

Cosmética

Shiseido encoge sus ventas un 23% hasta septiembre pero recupera en China

El gigante asiático, el segundo mayor mercado para Shiseido, fue el que mejor evolucionó, con una caída de sólo el 2,2% entre enero y septiembre.

Modaes
10 nov 2020 - 13:14



Tienda de Shiseido en Harajuku (Tokio, Japón).

Este año debía haber sido histórico para Shiseido. El grupo culminaba su plan Vision 2020, lanzado en 2015, y **su mercado local debía haber acogido grandes eventos como los Juegos Olímpicos**, un impulso para el *travel retail*. Pero la pandemia cortó todos los planes.

Entre enero y septiembre, **la empresa ha reducido sus ventas un 22,8%, hasta 653.675 millones de yenes** (5.280 millones de euros), y ha desplomado su resultado operativo, hasta apenas 8.906 millones de yenes (71,8 millones de euros), frente a los más de 100.000 millones de yenes del año anterior.

El resultado neto, por su parte, se situó en números rojos, con unas pérdidas de 13.668 millones de yenes (110,4 millones de euros). En los nueve primeros meses de 2019, la empresa ganó 72.458 millones de yenes (585,2 millones de euros).

Shiseido atribuye los números rojos a las pérdidas extraordinarias registradas por el Covid-19, como la compensación de la retribución de empleados suspendidos y los costes de mantenimiento de las tiendas y las fábricas.

Shiseido ha comenzado a remontar en China, su segundo mayor mercado

En su mercado local, Japón, Shiseido registró una fuerte caída del tráfico debido a los cierres. Tras la reapertura, las ventas continuaron siendo débiles debido a que la base comparable del pasado septiembre fue muy alta, ya que se concentraron muchas compras antes de la subida del IVA impuesta por el Gobierno nipón.

Otros factores que afectaron la evolución de Shiseido en el país fueron la cancelación de las visas a los ciudadanos de 150 países y la reducción de vuelos internacionales. El resultado fue una caída del 32,3% de la facturación, hasta 226.815 millones de yenes (1.832 millones de euros).

En el extranjero, la demanda también se ha visto fuertemente golpeada por la pandemia, aunque China comenzó ya a recuperarse a partir de abril. El país, el segundo mayor mercado para Shiseido, cerró los nueve primeros meses del ejercicio con una caída de sólo el 2,2%.

Shiseido ha revisado a la baja sus previsiones para el año completo

En cambio, en Asia Pacífico el descenso fue del 19,3%; en América, del 28,8%; en Europa, Oriente Próximo y África, del 20,9% y en *travel retail*, del 19,3%.

En el tercer trimestre, Shiseido subraya que las ventas han comenzado a remontar en la categoría de cuidado de la piel, clave para la compañía. “Otros factores positivos incluyeron la mejora de las ventas de Prestige en China y *travel retail* en Asia

Modaes

, así como la aceleración del comercio electrónico”, destaca la empresa. En el tercer trimestre, la facturación se redujo un 18,4%.

La empresa también ha revisado a la baja sus previsiones para el año completo. La compañía prevé ahora registrar unas ventas de 915.000 millones de yenes (7.390 millones de euros), un 19,1% menos que el año anterior, y unas pérdidas netas de 30.000 millones de yuanes (242 millones de euros).