

Puig adquiere una participación mayoritaria en Loto del Sur e impulsará su expansión internacional

- **Puig contaba con una participación minoritaria en la compañía desde 2019**
 - **La firma de cosmética de referencia colombiana elabora productos naturales a partir de la flora autóctona y es una apuesta diferencial que reforzará el *portfolio* de marcas únicas de Puig**
-

Barcelona y Bogotá, 27 de julio de 2022

Puig, la empresa familiar de belleza y moda, ha ampliado su inversión hasta alcanzar una participación mayoritaria en Loto del Sur (Puig realizó una primera inversión minoritaria en 2019), marca de productos cosméticos naturales premium líder en Colombia, fundada en 1999. La adquisición mayoritaria de Loto del Sur, que ofrece un completo abanico de productos naturales elaborados a partir de la flora latinoamericana, es una apuesta diferencial y con amplio potencial de desarrollo que reforzará el *portfolio* de marcas únicas de Puig. La fundadora, Johana Sanint, seguirá al frente de la marca y no se prevén cambios en el modelo de negocio de la compañía, basado en la distribución en tiendas propias.

Tras esta adquisición, Puig mantendrá su compromiso de impulsar el liderazgo de esta marca en el continente latinoamericano y apoyar su crecimiento internacional. En este sentido, se expandirá al mercado español con la apertura de una primera tienda en Madrid y también al estadounidense con la apertura de una tienda en Miami. Asimismo, ampliará su presencia en América Latina empezando por México y Chile.

Los productos de Loto del Sur, realizados a partir de una cuidadosa selección de ingredientes naturales procedentes de la flora autóctona, rinden homenaje a la amplia biodiversidad de América Latina y cuentan con un fuerte apego en la comunidad local, a través de una potente red de 21 tiendas propias en Colombia. La sostenibilidad medioambiental y social tiene un encaje perfecto en la estrategia ESG de Puig y su hoja de ruta hasta 2030.

Loto del Sur, un ejemplo entre las marcas con arraigo local, se suma al exitoso ecosistema de fundadores dentro de Puig con los que la compañía comparte valores y una visión empresarial común en la construcción de marca. Se une así a Paco Rabanne, Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Penhaligon's, Charlotte Tilbury y Byredo. La marca contribuirá a conseguir los objetivos de la compañía española, anunciados recientemente, de doblar la facturación de 2020 en 2023 y triplicarla en 2025.

Sobre Loto del Sur

Loto del Sur, una marca inspirada en la naturaleza con auténticas raíces culturales latinoamericanas, fue fundada en Bogotá (Colombia) en 1999 por Johana Sanint. Loto del Sur destaca por capturar la riqueza y la exuberancia del continente americano, utilizando todo el poder de sus plantas, junto al rigor de la ciencia. Se apoya en la belleza, el buen diseño y el disfrute, para transformar lo cotidiano en extraordinario, enfocándose en entregar un lujo amigable y cercano que conecta con los placeres simples de la vida. Esta marca se beneficia de un concepto de *retail* coherente y sólido desarrollado a través de una red de tiendas propias de rápido crecimiento. Los productos de Loto del Sur están presentes en 21 tiendas insignia propiedad de la compañía ubicadas en toda Colombia.

Nuestro sueño es que las personas puedan acceder a una belleza alternativa más consciente, más experta, más inspiradora. Porque nuestro Norte es el Sur.

<https://www.lotodelsur.com/>

<https://www.instagram.com/lotodelsur/>

Sobre Puig

Puig crea marcas únicas de belleza y moda, altamente deseables, que refuerzan la confianza en uno mismo y permiten expresarse con personalidad propia, en una empresa familiar que aspira a dejar un mundo mejor para las siguientes generaciones.

Desde 1914, nuestro espíritu emprendedor, nuestra creatividad y nuestra pasión por la innovación nos han posicionado como un jugador relevante en el ámbito de la belleza y la moda. Con presencia en la moda y en las tres categorías de prestigio (fragancias, maquillaje y dermocosmética), las marcas de Puig generan compromiso, conectan emocionalmente y cuentan grandes historias.

En Puig defendemos los valores y principios establecidos por tres generaciones de liderazgo familiar. Actualmente seguimos construyendo sobre este legado a través de un fuerte compromiso en nuestra Agenda ESG (medioambiental, social y de gobernanza corporativa), alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Nuestro *portfolio* de marcas incluye: en la división Beauty and Fashion Carolina Herrera, Paco Rabanne, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Nina Ricci, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Kama Ayurveda y Loto del Sur; licencias como Christian Louboutin y Comme des Garçons Parfums; y fragancias Lifestyle como Antonio Banderas, Adolfo Domínguez, y Benetton. En Charlotte Tilbury, su propia marca de makeup de lujo; y en la división Derma, Uriage, Apivita, y la *joint venture* en Isdin.

En 2021 Puig registró unas ventas de 2.585 M€. Puig vende sus productos en más de 150 países y tiene oficinas propias en 29 de ellos.

<https://www.puig.com/es>

https://www.instagram.com/puig_official

<https://www.linkedin.com/company/puig>

Más información:

Montse Ribas

Spain HQ Global Corporate Communications and Protocol Director

T. +34 93 400 7000 ext. 2169

M. +34 629 552 706

montse.ribas@puig.es