

Modaes

Cosmética

Urban Decay hace doblete en Perú con su segundo punto de venta en Falabella

La marca de cosmética ha puesto en marcha su segundo punto de venta en Lima y prepara ahora su expansión en otras ciudades del país, con más corners.

Modaes
9 may 2018 - 00:00

Urban Decay hace doblete en Perú con su segundo punto de venta en Falabella

Urban Decay se fortalece en Perú. **La compañía de cosmética, propiedad del grupo francés L'Oréal, ha puesto en marcha un corner en la tienda departamental Falabella, del centro comercial Plaza San Miguel, en Lima.**

El nuevo punto de venta se ha convertido en el segundo establecimiento de Urban Decay en el mercado peruano. La empresa de cosmética opera en el país inca de la mano del socio local Perfumerías Unidas.

Urban Decay desembarcó en Perú en agosto de 2016, con la apertura de un punto de venta en la tienda de Falabella situada en el centro comercial Jockey Plaza. La empresa opera en varios mercados internacionales de la mano de tiendas departamentales.

L'Oréal registró una cifra de negocio de 426,6 millones de euros (527,6 millones de dólares) en el primer trimestre de 2017

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).

Modaes

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).