Cosmética

Shiseido traza un plan estratégico para elevar sus ventas hasta más de 6.800 millones en 2020

Modaes
18 dic 2014 - 11:42

Masahiko Uotani establece la nueva hoja de ruta para **Shiseido**. El presidente y consejero delegado de la compañía japonesa de cosmética, que se incorporó el pasado enero al cargo, presenta el que será el plan estratégico de **Shiseido** hasta 2020, con el que la compañía se ha marcado el objetivo de alcanzar unas ventas de 8.500 millones de dólares (6.819 millones de euros), frente a los 7.600 millones de dólares (6.097 millones de euros) registrados por la empresa en su último ejercicio.

Para conseguirlo, **Shiseido** tiene previsto buscar oportunidades en el mercado para engordar su cartera a través de adquisiciones. La compañía también contempla la posibilidad de lanzar nuevas marcas, como ya lo ha hecho recientemente con la firma **Za**, centrada en el mercado indio.

Además, el grupo nipón de cosmética establecerá un proyecto de comunicación global con el que quiere reducir la asociación que tiene con Japón y convertirse así en una compañía más global y adaptada a todo tipo de mercados.

El plan estratégico de **Shiseido** se llevará a cabo en dos fases. La primera, entre 2015 y 2017, estará centrada en reformar y reforzar la estructura del grupo, con la consolidación de la cartera de alrededor de 120 marcas que actualmente controla, que supondrá la eliminación de las 28 más pequeñas. La segunda fase del plan, que se implantará de 2018 a 2020, estará centrada en el desarrollo e introducción de nuevas firmas y la compra de activos que ya operan en el mercado.

Este es el primer proyecto presentado por **Masahiko Uotani**, que en enero se convirtió en el primer ejecutivo externo a **Shiseido** en convertirse en presidente y consejero delegado del grupo. Hasta entonces, la compañía había promocionado siempre a

Modaes

directivos internos para ocupar los cargos de más responsabilidad en la empresa. Ahora, Uotani tiene previsto incorporar a más ejecutivos externos a la estructura.