



Puig registra un crecimiento dos dígitos en 2024 y alcanza un récord de ventas netas de 4.790 M€

- Puig obtuvo ventas netas por valor de 4.790 M€ en 2024, un aumento del +10,9% a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) y del +11,3% en términos reportados, por encima del crecimiento del mercado de belleza *premium*.
- En el conjunto del año, el segmento principal de Fragancias y Moda registró un crecimiento del +13,6%, lo que representa el 73% de los ingresos totales, y un crecimiento positivo del Cuidado de la piel, ligeramente compensado por el segmento de Maquillaje.
- En 2024, EMEA volvió a registrar un excepcional crecimiento reportado del +12,8%, representando un 55% de las ventas netas. Américas, con un 36% de las ventas netas, creció un +11,1%, gracias a los buenos resultados de Estados Unidos. Asia-Pacífico, que representa el 10% de las ventas netas, registró un crecimiento positivo.
- El crecimiento de ventas netas en Q4 2024 fue del +14,3%, hasta 1.362 M€, liderado por el segmento principal de Puig, Fragancias y Moda, que creció un +21,0% en términos reportados y a perímetro constante (15,3% sin el impacto de Argentina).
- Puig presentará los resultados completos del ejercicio 2024 el 27 de febrero de 2025.

Marc Puig, Presidente Ejecutivo de Puig, ha declarado: "2024 fue un año histórico para Puig, en el que celebramos nuestro 110 aniversario y nos convertimos en una empresa cotizada. Una vez más, hemos obtenido una cifra récord de ventas, impulsados por los excepcionales resultados de nuestro negocio principal de fragancias y por nuestras principales geografías, EMEA y Américas. También hemos seguido desarrollando nuestros segmentos de Maquillaje y Cuidado de la piel, logrando hitos significativos como la adquisición de Dr. Barbara Sturm y la ampliación de nuestro acuerdo estratégico con Charlotte Tilbury. El atractivo y la solidez de nuestras marcas y nuestra presencia geográfica nos han permitido superar los resultados del mercado de belleza *premium*, así como nuestras previsiones de crecimiento de ingresos a medio plazo".



Sólido desempeño en 2024

Distribución de ventas netas en Q4 y en 2024 (M€)

| | Q4 2024 | Q4 2024 | FY 2024 | FY 2024 |
|---|---------|-------------|---------|---------|
| | M€ | Crecimiento | M€ | M€ |
| Ventas netas (en términos reportados) | 1.362 | +14,3% | 4.790 | +11,3% |
| Crecimiento a perímetro y tipo de cambio constante (LFL) ¹ | | +14,1% | | +10,9% |

¹ El crecimiento a perímetro y tipo de cambio constante (LFL) de las ventas netas refleja el crecimiento orgánico ajustando las ventas netas por el impacto de (i) los cambios en el alcance/ perímetro y (ii) las fluctuaciones de los tipos de cambio.

Puig generó una cifra récord de ventas netas de 4.790 M€ en 2024. Esto representó un sólido crecimiento del +11,3% en términos reportados y +10,9% LFL en comparación con 2023, muy por delante del mercado de belleza *premium*. Los tipos de cambio tuvieron un impacto negativo del (0,8)% en todo el año. Nuestro crecimiento LFL se benefició de un impacto positivo de +1,1% debido al ajuste por hiperinflación del peso argentino que, como se anticipó, ofrece una comparación favorable frente a 2023, donde el impacto fue negativo.

Los resultados de **Puig** en Q4 se aceleraron con respecto a los tres trimestres anteriores, con un fuerte crecimiento de +14,1% LFL y alcanzaron los 1.362 M€ de ventas. El cambio de perímetro aportó un incremento adicional de +1,0%, parcialmente compensado por un impacto negativo del tipo de cambio de (0,9)%, lo que dio lugar a un crecimiento reportado de +14,3%. El ajuste por hiperinflación en Argentina dio lugar a un +4,0% de aumento del crecimiento LFL.



