

Cosmética

L'Oréal gana terreno en Latinoamérica: lleva Urban Decay a Panamá

La compañía de cosmética ha puesto en marcha su primer punto de venta en el país centroamericano, de la mano de las tiendas departamentales Stevens.

M. Cantini
31 may 2018 - 00:00

L'Oréal gana terreno en Latinoamérica: lleva a Urban Decay a Panamá

L'Oréal crece en Latinoamérica. **El gigante francés de la cosmética continúa su expansión en la región y lleva Urban Decay a Panamá.** El grupo puso en marcha su primer punto de venta en el país, que está ubicado dentro de la tienda departamental Stevens, en el centro comercial Multiplaza, de la capital panameña.

Con su entrada en el país del canal, **Urban Decay completa cinco mercados en Latinoamérica**, región donde ha concentrado su expansión internacional. Recientemente, la compañía subió una marcha en Perú con la apertura de su segundo punto de venta en Lima, ubicado en la tienda departamental de Falabella en el complejo Plaza San Miguel. En la capital peruana, la empresa también opera con un corner en el centro del gigante chileno en Jockey Plaza.

En el mercado chileno, **la compañía hizo triplete el pasado octubre con la apertura de una tienda en el centro comercial Mall Plaza Los Dominicos, de Santiago.** En el país andino, Urban Decay opera con otros dos puntos de venta ubicados en Parque Arauco Kennedy y en la tienda departamental Paris de Alto Las Condes.

L'Oréal se hizo con el control de Urban Decay en 2012

Durante el primer semestre de 2017, Urban Decay desembarcó en Colombia con la

apertura de una tienda, ubicada en el primer piso del centro comercial Andino, en Bogotá. Los planes del grupo en el mercado cafetero pasan por abrir seis establecimientos en el país durante este año. Actualmente, la compañía opera en Chile, Perú, México y Colombia.

Urban Decay se fundó en 1995 en Newport Beach, en California, de la mano de las maquilladoras **Wende Zomnir** y **Sandra Lerner**. La compañía tiene presencia en más de quince países y es propiedad del grupo **L'Oréal** desde 2012.

L'Oréal, el titán francés de la cosmética finalizó el primer trimestre del ejercicio (cerrado el 31 de marzo) con una caída de las ventas del 1%, hasta 6.778,6 millones de euros (8.384,9 millones de dólares).

L'Oréal obtuvo una cifra de negocio de 590,6 millones de dólares en Latinoamérica al finalizar el primer trimestre de su ejercicio 2018

El retroceso de la facturación estuvo motivado por el fuerte descenso de los ingresos en Norteamérica y Latinoamérica, del 9,5% y 10,1% respectivamente, y contrasta con la evolución del primer trimestre de 2017, cuando el grupo creció un 7,5%. Las ventas comparables de L'Oréal se elevaron un 6,8% en el primer trimestre.

En Latinoamérica, L'Oréal registró una cifra de negocio de 426,6 millones de euros (527,6 millones de dólares), un 10,1% menos que en el primer trimestre de 2017. La caída de las ventas fue más moderada en Europa del Este, del 0,8%, hasta 477,5 millones de euros (590,6 millones de dólares).