
Modaes

La cifra de negocio del grupo se mantuvo estable, con un alza del 2,4%, hasta los 2.359,3 millones de dólares (2.195,3 millones de euros). En 2016, **Coach** tomó la decisión estratégica de elevar el posicionamiento de su marca insignia en el canal multimarca de Estados Unidos mediante la reducción de los descuentos.

En 2016, Coach tomó la decisión estratégica de elevar el posicionamiento de su marca insignia en el canal multimarca de Estados Unidos

Por marcas, la compañía experimentó un aumento de ventas con **Coach** del 2% en el segundo trimestre del ejercicio, finalizado el 31 de diciembre, hasta los 1.200 millones de dólares (1.116,6 millones de euros). A pesar de tener un volumen de negocio mucho menor, **Stuart Weitzman** presentó el crecimiento de facturación más acusado, del 26%, en los últimos tres meses, hasta 118 millones de dólares (109,8 millones de euros).

A 31 de diciembre de 2016, la marca **Coach** operaba con un total de 960 tiendas de gestión propia en el mundo. La cifra de establecimientos en Estados Unidos, primer mercado por volumen de negocio, se incrementó con tres nuevas aperturas, hasta un total de 434 tiendas. En China, la empresa cerró dos establecimientos y abrió tres nuevos durante el último trimestre, dejando en 191 el número de tiendas en el país. Japón es el tercer mercado mundial para la compañía, con una red de distribución de 191 establecimientos.

El grupo abrió seis tiendas de **Stuart Weitzman** en 2016 y cerró una, dejando su parque de establecimientos mundial en 82 puntos de venta propios. **Coach** prevé elevar su beneficio neto a doble-dígito en el año fiscal 2017, así como el beneficio diluido por acción.