Excepcionales resultados en el segmento principal de Fragancias y Moda

Distribución de segmentos de negocio por ventas netas (M€)

| | Q4 2023 ⁽²⁾ | Q4 2024 ⁽²⁾ | Q4 crecimiento | | FY 2023 ⁽²⁾ | FY 2024 ⁽²⁾ | FY crecimiento | |
|--------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| | €M | €M | En términos reportados | A perímetro constante | M€ | M€ | En términos reportados | A perímetro constante |
| Fragancias y Moda | 829,7 | 1.004,2 | +21,0% | +21,0% | 3.115,0 | 3.538,0 | +13,6% | +13,6% |
| Maquillaje | 245,6 | 228,0 | (7,2%) | (7,2%) | 773,1 | 763,0 | (1,3%) | (1,3%) |
| Cuidado de la piel | 120,5 | 134,7 | +11,7% | +2,1% | 430,9 | 516,2 | +19,8% | +7,4% |

² Las eliminaciones entre segmentos de negocio correspondientes al ejercicio y a Q4 2024 ascienden a 27 y 5 M€, respectivamente.

Fragancias y Moda

En el ejercicio 2024, el mayor segmento de negocio generó unas ventas netas de 3.538 M€, el 73% de las ventas netas de **Puig**, representando un aumento del +13,6% en términos reportados y a perímetro constante con respecto a 2023. Entre lo más destacado de 2024, Jean Paul Gaultier, la marca de **Puig** de mayor crecimiento, completó un año sobresaliente. En 2024 entró, por primera vez en su historia, en el top 10 del ranking de fragancias, mientras que se estima que Le Male se convierta en la tercera línea de fragancias masculinas más vendida a nivel mundial. Good Girl de Carolina Herrera tuvo unos resultados sólidos y constantes a lo largo del año, se espera que mantenga su estatus como la línea de fragancias femeninas n.º 2 a nivel mundial y ha alcanzado el importante hito de convertirse en la línea de fragancias femeninas n.º 1 en Estados Unidos en 2024.

Las marcas Niche siguieron mostrando un crecimiento sólido, con resultados de doble dígito en Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur y Dries Van Noten.

En Q4, el segmento de Fragancias y Moda mantuvo su fuerte impulso, con un aumento de los ingresos del +21,0%, impulsado por EMEA y Américas. Excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación debido a Argentina, el crecimiento de este segmento fue de +15,3%. La categoría Prestige siguió registrando un fuerte crecimiento, complementada por un crecimiento de dos dígitos en las marcas de fragancias Niche. La exitosa aceleración de Byredo lideró el crecimiento de la categoría Niche en este periodo.



Maquillaje

En 2024, el segmento de Maquillaje registró unas ventas netas de 763 M€, el 16% de las ventas netas de **Puig**, lo que supone un descenso del (1,3)% en términos reportados y a perímetro constante con respecto a 2023. Charlotte Tilbury, la marca que más contribuye al Maquillaje, registró un rendimiento plano en el segmento frente a 2023. Ello se debió a varios factores, entre ellos una difícil comparación con un 2023 donde se obtuvieron crecimientos muy elevados, influidos además por la dinámica de *sell-in / sell-out* experimentada durante el año.

A pesar de la menor evolución en ingresos, Charlotte Tilbury mantuvo su puesto n.º 1 en el Reino Unido y alcanzó durante todo el año el n.º 3 entre las marcas de maquillaje en EE.UU., mejorando en este último dos posiciones con respecto a 2023, y continuó impulsando la innovación en el segmento con exitosos lanzamientos como Unreal Skin Foundation Stick.

El segmento también se vio impactado por un desempeño débil del resto de propuestas de Maquillaje de **Puig**.

En Q4, los ingresos por Maquillaje cayeron un (7,2)%, afectados por la retirada voluntaria de determinados lotes de Airbrush Flawless Setting Spray de Charlotte Tilbury en diciembre, que tuvo un impacto de negativo porcentual en el rango medio de un solo dígito. Como se preveía, el segmento también se vio afectado por una comparación más difícil debido a la entrada de Charlotte Tilbury en Ulta a finales de 2023 y por el débil desempeño de otras marcas de maquillaje que componen el portfolio de **Puig**.

En diciembre de 2024, **Puig** anunció la ampliación de su colaboración con Charlotte Tilbury. La fundadora, Charlotte Tilbury MBE, conservará una participación minoritaria, y **Puig** asumirá progresivamente la plena propiedad hasta principios de 2031. Junto con **Puig**, Charlotte Tilbury MBE seguirá desempeñando un papel activo en el impulso del éxito a largo plazo de la marca. **Puig** y Charlotte Tilbury MBE están comprometidos en el futuro crecimiento de la marca de belleza del mismo nombre.



