

Modaes

Cosmética

Sephora potencia su expansión en México con una inversión de 150 millones de pesos

La cadena estadounidense de cosmética abrirá cinco tiendas en México de cara a 2022, uno de sus mercados más importantes en Latinoamérica junto con Brasil. Además, potenciará su red de comercio electrónico con 70 millones de pesos.

Modaes
13 sep 2021 - 00:00



Sephora pone el foco en México. La compañía estadounidense de cosmética, propiedad de LVMH, **invertirá 150 millones de pesos en su expansión de retail en el país y abrirá cinco tiendas hasta 2022**. Además, reforzará su red de comercio electrónico con una inversión de setenta millones de pesos, según adelanta *Forbes México*.

Sephora potenciará primeramente su presencia en Tijuana, la ciudad mexicana clave para la compañía, y **prevé nuevas aperturas en hasta veinte localidades más en las que aún no cuenta con puntos de venta físicos**.

1/2

<https://www.modaes.com/cosmetica/sephora-potencia-su-expansion-en-mexico-con-una-inversion-de-150-millones-de-pesos>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

México y Brasil son los mercados más importantes para Sephora en Latinoamérica. Darío Aguilar, consejero delegado de la cadena en México, declaró que **la empresa prevé la introducción de marcas exclusivas para el mercado mexicano en el futuro próximo.**

Por otro lado, las ventas de ecommerce de Sephora se impulsaron significativamente durante la pandemia, hasta copar el 30% de sus ingresos totales, frente al 10% de 2019. **La compañía usará la inversión de setenta millones de pesos para implementar actualizaciones en su plataforma latinoamericana de comercio electrónico,** con funciones nuevas como la realidad aumentada. Sephora lanzó su aplicación de venta online en México el pasado 2 de septiembre, y cuenta actualmente con 15.000 descargas.

Sephora prevé alcanzar su facturación prepandemia al cierre del ejercicio de 2021

La categoría de producto que más crecimiento experimentó para Sephora durante la pandemia fue el cuidado de cabello, con una escalada del 122%, y el de la piel, que aumentó hasta un 60%.

La compañía **prevé cerrar el ejercicio de 2021 con una facturación similar a la de 2019, apoyándose en el ecommerce,** que corresponde al 25% de sus ingresos totales.

Recientemente, Sephora firmó un acuerdo con la compañía alemana de comercio electrónico Zalando para introducir su oferta de cosmética en la plataforma.

Fundada en Francia en 1969, Sephora fue adquirida por el conglomerado LVMH en 1997. El grupo no da datos por cadenas, pero la división de retail selectivo (en la que se incluye Sephora y DFS) copa un 23% de su facturación total, **siendo la segunda más importante para el grupo sólo por detrás de la de moda.**