Cosmética

Douglas encara una nueva fase de desarrollo y suma la cosmética de Eyeko a su oferta en España

Modaes
12 jun 2014 - 12:28

Douglas inicia una nueva etapa de crecimiento en el mercado español. La cadena alemana de perfumería y cosmética, que en 2013 reestructuró su red de tiendas en España, suma una nueva marca a su oferta de cosmética. La enseña británica **Eyeko**, especializada en máscaras de pestañas y *eyeliners*, contará con presencia en 61 de los establecimientos que **Douglas** tiene repartidos por todo el territorio nacional.

Actualmente **Eyeko** cuenta con un millar de puntos de venta en todo el mundo. Hasta ahora, en el mercado español la enseña estaba distribuida por **Le bien de l'eau**, a la que se suma ahora la red de tiendas de **Douglas**.

El desembarco de la británica **Eyeko** en los establecimientos de **Douglas** en España se produce cuatro meses después de que la compañía fichara a **Joaquín Bueno** como nuevo director general para España. Bueno, que hasta octubre de 2013 fue el responsable de la filial española de **Sephora**, se incorporó a la empresa con el objetivo de reconducir su situación en el mercado nacional, marcada por la aplicación de un expediente de regulación de empleo y el cierre de más de una decena de tiendas.

Douglas inició su actividad en el mercado español en 1995, cuando inauguró sus dos primeras tiendas en El Saler (Valencia) y en la ciudad andaluza de Córdoba bajo la marca **Fragancia y Belleza**. Estos dos puntos de venta formaban parte del grupo **Cortefiel**, con el que **Douglas** tenía un acuerdo.

Actualmente, el grupo **Douglas** está controlado por la familia **Kreke** (cofundadora de la compañía) y por el fondo estadounidense **Advent**, que se hicieron con la empresa en diciembre de 2012 por 1.500 millones de euros.

Modaes

Douglas, que cuenta con una capitalización bursátil de 1.200 millones de euros, tiene una red de 2.000 puntos de venta en Europa.