

Empresa

Armani toma el control de su negocio en México y prepara más aperturas de sus tres marcas

El grupo italiano de moda de lujo tiene previsto abrir entre tres y cuatro tiendas cada año en las principales ciudades del país.

María Bertero
16 sep 2019 - 00:00



Salto adelante de Armani en México. El grupo italiano de moda de lujo ha tomado el control de su operación en el país azteca, en pleno viraje estratégico en el mercado mexicano después de haber nombrado un nuevo director, [tal y como avanzó Modaes](#).

En esta nueva etapa, Armani seguirá expandiendo su red comercial en el mercado mexicano, que actualmente está compuesta de una veintena de puntos de venta. **Los planes de la compañía pasan por abrir entre tres y cuatro establecimientos en México cada año.**

Las nuevas aperturas se llevarán a cabo en las principales ciudades del país, donde la empresa italiano ya tiene presencia. Además, Armani reforzará su alianza con El Palacio de Hierro, donde opera con EA7 y Armani Exchange.

Armani opera con tres marcas en México con más de veinte puntos de venta

El grupo, que inició hace un par de años un proceso de reorganización de su portafolio de marcas, **está presente en el mercado mexicano con tres firmas: Emporio Armani, Armani Exchange y EA7**. Esta fue la última en desembarcar en el país, operada hasta ahora por la mexicana Sportmex.

La nueva etapa de Armani en México estará pilotada por Gunter González, quien se incorporó a la dirección de la compañía en el país el pasado agosto. El ejecutivo cuenta con una amplia trayectoria en empresas del sector como Sociedad Textil Lonia, Louis Vuitton, Lacoste o Puma.

Los cambios en la cúpula de la compañía italiana iniciaron a principios de 2019, cuando perdió a Livio Proli, director general de Armani durante los últimos nueve años. Según los últimos datos disponibles, el grupo de moda de lujo **anotó un resultado neto de 242,4 millones de euros (268,3 millones de dólares) en 2017**, un 10,5% menos que en el año anterior.

La compañía italiana fichó el pasado agosto a un nuevo director para el mercado mexicano

Los ingresos de Giorgio Armani, por su parte, se situaron en 2.330 millones de euros (2.579,3 millones de dólares), un 7% menos que en 2016, cuando alcanzaron los 2.510 millones de euros. A tipos de cambio constantes, las ventas de Giorgio Armani cayeron un 5,8%.

La moda internacional toma el control en Latinoamérica

Modaes

Además de Armani, otros gigantes del sector han dedicado comenzar a operar en México y otros países de la región de manera directa. El último en anunciar este movimiento fue Levi's, que tomó el control en Bolivia, Chile y Perú.

En julio, Lacoste compró el 50% restante de la *joint venture* (empresa conjunta) que tenía con el grupo panameño Ben Betesh, haciéndose con la operación directa en México, Colombia y Perú.