

Modaes

Empresa

Abercrombie&Fitch expande su nuevo concepto de tienda con una apertura en Estados Unidos

La compañía estadounidense comenzó a rediseñar sus establecimientos en febrero después de quince años. La primera apertura bajo el nuevo concepto será en el complejo comercial Tyson Corner Center, en Washington (Estados Unidos).

Modaes
4 ago 2017 - 16:25

Abercrombie expande su nuevo concepto de tienda con una apertura en Estados Unidos

Abercrombie&Fitch sigue renovando su red de tiendas. La compañía estadounidense, en venta hasta el pasado julio, introducirá su nuevo concepto de tienda con la puesta en marcha de un nuevo establecimiento en el centro comercial **Tyson Corner Center**, en Washington (Estados Unidos). La apertura del nuevo punto de venta está programada para finales de este año.

Entre otros rasgos, las próximas tiendas de **Abercrombie** contarán con probadores dobles con un espacio dedicado a los acompañantes del comprador. Dentro de las cabinas, se podrá regular la intensidad de la luz y la música, así como recargar los teléfonos móviles. Las paneles del escaparate serán transparentes y presentarán una escultura metálica con el logo de la empresa.

La compañía estadounidense estrenó el nuevo concepto de establecimiento con una apertura el pasado febrero en el centro comercial **Polaris Fashion Mall** de Columbus, Ohio (Estados Unidos). A esta apertura le han seguidos otras dos en los estados de Georgia y Michigan, ambos en Estados Unidos.

Abercrombie se puso a la venta el pasado mayo tras desplomar su beneficio en 2016 y, a principios de julio, canceló el proceso tras los últimos resultados obtenidos con **Hollister**, su segunda enseña.

Modaes

La compañía desplomó su beneficio en el ejercicio 2016 (cerrado el 30 de enero de 2017), hasta 3,9 millones de dólares, frente a las ganancias de 35,5 millones de dólares del año anterior.

Las ventas del grupo también disminuyeron el último ejercicio. La cifra de negocio de **Abercrombie** alcanzó 3.326 millones de dólares, lo que supuso una caída del 5,4% respecto a la facturación de 2015.