el primer semestre un 12% sus ventas en Latinoamérica, su quinto mercado mundial. La compañía incrementó su beneficio un 73,6% global, hasta 642 millones de euros (78,6 millones de dólares). La empresa también mantuvo al alza sus ventas, con un aumento del 15%, con la vista puesta en su objetivo de facturar 20.000 millones en 2020.