

# Modaes

Cosmética

## Shiseido triplica su beneficio y crece un 9% en 2018 tras superar el bache provocado por Bare Escentuals

La empresa nipona ha registrado unas ventas de 8.779,4 millones de euros en su último ejercicio fiscal y ha elevado su facturación en todas las regiones salvo en América.

Modaes  
8 feb 2019 - 13:55

Shiseido triplica su beneficio y crece un 9% en 2018 tras superar el bache provocado por

Shiseido cierra el año al alza. **El gigante japonés de la cosmética ha concluido el ejercicio fiscal 2018 (finalizado el 31 de diciembre) con un beneficio de 61.400 millones de yenes (492,3 millones de euros), con lo que ha triplicado el resultado obtenido en 2017.**

Entre enero y diciembre del año anterior, **el grupo alcanzó unas ventas de 1.094,8 billones de yenes (8.779.4 millones de euros)**, lo que ha supuesto un crecimiento de 8,9% frente a los 1.005,1 millones de yenes (8.059,3 millones de euros) que ingresó en el año anterior.

La compañía ha justificado que sus ganancias subieron porque su resultado partió de una base comparativa muy baja, ya que su cuenta de resultados del ejercicio 2017 se vio afectada por la pérdida ordinaria que le generó la marca Bare Escentuals.

**Shiseido ha registrado un fuerte crecimiento de su división de *travel retail*, que anotó un ascenso interanual del 34,7%**

---

# Modaes

---

Shiseido ha añadido que sus ventas crecieron gracias a la nueva estrategia que está aplicando a escala global con el objeto de acercarse más al consumidor. En este contexto, el grupo ha destacado la evolución de su negocio de *travel retail*, que registró un crecimiento interanual del 34,7%, hasta 87.600 millones de yenes (702,4 millones de euros). Sin embargo, la compañía tropezó con su división profesional, que cayó un 57,7%, hasta los 20.324 millones de yenes (5.632,7 millones de euros).

Por zonas geográficas, **las ventas de Shiseido evolucionaron en China a doble dígito, llegando a 190.800 millones de yenes (1.530 millones de euros)**, un 32,3% más frente al mismo periodo del año anterior. En Japón, su mercado local, la empresa situó la facturación en 454.558 millones de yenes (3.645,2 millones de euros), lo que ha supuesto un crecimiento de 9%.

En el área Asia-Pacífico, Shiseido facturó 68.120 millones de yenes (546,2 millones de euros), un 13,1% más frente a 2017. En Europa, Medio Oriente y África, la empresa anotó un incremento de ventas del 1,4%, hasta 113.164 millones de yenes (90,7 millones de euros). En cambio, el negocio del grupo en América se resintió ligeramente, registrando un descenso de 0,4%, hasta 131.733 millones de yenes (1.056,4 millones de euros).