

Empresa

Abercrombie & Fitch continúa sin remontar y reduce su beneficio un 5% en 2014

Modaes
4 mar 2015 - 16:41

El grupo estadounidense **Abercrombie & Fitch** vuelve a pinchar en 2014. La compañía ha reducido su beneficio un 5% en 2014, hasta 51,82 millones de dólares (46,3 millones de euros). La empresa ha confeccionado una nueva hoja de ruta para 2015, bajo la batuta de **Arthur Martínez**, presidente del grupo. La compañía continúa en busca de un sustituto para **Mike Jeffries**, que abandonó **Abercrombie & Fitch** el pasado año.

Las ventas de la compañía también se han reducido en 2014 hasta 3.744 millones de dólares (3.346 millones de euros), un 9% menos que en el mismo periodo del año anterior, cuando **Abercrombie & Fitch** logró una cifra de negocio de 4.116 millones de dólares (3.679 millones de euros).

La compañía ha reducido sus ventas en el mercado estadounidense un 9%, un 6% a tipo de cambio constante, mientras que en el resto de países, el grupo ha reducido su cifra de negocio un 8%, un 12% a tipo de cambio constante.

Martínez ha explicado en un comunicado que atribuye los malos resultados del pasado ejercicio a “un año de cambios para **Abercrombie & Fitch**”. “Estos cambios nos han puesto en el camino correcto para mejorar la rentabilidad –añade–; para 2015 tenemos muy claras cuáles son nuestras prioridades”.

Mejorar la red de tiendas de la compañía, invertir de manera directa en la experiencia de compra y continuar con la política de reducción de gastos que ha llevado a cabo el grupo en 2014 serán las prioridades de **Abercrombie & Fitch** para este año.

El grupo opera en Estados Unidos con una red de 799 establecimientos, de los cuales 250 pertenecen a **Abercrombie & Fitch**, 433 a **Hollister** y 116 al concepto de moda infantil de la compañía. En el mercado internacional, el grupo cuenta con una red de

Modaes

| distribución formada por 170 puntos de venta.