

Blush Bar abrirá 25 tiendas en Colombia y llegará a Chile

COMERCIO. BLUSH BAR TIENE PRESENCIA EN BOGOTÁ, BARRANQUILLA Y MEDELLÍN. ESPERA LLEGAR EL PRÓXIMO AÑO A BUCARAMANGA, PEREIRA Y CÚCUTA Y ABRIRÁN EN CHILE EN NOVIEMBRE

BOGOTÁ

De acuerdo con la última Encuesta Mensual Manufacturera del Dane, la producción del sector cosmético presentó un decrecimiento en lo acumulado del año dada la reducción de la demanda, por un menor ingreso de los hogares quienes priorizan los gastos en productos de la canasta familiar.

Sin embargo, el estudio reveló que las mujeres colombianas gastan trimestralmente cerca de \$300.000 en productos de maquillaje y belleza por lo que hay un gran mercado por explorar. Además, el gremio estima que dados los hábitos de consumo en el país, este sector alcanzará en el 2020 los US\$4.171 millones en ventas.

LR habló con Claudia Lloreda, fundadora de Blush Bar, sobre el mercado, las nuevas aperturas de la marca y su nueva inversión.

¿Cómo surge la idea?

Yo viví en Nueva York por casi 20 años y 10 de esos trabajé en una de las compañías más grandes de maquillaje, Estée Lauder, donde fui vicepresidente global de mercadeo de la marca Clinique y también dirigí la vicepresidente legal de nuevos negocios y adquisiciones. Realmente allí me enamoré de la categoría de cosméticos.

Luego llegué al país junto con mi familia y pensé en un idea de emprendimiento y vi una oportunidad de crear algún retailer de altos servicios con lo que surgió Blush Bar.

¿Actualmente cuántas tiendas tienen?

Fundamos Blush Bar en septiembre de 2015 hoy en día ya vamos a ser 11 tiendas en el país. Tenemos seis tiendas en Bogotá, dos tiendas en Medellín, una en Barranquilla, una en Cali y abriremos una próxima en Cartagena a finales de septiembre, es decir que cerramos el año con 11 tiendas físicas más la tienda online que ya existe.

¿Cómo les ha ido con la plataforma tecnológica?

Esta tienda online está creciendo más de 500% año a año y digamos que hemos logrado llegarle a ciudades en Colombia que de pronto en este momento no alcanzamos a tener una tienda física.

Desde el principio le hemos invertido a esta plataforma digital para consolidarla como un medio sólido en beneficio de nuestros clientes.

¿A qué ritmo están creciendo año a año?

En el año 2018 crecimos 2,3 veces las ventas del 2017, es decir duplicamos y la expectativa para este año es que vamos a duplicar o triplicar las ventas del 2018. Estamos teniendo crecimientos de 100% y 200% en las tiendas existentes y con las nuevas aperturas. Estas se dan por la inversión de Pegasos de US\$10 millones.

¿Qué esperan con esta inversión?

En Colombia esperamos llegar a 25 tiendas con una cobertura prácticamente de todo el país, más un crecimiento online fuerte y además estaremos abriendo nuestra primera tienda en Chile el próximo 1 de noviembre de este año.

¿Por qué pensaron en Chile como mercado?



Claudia Lloreda, fundadora de Blush Bar, empresa colombiana que llegará en noviembre a Chile con su primera tienda.

El mercado chileno es un mercado increíble en el tema de cosméticos y realmente estamos muy orgullosos. Tenemos nuestra primera tienda en construcción en Casa Costanera un centro comercial en Santiago y es nuestra primera salida del país.

¿En las ciudades en las que tienen presencia cuál es la que más crece?

La verdad es que Barranquilla y Medellín han tenido un crecimiento increíble, estamos hablando del crecimiento arriba del 100% cada año, estas dos

ciudades han sido muy importantes, obviamente en Medellín somos más grandes que en Barranquilla porque allí tenemos dos tiendas y parte de la expansión que queremos de las 25 tiendas es encontrar al menos dos tiendas más en Medellín y una tienda más en Barranquilla para aprovechar el crecimiento de estas ciudades.

