

Empresa

Abercrombie regresa a las pérdidas y reduce sus ventas un 12% en el tercer trimestre

Modaes
21 nov 2013 - 13:44

Abercrombie & Fitch vuelve a vestirse de rojo. La compañía, que en el primer semestre logró abandonar las pérdidas, ha cerrado el tercer trimestre del ejercicio con unos números rojos de 15,6 millones de dólares (11,5 millones de euros), frente al beneficio de 84 millones de dólares (62,1 millones de euros) del mismo periodo del año pasado. **Abercrombie** se encuentra en plena transformación de su negocio y en los últimos meses ha anunciado medidas como el cierre de su cadena **Gilly Hicks**.

Las ventas de la compañía en el tercer trimestre (concluido el pasado 27 de octubre) también han registrado una evolución negativa al experimentar un descenso del 12%, hasta 1.033 millones de dólares (764 millones de euros). Las ventas por superficie comparable, por su parte, han caído un 14%, que corresponde a un descenso del 14% en Estados Unidos y del 15% en el resto del mundo.

A cierre del tercer trimestre, la compañía contaba con un total de 1.063 establecimientos, 265 de las cuales correspondían a **Abercrombie**, 144 a **Abercrombie kids**, 475 **Hollister** y veinte **Gilly Hicks** en Estados Unidos. La compañía prevé cerrar todas las tiendas **Gilly Hicks** en el primer trimestre de 2014.

Una estrategia basada sólo en la marca, un producto sin innovación y un errático proceso de internacionalización han hecho que **Abercrombie & Fitch** haya mantenido estables sus ventas y su beneficio en los últimos años. En 2009, el grupo vio como sus ventas se contraían desde los 3.484 millones de dólares de 2008 hasta los 2.928 millones de dólares. Su beneficio también cayó hasta los 254 millones de dólares. Durante los años siguientes, las ventas del grupo aumentaron, pero su beneficio se reducía año tras año. Hasta 2013, año que los analista prevén como uno de los peores de la historia de la compañía.