

Modaes

Empresa

Under Armour marca su séptimo 'gol' en México con una apertura en la capital

El grupo estadounidense de moda deportiva prosigue su expansión con tiendas propias en el mercado azteca y sube la persiana en el centro comercial Parque Las Antenas.

María Bertero
8 jun 2018 - 00:00

Under Armour marca su séptimo 'gol' en México con una apertura en la capital

Image not found or type unknown

Under Armour saca músculo en México. El gigante estadounidense de moda y equipamiento deportivo siguen avanzando en el país con tiendas propias y se acerca a la decena de establecimientos bajo este formato.

Según informaron fuentes de la empresa a Modaes, **Under Armour subió la persiana de su séptima tienda propia en México, ubicada en el primer nivel del centro comercial Parque Las Antenas**, en la capital del país. El establecimiento cuenta con una superficie de 370 metros cuadrados.

En el complejo, Under Armour operará con otros gigantes como Inditex, H&M, Innovasport, Li Ning o Timberland. Parque Las Antenas abrió oficialmente sus puertas el pasado jueves, aunque las tiendas departamentales de Liverpool y Sears ya estaban en operaciones.

Under Amour opera en México con 19 tiendas de formato 'brand house'

La nueva tienda de Under Armour corresponde al formato *brand house*, modelo con el que la compañía recientemente se estrenó en los centros comerciales Artz Pedregal y Paseo Interlomas, en Ciudad de México.

Modaes

Tal y como avanzó Modaes, el grupo estadounidense prevé seguir creciendo en el mercado mexicano con más aperturas. **Under Armour también tiene como socio en el país azteca a Grupo Martí**, con quien suma doce puntos de venta franquiciados.

Además de sus tiendas *brand house* y *factory store*, la compañía de moda y equipamiento deportivo opera en México con un punto de venta en el espacio *wellness* que la tienda departamental El Palacio de Hierro tiene en Santa Fe.

El negocio de Under Armour en México está pilotado por Carlos Maza. El directivo se incorporó como director del grupo estadounidense en el país a finales de 2017, tras la salida de Micky Ríos.

En 2017, las ventas de Under Armour en Latinoamérica se elevaron un 28%

Maza tomó el timón de Under Armour en el país latinoamericano después de dirigir durante cuatro años la operación del grupo estadounidense en mercados emergentes, desde Panamá. Antes de incorporarse en Under Armour, Maza fue director de marketing de Adidas para México y director comercial para el gigante alemán en Centroamérica, el Caribe, Ecuador, Uruguay y Venezuela.

En el primer trimestre del ejercicio, **las ventas de Under Armour se elevaron un 6%**, hasta 1.185 millones de dólares. Por otro lado, la compañía anotó unos números rojos de 30,2 millones de dólares.

En el ejercicio 2017, la facturación de Under Armour se situó en 181,3 millones de en Latinoamérica, un 28% más que el año anterior. La empresa tiene presencia en otros mercados de la región como Brasil, Colombia, Chile y Perú, entre otros.