
Modaes

Empresa

Under Armour se acerca a las 20 tiendas en México con dos aperturas en la capital

El grupo estadounidense de moda y equipamiento deportivo ha puesto en marcha dos establecimientos propios en Ciudad de México, en los centros comerciales Artz Pedregal y Paseo Interlomas.

María Bertero
8 abr 2018 - 00:00

Under Armour: seis tiendas propias en México con dos aperturas en la capital

Image not found or type unknown

Under Armour toma impulso en México. El grupo estadounidense de moda y equipamiento deportivo prosigue su expansión en el mercado azteca, seis meses después de haber cambiado de director en el país.

Recientemente, **Under Armour subió la persiana de una tienda de 335 metros cuadrados en el centro comercial Paseo Interlomas**, en el Estado de México. Allí, el grupo comparte espacio con otras empresas del sector como Nike, Salomon o Intersport, que está presente en el *mall* con The Athlete's Foot.

A su vez, **Under Armour ha abierto un punto de venta en el centro comercial Artz Pedregal**, en Ciudad de México. La tienda cuenta con una superficie de 316 metros cuadrados, según informaron fuentes de la empresa estadounidense a Modaes.

Under Armour es ahora pilotado por Carlos Maza, quien dirigía la compañía en mercados emergentes

Tanto el establecimiento de Artz Pedregal como el de Paseo Interlomas operan bajo el formato *brand house*. Con estas aperturas, Under Armour alcanza las seis tiendas propias en México, donde también opera con una decena de puntos de venta

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/under-armour-seis-tiendas-propias-en-mexico-con-dos-aperturas-en-la-capital>

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

franquiciados de la mano de Grupo Martí.

Los planes de la compañía de moda deportiva pasan por abrir más tiendas propias en el mercado mexicano a lo largo de este año. En paralelo, Under Armour puso en marcha un punto de venta en el espacio *wellness* de El Palacio de Hierro Santa Fe.

La expansión de la compañía estadounidense en el país azteca coincide con la renovación de su directorio en el mercado mexicano. **A finales de 2017, Under Armour incorporó a Carlos Maza como director del grupo en México, tras la salida de Micky Ríos.**

Under Armour cuenta con otras diez tiendas ‘brand house’, operadas por Grupo Martí

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 márketing de Adidas para México y director comercial para el gigante alemán en Centroamérica, el Caribe, Ecuador, Uruguay y Venezuela.

La facturación de Under Armour se situó en 181,3 millones de en Latinoamérica durante el ejercicio 2017, un 28% más que el año anterior. Sin embargo, la buena racha en la región contrasta con el desempeño del grupo a escala global.

La compañía estadounidense entró en pérdidas en 2017, con unos números rojos de 48,2 millones de dólares. Por otra parte, Under Armour creció un 3% el año pasado, frente al alza del 20% de 2016. La facturación del grupo fue de 4.976,5 millones de dólares.