

Empresa

Tiffany revisa a la baja sus resultados para 2014 tras registrar una caída de las ventas en Navidad

Modaes
13 ene 2015 - 10:40

Tiffany revisa a la baja sus resultados para 2014. La compañía estadounidense de joyería estima que cerrará el ejercicio en curso (el 30 de enero de 2015) con un beneficio inferior al previsto tras una débil campaña navideña.

El grupo corrigió a la baja sus expectativas tras conocer las ventas de la campaña de Navidad. La cifra de negocio de **Tiffany** durante el periodo navideño disminuyó un 1% respecto a la campaña del año anterior, hasta 1.020 millones de dólares (862 millones de euros). El presidente y consejero delegado de la compañía ha asegurado que las ventas, en general, "han sido decepcionantes", aunque ha matizado que su evolución ha dependido de la región geográfica.

En este sentido, la región Asia-Pacífico ha seguido tirando de las ventas de **Tiffany**, aunque su crecimiento no ha sido suficiente para equilibrar la debilidad del mercado japonés, una caída en Latinoamérica y el efecto negativo de la fortaleza del dólar respecto al euro en los mercados europeos.

Las nuevas previsiones provocaron una fuerte caída del valor de los títulos de la empresa en el parqué neoyorkino, que se desplomaron hasta su valor más bajo de los últimos diez años. Los valores de la compañía descendieron ayer un 14% en la Bolsa de Nueva York y registraron la mayor caída desde 2004.

Los inversores tomaron con desconfianza los resultados de la campaña navideña de **Tiffany**. Los analistas consideraron que la temporada de Navidad había sido más floja de lo previsto y que, entre otras cuestiones, desvela la debilidad de mercados como el americano, donde la compañía concentra casi la mitad de sus establecimientos.