Cuidado de la piel

En todo el año 2024, el segmento de Cuidado de la piel generó unas ventas netas de 516 M€, lo que representa el 11% de las ventas netas de **Puig**. Esto supuso un aumento del +19,8% en términos reportados y del +7,4% a perímetro constante frente al mismo período de 2023. En particular, las marcas de dermocosmética siguieron registrando buenos resultados, con Uriage registrando un crecimiento de dos dígitos, marcado por el éxito del lanzamiento de Uriage Age Absolu Serum y la aceleración de la gama Xemose. **Puig** prosiguió su diversificación en el segmento con la incorporación de la marca Dr. Barbara Sturm, que refuerza la oferta de productos *ultrapremium* para el cuidado de la piel.

En Q4, el segmento registró un crecimiento de las ventas del +11,7% en términos reportados y del +2,1% a perímetro constante en comparación con el mismo período de 2023. Como se preveía, el segmento se enfrentó a una base comparativa más dura debido principalmente al impacto de la entrada de Charlotte Tilbury en Ulta y de lanzamientos significativos en el segundo semestre de 2023 (por ejemplo, Charlotte Tilbury Magic Water Cream).

Fuerte crecimiento en las principales zonas geográficas de EMEA y Américas

Distribución geográfica por ventas netas (M€)

| | Q4 2023 | Q4 2024 | Crecimiento en Q4 | | FY 2023 | FY 2024 | FY crecimiento | |
|---------------|---------|---------|------------------------|-----------------------|---------|---------|------------------------|-----------------------|
| | M€ | M€ | En términos reportados | A perímetro constante | M€ | M€ | En términos reportados | A perímetro constante |
| EMEA | 699,0 | 790,4 | +13,1% | +12,4% | 2.322,1 | 2.620,0 | +12,8% | +11,6% |
| Américas | 359,1 | 424,0 | +18,1% | +16,1% | 1.543,0 | 1.714,6 | +11,1% | +9,5% |
| Asia-Pacífico | 133,6 | 147,2 | +10,2% | +10,2% | 439,0 | 455,1 | +3,7% | +3,7% |



EMEA

En 2024, la región de EMEA alcanzó unas ventas netas de 2.620 M€, el 55% de las ventas netas de **Puig**, con un aumento del +12,8% en términos reportados y del +11,6% a perímetro constante en comparación con 2023, gracias a los buenos resultados registrados en todos los segmentos de negocio. EMEA siguió siendo la región más importante de **Puig** en Q4, con un aumento del +13,1% en términos reportados y del +12,4% a perímetro constante.

Américas

Américas obtuvo unas ventas netas de 1.715 M€ en 2024, lo que supone un aumento del +11,1% en términos reportados y del +9,5% a perímetro constante en comparación con el mismo período de 2023. La región representó el 36% de las ventas netas de **Puig** en el período.

Américas también obtuvo unos resultados sobresalientes en Q4, +18,1% según datos reportados y +16,1% a perímetro constante, impulsado por el fuerte y continuado dinamismo de las fragancias en Norteamérica. Como se preveía, en este período se produjeron dos impactos con efectos opuestos. El crecimiento reportado en Q4 2024 se enfrentó a una comparación más difícil debido a la entrada de Charlotte Tilbury en Ulta en Q4 2023. Sin embargo, el crecimiento en Q4 2024 también se benefició de un impacto positivo del +13,3% debido al ajuste por hiperinflación del peso argentino que, como se preveía, proporcionó una comparación favorable frente a 2023, donde este impacto fue negativo.

Asia-Pacífico

En Asia-Pacífico (la región más pequeña de **Puig** en términos de contribución a los ingresos, que representó el 10% de las ventas netas en 2024) las ventas aumentaron el +3,7% en 2024, en un entorno difícil de mercado.

Asia-Pacífico registró un buen desempeño en Q4 2024, con un +10,2% de crecimiento reportado y a perímetro constante frente a 2023. Aunque China sigue teniendo un comportamiento discreto, la región se ha beneficiado del desarrollo de las nuevas filiales en Corea, Japón e India.



Resultados FY2024 y calendario de publicación para 2025

El 27 de febrero de 2025, **Puig** presentará sus resultados y estados financieros completos del ejercicio 2024 y analizará sus perspectivas y orientaciones a medio plazo.

Para 2025, **Puig** tiene previsto publicar resultados trimestrales de ventas, además de estados financieros completos semestrales (H1) y anuales (FY).

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 2024 **Puig** registró unas ventas netas de 4.790 M€. **Puig** vende sus productos en más de 150 países y tiene oficinas propias en 32 de ellos.



Síguenos [Instagram](#) [LinkedIn](#)

Más información:

Investor Relations

investor.relations@puig.com

Corporate Communications

corporate.communications@puig.com