

Empresa

Tiffany eleva un 50% su resultado en el primer trimestre impulsada por las nuevas aperturas

Modaes
21 may 2014 - 16:08

Tiffany concluye el primer trimestre con un incremento del 50% en su resultado neto, hasta 125,6 millones de dólares (91,66 millones de euros), frente a los 83,57 millones de dólares (60,98 millones de euros) obtenidos un año antes. La compañía, que cerró los tres primeros meses del año el pasado abril, ha explicado que este buen comienzo de ejercicio se debe a la recuperación del consumo en países como Japón y a los nuevos puntos de venta en países como Rusia, donde **Tiffany** ha desembarcado recientemente.

El grupo estadounidense ha concluido el periodo con un incremento del 20% en su facturación en el país nipón, hasta 174 millones de dólares (126,98 millones de euros). No obstante, **Tiffany** ha explicado que el aumento de impuestos llevado a cabo por el Gobierno del país, que se aplicó a partir del pasado 1 de abril, impactará en sus ventas de los próximos meses, por lo que es previsible que la facturación de **Tiffany** en Japón vuelva a retroceder.

La región de Asia-Pacífico ha sido la segunda que mejor ha evolucionado en el primer trimestre para **Tiffany**. La compañía cerró el periodo con un aumento del 17% en la cifra de negocio de la región, hasta 261 millones de dólares (190,47 millones de euros), por delante de Europa, donde **Tiffany** registró un incremento del 9% en sus ventas, hasta 101 millones de dólares (73,70 millones de euros), y América, región en la que la compañía alcanzó una facturación de 439 millones de dólares (320,37 millones de euros), un 8% más que la obtenida en el mismo periodo del ejercicio precedente.

A nivel global, el grupo estadounidense ha cerrado los tres primeros meses con un

Modaes

aumento del 13% en su cifra de negocio, pasando de 895,48 millones de dólares (653,50 millones de euros) a alcanzar unas ventas de 1.012 millones de dólares (738,53 millones de euros).