
Modaes

Cosmética

L'Oréal introduce en España la marca Urban Decay dos años después de su adquisición

Modaes
8 oct 2014 - 17:13

El gigante de la cosmética **L'Oréal** refuerza su oferta en España. La compañía introduce en el mercado español la marca de maquillaje **Urban Decay**. **L'Oréal** se hizo en 2012 con la enseña estadounidense, que se ha convertido en la marca de mayor crecimiento en su división de lujo.

La introducción de **Urban Decay** en España responde a la intención del grupo de potenciar la distribución de la marca en todo el mundo. Reservada para distribución selectiva, **Urban Decay** se vende actualmente en quince países y el objetivo pasa por llegar a 43 en 2016.

En España se vende ya en trece ciudades a través de **Sephora** como socio comercial único. "El objetivo para los próximos dos años es posicionarse como número uno en la categoría de marcas alternativas de maquillaje en la distribución selectiva y duplicar los puntos de venta", ha señalado la empresa.

Urban Decay se fundó en 1995 en Newport Beach, en California, de la mano de las maquilladoras **Wende Zomnir** y **Sandra Lerner**. Gracias a su gran aceptación, la compañía fue una de las primeras marcas de cosmética en lanzar la venta de sus productos online, en 1998.

En los últimos cuatro años, el grupo francés ha llevado a cabo la compra de distintas compañías del sector de la cosmética. Desde 2010, **L'Oréal** se ha hecho con **Essie**, **Pacific Bioscience Laboratories**, **Cadum**, la colombiana **Vogue**, **Nickel**, **Magic Holdings International**, **Carita**, **Décleor** o **Cheryl's Cosmoceutical**.

El gigante francés de la cosmética cerró el primer semestre (finalizado el pasado junio) con un incremento del 1,5% en su resultado neto, hasta 1.734 millones de euros. La facturación de **L'Oréal** se redujo un 1,4%, hasta 11.174 millones de euros.