

Cosmética

Shiseido se afianza en México con nuevas aperturas y miras a crecer un 35% en 2019

El grupo japonés de cosmética ha puesto en marcha un punto de venta de la cadena Bare Minerals en Liverpool y otro de la línea de maquillaje de Dolce&Gabbana en El Palacio de Hierro.

Modaes
29 abr 2019 - 00:00

Shiseido se afianza en México con nuevas aperturas y miras a crecer un 35% en 2019

Shiseido pone la mirada en México. El grupo japonés de cosmética ha trazado su plan de expansión en el país azteca, donde planea incorporar inteligencia artificial y elevar sus ventas a doble dígito.

Para el ejercicio 2019, Shiseido espera crecer en el mercado mexicano entre un 25% y un 35%, frente al incremento del 20% de su facturación que registró en el ejercicio 2018. Además, la compañía japonesa prevé implementar en el país su estrategia de inteligencia artificial en los próximos dos años.

Shiseido abrió el primer establecimiento de la línea de cosmética de Dolce&Gabbana en Latinoamérica

En paralelo, el grupo asiática ha seguido incrementando su red comercial en el país norteamericano. Recientemente, Shiseido abrió un punto de venta de Bare Minerals en la tienda departamental de Liverpool en Coapa.

Además, la compañía japonesa puso en marcha un establecimiento de la línea de cosmética de Dolce&Gabbana en el *flagship store* de El Palacio de Hierro, en Ciudad de México, el primero de la empresa italiana en todo Latinoamérica, según *Expansión*.

Shiseido estancó sus ventas en todo el continente americano durante 2018, con unos

Modaes

ingresos de 131.733 millones de yenes (1.119,2 millones de dólares). A escala global, las ventas de la compañía fueron de 1.094,8 billones de yenes (9.966 millones de dólares), un 8,9% más. El beneficio, por su parte, se disparó hasta 61.400 millones de yenes (558,9 millones de dólares), tres veces más que el año anterior.