

Cosmética

El brasileño Grupo Boticário apuesta por la expansión en su mercado local y refuerza su estructura de producción

Modaes
17 oct 2014 - 19:11

Grupo Boticário traza un plan de desarrollo para crecer en su mercado local. La compañía, que es el mayor productor de fragancias de Brasil, tiene previsto poner en marcha un centenar de puntos de venta de su cadena de perfumerías **O’Boticário** e incrementar la penetración de sus otros conceptos **Quem disse**, **Berenice** y **Box**. El objetivo de la empresa es aprovechar el tirón del mercado brasileño de la cosmética y la belleza.

La compañía, que cuenta con una oferta de 1.100 perfumes, cremas y productos de cuidado corporal, incrementará su red de distribución hasta 3.690 puntos de venta en 2015. La mayoría de ellos están ubicados en Brasil, aunque **Grupo Boticário** también tiene presencia en Francia, Portugal, Japón, México y en otros mercados de Latinoamérica.

En paralelo a su plan de desarrollo en Brasil, **Grupo Boticário** también pondrá en marcha una nueva planta de producción en la localidad de Camacari, en el estado de Bahía. El proyecto forma parte de la inversión de 450 millones de dólares que la compañía destinará a construir nuevas instalaciones de I+D y fábricas para incrementar su producción.

El plan también incluye un desembolso de 293 millones de dólares para ampliar sus instalaciones ubicadas en Sao José dos Pinhais, en el estado de Paraná, en las que se incluirá una nueva línea de producción de maquillaje. El objetivo de la empresa es elevar hasta 465 millones el número de productos que fabrica anualmente, frente a los 280 millones actuales.

Modaes

Grupo Boticário, liderada por **Artur Grynbaum**, tiene previsto concluir el ejercicio 2014 con un incremento del 10% en su cifra de negocio, hasta 3.960 millones de dólares. En 2013, la compañía elevó un 16% su facturación.