

Modaes

Empresa

Abercrombie&Fitch toma impulso en México: sube la persiana en Angelópolis Puebla

El grupo estadounidense de moda urbana prepara la apertura de su primer establecimiento en la ciudad mexicana, donde opera de la mano de Grupo Axo.

María Bertero
2 mar 2018 - 00:00

Abercrombie&Fitch toma impulso en México: sube la persiana en Angelópolis Puebla

Abercrombie&Fitch prosigue su expansión en el extranjero. El grupo estadounidense de moda urbana prepara la apertura de uno de sus principales mercados en Latinoamérica: México. Este año, la compañía pondrá en marcha su primer establecimiento en la ciudad de Puebla.

En concreto, la nueva tienda de Abercrombie se ubicará en el centro comercial Angelópolis, donde ya operan otros gigantes del sector como Inditex, Levi's, Lacoste, C&A, Springfield o la mexicana Liverpool.

En Puebla, el grupo estadounidense está presente bajo el formato outlet. Abercrombie, que opera en México de la mano de Grupo Axo, pondrá en marcha también un establecimiento en el centro comercial Artz Pedregal, en Ciudad de México.

Abercrombie&Fitch opera en México desde 2015 junto a Grupo Axo

La compañía estadounidense desembarcó en el mercado azteca en 2015, cuando el distribuidor mexicano obtuvo la licencia para operar en el país la marca. Actualmente, Abercrombie opera con un establecimiento en Antara Fashion Hall, en la capital mexicana.

Los mercados internacionales han sido los focos de expansión del grupo de moda

Modaes

urbana en los últimos meses. En plena reestructuración de su cúpula y con pérdidas de más de sesenta millones de dólares, Abercrombie apostó por países de oriente como Arabia Saudí o China con nuevas aperturas.

La semana pasada, el grupo estadounidense anunció la incorporación de la ex consejera delegada de Wendy's a su consejo. Anteriormente, Arthur Martínez, presidente ejecutivo de la empresa desde 2014, abandonó su cargo, siendo sustituido por Terry L. Burman.

Abercrombie elevó sus pérdidas un 49,7% en los nueve primeros meses de sus ejercicio

A principios de 2017, Abercrombie incorporó a Will A. Smith como nuevo director de márketing y, en septiembre, recuperó a Scott D. Lipesky, ex responsable financiero de Hollister, para liderar el mismo departamento para el conjunto del grupo.

Abercrombie cerró los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal con unos números rojos de 67,1 millones de dólares, un 49,7% más que el año anterior. La cifra de negocio de la empresa, por su parte, se incrementó un 4,6%, hasta 859,1 millones de dólares.