



Fusiones con propósito: la nueva estrategia del crecimiento cosmético

El mercado de la belleza se mira en el espejo y descubre un nuevo reflejo: el de una industria sólida, atractiva y deseada por los inversores. Tras años de crecimiento sostenido y madurez empresarial, la cosmética europea se convierte en un terreno fértil para la expansión, la consolidación y la búsqueda de sinergias. En el tablero del M&A, el sector juega una partida donde innovación, ciencia y estrategia se funden con un mismo objetivo: crecer sin perder su esencia.



POR *Fernando Cabos*, SOCIO DE ALBIA IMAP

El ecosistema europeo del sector de la cosmética, la belleza y el cuidado personal se encuentra en una profunda transformación, con empresas registrando altos

crecimientos y alcanzando elevados ratios de rentabilidad. Fruto de ello, se está convirtiendo en un escenario de una intensa actividad de fusiones y adquisiciones. En los últimos

cinco años, de acuerdo con datos extraídos de las bases de datos de MergerMarket y TTR, se han cerrado con éxito más de 650 transacciones con participación de al menos una

‘EL DINAMISMO DEL M&A EN EL SECTOR EN EUROPA SE EXPLICA POR LA BÚSQUEDA DE CRECIMIENTO INORGÁNICO, LA DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA, LA AMPLIACIÓN DE PORTFOLIOS Y LA APUESTA POR LA INNOVACIÓN CIENTÍFICA E INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍA’

compañía europea, como inversor, como empresa objetivo o en ambos roles; reflejo de un mercado en plena evolución. La convergencia entre innovación, sostenibilidad, desarrollo de producto, tecnología y acceso a nuevos mercados está redefiniendo las estrategias empresariales, favoreciendo el deseo, necesidad y prioridad por el crecimiento inorgánico, la consolidación sectorial y la expansión geográfica.

Por su parte, el *Private Equity*, que desde hace algunos años viene mostrando un especial interés por los sectores de salud y consumo, manifiesta también una fuerte atracción por el ya popularmente denominado segmento “*Consumer Health*”, donde se encuentran las empresas de cosmética, belleza, bienestar, cuidado personal e higiene. Su participación activa se manifiesta tanto en primeras inversiones (“*Investment buy-outs*”) como en procesos de “*build-up*” sobre plataformas ya existentes a través de compañías de sus portfolios. En este contexto, el M&A gana aún más fuerza como herramienta estratégica para el rápido acceso a capacidades diferenciales, innovación y escala en mercados clave.

Europa indudablemente se posiciona a nivel mundial como una de las geografías de referencia, donde sus empresas, especialmente en subsectores como dermocosmética, cosmética científica o “*Aesthetic medicine*”, presentan un destacado *track-record*, augurando un alto potencial de expansión. El sector en general continúa captando el interés de inversores y consumidores gracias a tendencias como la cosmética natural,

la transparencia en los ingredientes y composición, el respaldo clínico de los productos y la expansión de modelos directos hasta el consumidor.

Aterrizando este liderazgo en números, compartimos un análisis que hemos realizado en Albia, en cuanto a los destinos de inversión en las adquisiciones llevadas a cabo por compañías extranjeras:

Reino Unido, Italia y Francia se posicionan como las geografías destino de inversión más populares, concentrando más del 41 % de las transacciones realizadas en los últimos cinco años, seguidos por Alemania (11,7 %) y España (10 %).

En este sentido, es importante destacar el descenso del interés del inversor europeo, tanto financiero como industrial, en empresas estadounidenses, pasando estas de ser la geografía de destino en el 2,7 % de las operaciones en 2021 al 0,5 % en los primeros 10 meses del año 2025. El mercado M&A en este sentido nos deja una conclusión clara: las compañías y fondos europeos están priorizando el desarrollo del mercado continental antes de expandirse al otro lado del Atlántico, que representa apenas un 6,2 % de las transacciones totales entre 2021 y 2025. Asia, por su parte, ha concentrado apenas un 3 % de la inversión recibida por empresas europeas desde 2021, lo que plantea interrogantes sobre las posibles barreras de entrada en esas geografías o sobre el calendario de expansión de las estrategias empresariales, que quizás siguen una secuencia progresiva: primero expansión y desarrollo a nivel nacional, luego europeo, después Estados Unidos y finalmente Asia.

