



Información Privilegiada

Puig Brands, S.A., de conformidad con lo establecido en el artículo 17 del Reglamento (UE) Núm. 596/2014 sobre abuso de mercado y el artículo 226 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, por la presente comunica lo siguiente:

PUIG Y THE ESTÉE LAUDER COMPANIES PONEN FIN A LAS CONVERSACIONES SOBRE UNA POSIBLE COMBINACIÓN DE NEGOCIOS

El pasado 23 de marzo de 2026 (bajo número de registro 3147), Puig confirmó que mantenía conversaciones con The Estée Lauder Companies Inc. en relación con una posible combinación de los negocios de ambos grupos.

Puig comunica hoy que dichas conversaciones han terminado y que las compañías no han alcanzado un acuerdo para llevar a cabo una potencial fusión de sus respectivos negocios.

Puig se mantiene enfocado en la ejecución de su estrategia y en continuar impulsando el crecimiento rentable en el conjunto de su cartera de marcas. Esta decisión no altera la hoja de ruta estratégica de Puig, que sigue enfocada en la belleza premium, en la construcción de marca y en la generación de valor a largo plazo.

Se adjunta la nota de prensa como Anexo a la presente comunicación.

En L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), a 21 de mayo de 2026.



Puig y The Estée Lauder Companies ponen fin a las conversaciones sobre una posible combinación de negocios

El pasado 23 de marzo de 2026, **Puig** confirmó que mantenía conversaciones con The Estée Lauder Companies Inc., en relación con una posible combinación de los negocios de ambos grupos. En dicha comunicación, la compañía anticipó que, salvo que se alcanzara un acuerdo, no existían garantías sobre la operación ni sobre sus términos.

Puig comunica hoy que dichas conversaciones han terminado y que las compañías no han alcanzado un acuerdo para una potencial fusión de sus respectivos negocios.

Jose Manuel Albesa, CEO de **Puig**, ha declarado: "**Valoramos las enriquecedoras conversaciones que se han mantenido con The Estée Lauder Companies. Puig cuenta con una sólida trayectoria de crecimiento, por encima del mercado de la belleza premium. Seguimos plenamente enfocados en la ejecución de nuestra estrategia y en impulsar un crecimiento rentable, velando en todo momento por los intereses de todos nuestros stakeholders.**

Esta decisión no modifica nuestra hoja de ruta estratégica. Seguimos construyendo sobre nuestras fortalezas en belleza premium, con una gestión centrada en las marcas, creatividad, agilidad y un crecimiento disciplinado. Hemos demostrado una cultura diferencial que nos ha permitido cumplir con todos nuestros compromisos desde nuestra salida a Bolsa, alcanzando los objetivos de crecimiento, mejora del margen y reforzando nuestro balance.

Nuestra sólida estructura de capital nos otorga flexibilidad para acometer un amplio abanico de alternativas estratégicas alineadas con nuestras prioridades a largo plazo. Continuaremos aplicando un enfoque altamente selectivo y orientado a la creación de valor en M&A, para seguir complementando nuestro portfolio. Hoy reafirmamos nuestra confianza en nuestras Love Brands y en nuestros excepcionales equipos, así como en nuestra fortaleza como compañía independiente para generar valor a largo plazo".



Sobre Puig

Puig es un hogar de marcas altamente deseadas, dentro de una empresa familiar, que fomentan el bienestar, la confianza y la autoexpresión, además de dejar un mundo mejor. Desde 1914, nuestro espíritu emprendedor, nuestra creatividad y nuestra pasión por la innovación nos han posicionado como un líder global en la industria de la belleza premium. Nuestra casa de *Love Brands*, presente en los segmentos de negocio de Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel, genera vínculo y compromiso a través de las magníficas historias que cuenta, que conectan con las emociones de las personas y se ve fortalecida por un potente ecosistema de fundadores. El portfolio de **Puig** incluye nuestras marcas Rabanne, Carolina Herrera, Charlotte Tilbury, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Dries Van Noten, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Uriage, Apivita, Dr. Barbara Sturm, Kama Ayurveda y Loto del Sur, así como las licencias Christian Louboutin, Banderas y Adolfo Dominguez, entre otras.

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), alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

En 2025, **Puig** registró unas ventas de 5.042 M€. **Puig** vende sus productos en más de 150 países, y tiene oficinas y filiales en 33 de ellos.

Síguenos en [Instagram](#) [LinkedIn](#)

Para más información:

Corporate Communications

corporate.communications@puig.com