

Modaes

Cosmética

Shiseido gana un 23,2% menos en la primera mitad del año

La compañía japonesa de cosmética registró un beneficio de 18.805 millones de yenes (144,4 millones de euros). Sin embargo, la cifra de negocio del grupo anotó un ascenso del 14,5%, hasta 472.109 millones de yenes (3.624,8 millones de euros).

Modaes
9 ago 2017 - 12:43

Shiseido gana un 23,2% menos en la primera mitad del año

Shiseido sigue desplomando su beneficio en la primera mitad del año. La firma japonesa de cosmética anotó una caída del 23,2% de su beneficio en el primer semestre (concluido el 30 de junio), hasta 18.805 millones de yenes (144,4 millones de euros). El retroceso tuvo un ritmo menor al del primer trimestre, cuando el resultado neto se redujo un 48,7%.

Sin embargo, la facturación del grupo de cosmética creció un 14,5% en la primera mitad del año, hasta 472.109 millones de yenes (3.624,8 millones de euros), frente a los 412.279 millones de yenes (3.165,4 millones de euros) del mismo periodo del año anterior.

Por mercados, Japón copó la mayor parte de la cifra de negocio de **Shiseido**, registrando unas ventas de 208.585 millones de yenes (1.601,5 millones de euros) entre enero y junio, un 10% más que en el mismo periodo del año anterior.

En China, por su parte, la compañía generó una facturación de 68.658 millones de yenes (527,1 millones de euros), un 13,7% más que en la primera mitad de 2016. En el resto del continente asiático, las ventas de **Shiseido** ascendieron un 15,2%, hasta 25.810 millones de yenes (198,2 millones de euros).

La categoría de *travel retail* fue la que más creció en el grupo de cosmética, con un alza del 92,4%, hasta

Modaes

23.126 millones de yenes (177,6 millones de euros)

En el continente americano, el grupo de cosmética anotó un alza de su cifra de negocio del 12,4%, hasta 62.109 millones de yenes (479,9 millones de euros), mientras que la región de Europa, Oriente Medio y África (Emea) la facturación de **Shiseido** creció un 24,5%, hasta 53.823 millones de yenes (413,2 millones de euros).

La categoría de *travel retail* fue la que más creció en el grupo de cosmética, con un alza del 92,4%, hasta 23.126 millones de yenes (177,6 millones de euros). La división de productos profesionales, por parte, anotó unas ventas de 23.199 millones de yenes (178,1 millones de euros), un 4,4% más respecto al mismo periodo del año anterior.

A raíz de este dato, la compañía japonesa ha revisado sus previsiones al alza para el cierre de año. La compañía espera unas ventas de 965.000 millones de yenes (7.409,1 millones de euros), un 13,5% más que en 2016, y un alza de su beneficio del 1,2%, hasta 32.500 millones de yenes (249,5 millones de euros).