De igual manera, tenemos una gran expectativa para las tiendas de Bucaramanga, Pereira y Cúcuta.

¿Qué tal ha sido la acogida de los clientes?



Daniela 'Tuti' Vargas
Influencer

"Acá en Colombia son los únicos que han traído marcas como Too Faced, Anastasia Beverly Hills y Becca. Además, es liderado por una mujer que admiro y respeto mucho".

130%

ESPERA CRECER EN 2019 EN VENTAS BLUSH BAR CON TODAS LAS TIENDAS QUE ACTUALMENTE HAY EN COLOMBIA.

US\$10

ES LA INVERSIÓN QUE RECIBIÓ LA MARCA DE PEGASOS, CON LA QUE ESPERAN COMPLETAR 25 TIENDAS EN EL PAÍS.



Escuche la entrevista completa con Claudia Lloreda.

Siganos en:



www.larepublica.co
Con más información sobre los lanzamientos de series que tendrá Apple.

Ha sido una lucha constante, nada ha sido fácil, pero hemos logrado construir una marca clara que representa a la mujer y la empodera, además hemos creado una cercanía con las clientes desde nuestras diferentes redes sociales, dándole un valor agregado a nuestra marca.

¿Cuál es la relación con las marcas que ustedes manejan en la tienda?

Nuestra relación es directa. Hasta el momento hemos tenido el placer de trabajar con los fundadores de algunas de estas marcas, hemos ido a Los Angeles, hemos estado con ellos en diferentes tipos de entrenamiento y en verdad en Blush Bar la gerente de mercadeo y yo manejamos la relación con todas las marcas de manera directa.

ANA MARÍA SÁNCHEZ BURBANCO
amsanchez@larepublica.com.co

MINAS. EL MEGAPROYECTO INVERTIRÁ US\$1 MILLÓN POR DÍA EN LA ZONA

Cdmb da concepto negativo sobre el proyecto de Minesa

BOGOTÁ

La Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga expuso en un concepto técnico negativo sobre la intervención en quebradas, bosque y aire a la empresa Minesa, interesada en la explotación de minerales en Soto Norte.

El comunicado asegura que el Estudio de Impacto Ambiental de Minesa no permite identificar la conectividad hidrogeológica

1,5
KILÓMETROS SE ALEJA EL PROYECTO DE MINESA DE LOS LÍMITES DEL PÁRAMO DE SANTURBÁN.

del páramo de Santurbán con la zona del proyecto minero.

Este solo sería uno de los conceptos que analiza la Anla para tomar la decisión del licenciamiento

Por su parte Mauricio Cuesta, vicepresidente de Asuntos Legales y Corporativos de Minesa, dijo que aunque no han sido notificados de este avance que hace parte de la revisión en el proceso de licenciamiento dentro del cual surgen inquietudes por parte de las autoridades. Además, que el estudio presentado cumple con lo establecido en los términos de referencia.

MARÍA ALEJANDRA RUIZ RICO
mrui@larepublica.com.co

MINAS. HEMCO TENDRÍA 50% DE LOS DERECHOS

Mineros se unió a Royal Road en proyecto de oro

BOGOTÁ

Hemco Nicaragua (filial de Mineros) y Royal Road han completado un programa inicial de perforación exploratoria en el Proyecto Luna Roja en Nicaragua, que consiste en 17 sondeos diamantinos con el objetivo de confirmar que exista oro en los trabajos de prospección superficial en el proyecto en el noreste del país.

Los resultados de los 13 primeros estudios arrojan intersecciones consideradas "bas-

tante significativas", que indican que la mineralización de oro permanece abierta en profundidad por debajo de los 150 metros verticales.

Según el acuerdo de las empresas, se ha definido como proyecto de interés y en consecuencia, los derechos y las licencias serán de propiedad de esta alianza, correspondiendo 50% a Royal Road y 50% restante a Hemco.

MARÍA ALEJANDRA RUIZ RICO
mrui@larepublica.com.co