

Modaes

Cosmética

Natura gana un 84% menos hasta junio penalizada por la compra de The Body Shop

El grupo brasileño de cosmética anotó una cifra de negocio de 8.009,6 millones de reales (2.116 millones de dólares). La compañía atribuye la caída de su utilidad a los costos de la adquisición de The Body Shop.

Modaes
10 ago 2018 - 00:00

El dueño de Riachuelo crece a doble dígito y contrae sus ventas un 27,3% en el primer :
Image not found or type unknown

Natura llega a mitad de año con sabor agridulce. El gigante brasileño de cosmética ha finalizado el primer semestre del ejercicio con un desplome a doble dígito de su resultado consolidado, a pesar de haber crecido por encima del 50%.

Entre enero y junio, **la utilidad neta de Natura fue de 31,8 millones de reales (8,4 millones de dólares), lo que supuso un descenso del 84,1%** respecto a las ganancias de 352,5 millones de reales (93,1 millones de dólares) del mismo periodo del año anterior. La compañía atribuye dicho descenso a los costes asociados a la adquisición de The Body Shop a su portafolio.

Por otro lado, el grupo brasileño elevó a doble dígito sus ventas. En el primer semestre, **Natura facturó 8.009,6 millones de reales (2.116 millones de dólares), un 54,1% más** que igual periodo del año pasado.

Natura creció un 2,3% en su mercado local y un 18,1% en el resto de Latinoamérica

Por cadenas, la que sigue liderando los ingresos de la compañía fue nuevamente **Natura, cuya cifra de negocio creció un 6,3% entre enero y junio**, hasta 5.178,1 millones

Modaes

de reales (1.368 millones de dólares). **The Body Shop, por su parte, anotó unas ventas de 2.349,6 millones de reales (620,7 millones de dólares)**, mientras que Aesop fue la de mayor crecimiento en el primer semestre, con un alza del 47,4%, hasta 481,9 millones de reales (127,3 millones de dólares).

Así como lo hicieron otras compañías brasileñas, Natura justificó el bajo crecimiento de las ventas en su mercado local con el paro camionero que sufrió el país en mayo. Esto produjo que **los ingresos de la cadena homónima del grupo en Brasil se elevaran un 2,3%, mientras que, en Latinoamérica, la marca Natura creció un 18,1%**.

A cierre del primer semestre, The Body Shop contaba con 1.052 tiendas propias y 1.928 franquicias, tras el cierre de 58 establecimientos a lo largo del primer semestre. Por el contrario, Aesop puso en marcha 25 nuevos puntos de venta, sumando un total de 213 tiendas de la cadena australiana.

Tal y como avanzó Modaes, Natura subió recientemente la persiana de su establecimiento número veinte, ubicado en Río de Janeiro. La compañía, especializada en la venta directa, finalizó el primer semestre con 628.100 consultoras de su marca homónima.