

Modaes

Empresa

Under Armour: 'match point' número doce en México tras abrir en Antara Fashion Hall

El grupo estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha puesto en marcha una nueva tienda de 224 metros cuadrados en Ciudad de México, con la que alcanza la docena de puntos de venta de su formato *brand house*.

María Bertero
26 oct 2017 - 00:00

Under Armour: 'match point' número doce en México tras abrir en Antara Fashion Ha

Under Armour toma impulso en México. El grupo estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha puesto en marcha un nuevo establecimiento en el país, con el que alcanza los doce puntos de venta en el mercado azteca.

Se trata de una tienda de 224 metros cuadrados de superficie de su formato *brand house*, ubicada en el centro comercial Antara Fashion Hall de Ciudad de México. Allí, Under Armour compartirá espacio con titanes de la moda deportiva como Nike, Adidas o The North Face.

Recientemente, la compañía estadounidense ganó terreno en la capital azteca al subir la persiana de una tienda en el centro comercial Paseo Arcos Bosques. Además, **en lo que va del año, Under Armour se expandió en la colonia de Polanco y en la ciudad de Monterrey.**

Under Armour abrió su tienda número doce de la mano de Grupo Martí

En el mercado mexicano, la compañía estadounidense opera de la mano de Grupo Martí

Modaes

, quien gestiona la docena de tiendas del formato *brand house* en el país azteca. A su vez, el grupo mexicano distribuye los artículos de Under Armour en sus tiendas multimarca.

Liverpool e Innovasport son otros de los distribuidores del grupo estadounidense en el mercado azteca. La compañía también opera en el país con su formato outlet, sumando en total más de cuatrocientos puntos de venta.

En el resto de Latinoamérica, **Under Armour está presente en países como Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Uruguay, Panamá, Paraguay y Perú**, donde opera con tiendas monomarca y puntos de venta en distribuidores locales.

Under Armour prevé alcanzar los 1.000 millones de dólares fuera de Estados Unidos en 2020

Los mercados internacionales se han convertido en el foco de expansión de la compañía. **Under Armour se ha marcado el objetivo de alcanzar los 1.000 millones de dólares fuera de Estados Unidos en 2020**.

El grupo estadounidense cerró el primer semestre del ejercicio actual con pérdidas de 14,6 millones de dólares, frente a los 25,5 millones de dólares de beneficio del mismo periodo del año anterior. **La facturación, en cambio, evolucionó al alza**, con un aumento del 7,7%, hasta 2.206 millones de dólares.

Tras la publicación de estos resultados, **Under Armour aprobó un plan de reestructuración** que prevé un ahorro de entre 110 millones de dólares y 130 millones de dólares en 2017. Entre las medidas que se tomaran se incluye el despido de 277 empleados, un 2% de la plantilla del grupo en todo el mundo.