
Modaes

Empresa

Abercrombie llega a Madrid entre la innovación y el fenómeno fan



3 nov 2011 - 00:00

Modaes.- Es el último fenómeno de la moda internacional en recalar en el mercado español y su nombre hace que jóvenes (y no tan jóvenes) enloquezcan. El grupo estadounidense **Abercrombie & Fitch** abre hoy en Madrid su primera tienda en España. El sector se debate entre el impacto positivo para el comercio de la apertura y la perdurabilidad del fenómeno.

Ubicado en el Palacio Aguas de Sevilla, en la Plaza Marqués de Salamanca de Madrid, el nuevo establecimiento de **Abercrombie** cuenta con 1.150 metros cuadrados, además de una zona ajardinada. Como todos los locales de la enseña, es un despliegue de márketing en el punto de venta: iluminación, colores, olores, música, empleados... un cóctel para seducir al consumidor.

El sector de la distribución de moda joven reconoce a **Abercrombie** su éxito y el modo en qué ha impactado en el retail internacional. Cada vez son más las cadenas que

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/abercrombie-llega-a-madrid-entre-la-innovacion-y-e>

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

siguen el ejemplo de **Abercrombie** y apuestan por olores propios o música atronadora, de acuerdo con su público objetivo. **Bershka**, la cadena de joven de Inditex, es un ejemplo de ello.

El impacto de **Abercrombie** no sólo se nota en las estrategias internacionales de retail, sino en los comercios próximos a todas sus tiendas. En el barrio de Salamanca esperan que la tienda se convierta en un dinamizador de la actividad comercial y en el tráfico de potenciales clientes, algo que se pudo ver la semana pasada cuando la empresa presentó a un centenar de modelos con su torso descubierto.

Las dudas comienzan a aparecer ya ante el fenómeno **Abercrombie**, aunque el sector es consciente de que todavía le queda recorrido. La oferta de la marca se compone, principalmente, por vaqueros y camisetas a precios elevados, por lo que no se diferencia de la competencia.

Además, muchos de los potenciales clientes españoles de la firma ya compraron sus prendas en Nueva York o Londres en los primeros años de su apogeo, por lo que ahora el público de **Abercrombie** en España será otro.

El próximo paso que dará **Abercrombie** en España será en Barcelona. La empresa está pendiente del visto bueno del Ayuntamiento de Barcelona para acometer la reforma del antiguo edificio de Banco Vitalicio, en Paseo de Gracia. De hacerse realidad el proyecto, no hay duda de que, al menos inicialmente, las colas están aseguradas.