
Modaes

Cosmética

La cosmética 'low cost' de Equivalenza se afianza en Latinoamérica y entra en Panamá

F. Marín-Camp
11 mar 2015 - 11:57

La cosmética *low cost* de **Equivalenza** gana peso en Latinoamérica. El grupo español, especializado en perfumería de marca blanca, desembarca en Panamá con una primera tienda en el país, tal y como han asegurado a Modaes fuentes de la compañía.

La apertura se llevará a cabo de la mano de un socio local en el segundo trimestre de 2015. De esta forma, **Equivalenza** suma un nuevo mercado en la región, tras entrar en Colombia el pasado diciembre con un punto de venta en el centro comercial **Cosmos** de Cali.

En paralelo, la compañía liderada por **Francisco Morán** también proyecta para 2015 su desembarco en otros mercados caribeños como las islas de Guadalupe y San Martín. Además, dentro de los planes de expansión del grupo también están África. La compañía ultima sus primeras aperturas en el continente, en Argelia y Sudáfrica, para este año.

La apuesta por la internacionalización

En los últimos meses, **Equivalenza** ha añadido nuevos países a su lista de mercados donde distribuye sus perfumes. El pasado febrero, la compañía puso en marcha en Budapest su primer punto de venta en Hungría. Se trata de espacios conocidos como *mall model*, ubicado en uno de los pasillos del centro comerciales donde se ubica.

Modaes

Fundada en 2011, la compañía barcelonesa cuenta actualmente con una red de más de 700 tiendas en más de treinta países. La compañía concluyó el ejercicio 2013 con unas ventas de 32 millones de euros (34,7 millones de dólares). Los planes de **Equivalenza** en 2014, a la espera de que el grupo presente los datos definitivos, pasan por alcanzar los cincuenta millones de euros (54 millones de dólares) de facturación.