

Modaes

Empresa

Urban Outfitters diversifica con Free People y lanza una línea de cosmética

Esta nueva línea de negocio podría facturar hasta cuatro millones de dólares en su primer trimestre de actividad.

Modaes
18 jul 2016 - 10:29

Urban Outfitters diversifica con Free People y lanza una línea de cosmética

El grupo estadounidense **Urban Outfitters** apuesta por la diversificación en sus cadenas. La compañía prepara el lanzamiento de una línea de cosmética bajo el paraguas de su marca de moda femenina **Free People**. La empresa ya ha llevado a cabo esta estrategia con otras de sus marcas, como **Anthropologie** y **Urban Outfitters**.

La nueva línea de belleza de **Free People** contará con más de 600 referencias de entre treinta y veinte marcas como **Dr. Alkaitis**, **Fountain**, **Pai Skincare**, **The Beauty Chef**, **Sun Potion** y **Nicole Granato**.

Urban Outfitters lanzará esta nueva línea de negocio en las tiendas de **Free People** el próximo octubre, que ha escogido uno de sus establecimientos de Pensilvania, ubicado en el centro comercial **King Of Prussia**, para su estreno.

Urban Outfitters lanzará esta nueva línea de negocio en sus tiendas de Free People el próximo octubre

Según fuentes cercanas a la compañía, se estima que las líneas de cosmética de **Anthropologie** y **Urban Outfitters** generan el 5% de las ventas de la compañía. Así, las ventas de los productos de belleza de **Free People** podrían alcanzar una ventas de cuatro millones de dólares (3,6 millones de euros) en el primer trimestre de actividad.

El grupo, que fue fundado en 1970 en Filadelfia por **Richard Hayne** y **Scott Belair** como una tienda de venta de productos de segunda mano, ha logrado tejer una red

Modaes

de distribución formada por más de medio centenar de establecimientos de sus tres compañías. Mientras que **Urban Outfitters** es el concepto más desarrollado e internacionalizado del grupo, con 240 puntos de venta en todo el mundo, **Anthropologie** cuenta con 218 establecimientos. Free People, por su parte, opera en el sector con 114 tiendas.

La compañía registró en 2015 un beneficio de 224,4 millones de dólares (203,9 millones de euros), lo que significa un retroceso del 3,4% respecto al ejercicio anterior, cuando el grupo alcanzó un resultado neto de 232,4 millones de dólares (211,5 millones de euros). En cuanto a sus ventas, **Urban Outfitters** finalizó 2015 con una cifra de negocio de 3.445 millones de dólares (3.066 millones de euros), un 4% más que en el mismo periodo del año anterior.