

Modaes

Cosmética

Coty prosigue su transformación y tantea la venta de su negocio en Brasil

El gigante estadounidense de perfumería y cosmética también ha comenzado a analizar la venta de su división de cosmética profesional, que incluyen marcas como Wella, Clairol, Opi y GHD.

Modaes
21 oct 2019 - 00:00



Coty continúa adelante con su proceso de transformación. El gigante estadounidense ha comenzado a explorar opciones para vender su negocio en Brasil, así como su división de cosmética profesional, según ha explicado en un comunicado.

En Brasil, Coty cuenta con una cartera de marcas específica y se apoya más en la venta directa, mientras que la cosmética profesional concentra su distribución en peluquerías, con presencia en más de 250.000 centros de cien países. Se espera que ambos negocios facturen 2.700 millones de dólares en 2019. Credit Suisse será el encargado del análisis de ambas líneas de negocio.

De cerrarse una venta, el capital se empleará en amortizar deuda y devolver parte de los ingresos a los accionistas

1/2

<https://www.modaes.com/cosmetica/coty-prosigue-su-transformacion-y-tantea-la-venta-de-su-negocio-en-brasil>

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

. La decisión se enmarca en el plan de transformación de Coty y tiene como objetivo reducir la complejidad del negocio y focalizarse en perfumería, cosmética y cuidado de la piel.

Coty prevé que ambos negocios “en revisión” facturen 2.700 millones de dólares en 2019

“Incluso con su buen desempeño actual, las potenciales de crecimiento futuras del negocio de cosmética profesional están fuera del foco estratégico de la compañía”, apunta Coty. La empresa explica que tanto este área como el negocio brasileño operan de forma muy diferente al resto del grupo, con sus propios equipos y canales de distribución.

Coty opera con licencias como Gucci, Burberry, Hugo Boss y Calvin Klein; marcas propias de cosmética como Rimmel, Max Factor o Covergirl y firmas de cuidado de la piel como Lancaster o Philosophy.

La compañía lleva varios años en reestructuración tras la compra del negocio de cosmética de Procter&Gamble en 2016. En julio, Coty anunció un nuevo plan de acción con el objetivo de recuperar la rentabilidad y reducir su deuda que supondrá un desembolso de 600 millones de dólares.