

# Modaes

Empresa

## Abercrombie encoge sus ventas un 5% en el tercer trimestre, pero mejora su resultado operativo

La compañía estadounidense ha cerrado el tercer trimestre del ejercicio con unos números rojos de 819,7 millones de dólares, y ha registrado el mejor resultado operativo en ocho años.

Modaes  
24 nov 2020 - 13:40



Abercrombie&Fitch sigue encogiendo sus ventas. La compañía de moda estadounidense ha cerrado el tercer trimestre del ejercicio (finalizado el 31 de octubre) con una facturación de 819,7 millones de dólares, un 5% menos que en el mismo periodo de 2019.

La empresa achaca el impacto de la pandemia, con sus consecuentes medidas restrictivas en países de todo el mundo, y la crisis económica derivada del Covid-19 a sus números rojos. Frente al cierre de tiendas en varios mercados, **las ventas a través del canal online de la compañía han aumentado un 43%, hasta 382 millones de dólares**

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/abercrombie-encoge-sus-ventas-un-5-en-el-tercer-trimestre-pero-mejora-su-resultado-operativo>

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

---

Por otro lado, Abercrombie ha registrado un resultado operativo de 58,6 millones de dólares, frente a los 14,5 millones de 2019. Se trata del mejor resultado en ocho años, según ha asegurado Fran Horowitz, consejera delegada de la compañía.

## Abercrombie ajusta su red de tiendas: prevé cerrar siete 'flagship stores' en 2021

La red de tiendas del grupo se ha reordenado en este tercer trimestre. Así, Hollister ha cerrado una tienda en Estados Unidos y otra en el exterior. **Abercrombie, por otro lado, ha abierto dos nuevas tiendas en Estados Unidos**, aumentando a 255 el número de establecimientos en el país.

La compañía ha anunciado que, **para finales de enero de 2021, cerrará cuatro *flagship stores*, que se sumarán a los tres cierres ya anunciados** a lo largo de este año. Esta operación se enmarca en la estrategia del grupo de “**reducir la dependencia de las tiendas impulsadas por el turismo**”, según ha confirmado Horowitz. El objetivo final es reposicionarse en mercados clave y mejorar la omnicanalidad.