

Modaes

Cosmética

Natura&Co desploma su utilidad un 60% hasta septiembre pero crece un 48%

La compra de The Body Shop el año pasado sigue penalizando los resultados del grupo brasileño de cosmética, que entre enero y septiembre anotó un beneficio de 166,7 millones de reales (44,3 millones de dólares), frente a los 413,4 millones de reales (109,9 millones de dólares) del año anterior.

Modaes
8 nov 2018 - 00:00

Natura&Co desploma su utilidad un 60% hasta septiembre pero crece un 48%

Natura&Co, a doble marcha. El gigante brasileño de cosmética ha finalizado los nueve primeros meses de su ejercicio con un crecimiento a doble dígito, al mismo tiempo que su resultado se desplomó debido a los costes de la adquisición de The Body Shop.

Entre enero y septiembre, las ganancias de Natura&Co fueron de 166,7 millones de reales (44,3 millones de dólares), lo que supuso una caída del 59,7% respecto al mismo periodo del año anterior. El grupo concluyó la compra de la cadena británica en septiembre de 2017.

Por otra parte, las ventas de la compañía brasileña acumulan una subida del 48,2%. En los nueve primeros meses, Natura&Co anotó una cifra de negocio de 12.450 millones de reales (3.312,7 millones de dólares). En efecto, Aesop fue la cadena de mejor evolución en los resultados del grupo.

Natura fue la marca que más facturó en los nueve primeros meses, con una cifra de negocio de 8.015 millones de reales (1.878 millones de dólares)

Modaes

La marca australiana de cosmética facturó 777,1 millones de reales (206,7 millones de dólares) en los nueve primeros meses, un 54,3% más que en el mismo periodo del año anterior. Por otra parte, las ventas de la cadena Natura se elevaron un 6,3%, hasta 8.015 millones de reales (2.132,6 millones de dólares).

The Body Shop, por su parte, arrojó una cifra de negocio de 3.657,3 millones de reales (973 millones de dólares) en los nueve primeros meses del ejercicio. El resultado contrasta con los ingresos de 354,9 millones de reales (94,4 millones de dólares) del mismo periodo del año anterior, aunque la marca aún no era propiedad del grupo brasileño.

Natura&Co se encuentra inmersa en una nueva etapa desde que agrandó su portafolio el año pasado. El grupo ha reforzado su expansión en retail, especialmente con su marca homónima, además de reordenar su cúpula con nuevos consejeros y directivos, como Agenor Leão, nuevo vicepresidente para Latinoamérica. Además, el conglomerado de cosmética adoptó el nombre de Natura&Co este año para englobar sus tres marcas.