En sentido inverso, los cinco países que más han invertido en compañías europeas pertenecen todos al propio continente, lo que refuerza la conclusión previamente señalada. Francia lidera el *ranking* con presencia como comprador en el 14,6 % de las operaciones realizadas desde 2021, seguida por Reino Unido (14,4 %) e Italia (11,1 %). Completan el top 5 España y Alemania, ambos con un 9,3 %. En el puesto número seis y diecisiete encontramos los primeros países no europeos en número de inversiones en compañías europeas: Estados Unidos acumulando un 7,9 % y Japón con casi el 1 % desde 2021.

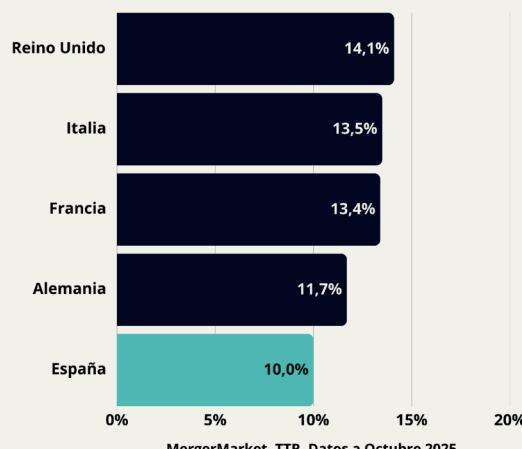
Con respecto a España, que hace una década era casi exclusivamente receptora de inversión extranjera, ha evolucionado hasta posicionarse entre los cinco países europeos más activos en adquisiciones transfronterizas. Su participación en el rol comprador ha pasado del 1,4 % en 2021 al 3 % en 2024, y ya representa el 2 % del total de operaciones en lo que va de 2025.

Este reposicionamiento responde a tres factores clave: las cada vez más necesarias estrategias de acciones de internacionalización de los grandes grupos industriales nacionales, el salto al mercado exterior de las compañías medianas españolas y las estrategias de expansión del *Private Equity*, que buscan adquisiciones complementarias para sus participadas y, aunque en menor medida, primeras inversiones en empresas extranjeras.

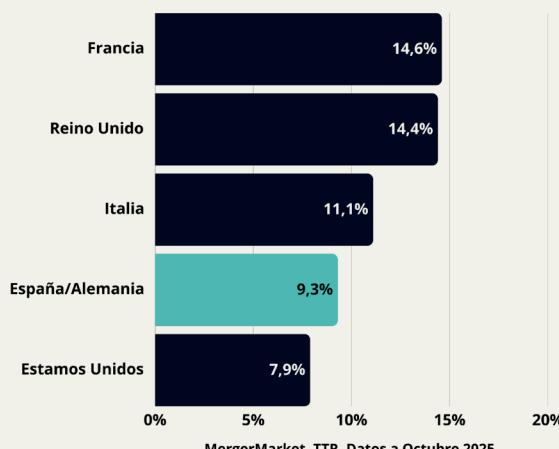
Entre los inversores estratégicos, destaca Puig como referente nacional en operaciones de M&A *cross-border*, con seis adquisiciones internacionales desde 2021: Scent Library, Byredo,

Países origen y destino M&A

Principales destinos M&A
(2021-2025 YTD)



Principales orígenes
(2021-2025 YTD)



MergerMarket, TTR. Datos a Octubre 2025.

Loto del Sur, Kama Ayurveda, Dr. Barbara Sturm y Charlotte Tilbury, en Suecia, Alemania, Reino Unido, Colombia, India y China. Adquisiciones que responden a una estrategia de consolidación sectorial internacional y posicionamiento en los segmentos de cosmética premium-lujo.

También destacan otras compañías españolas como AC Marca, con dos adquisiciones; la polaca Hans Karrer y la alemana Dermena, especializadas en productos capilares y de cuidado de la piel, con el objetivo de reforzar el área de dermocosmética capilar del grupo; Grupo Uriach, que adquirió Ineldea para ampliar su portfolio y capacidades en cosmética natural y acceder al mercado francés; Persán, que compró Mibelle para impulsar su presencia internacional y diversificar sus canales de distribución y Cantabria Labs, que mediante la adquisición de ACM, ha incorporado un laboratorio dermatológico especializado y accedido directamente al mercado

francés. En el ámbito del *Private Equity*, destaca Portobello, que en 2021 incorporó a su portfolio la italiana Farmol, especializada en la fabricación de productos en aerosol y líquidos para las industrias de cuidado personal, cuidado del hogar y farmacéutica.

En pocas palabras, las compañías españolas refuerzan su presencia en productos y acceden a geografías de alto crecimiento, o bien acceden por primera vez a mercados estratégicos clave para el desarrollo y comercialización de sus portafolios.

El dinamismo del M&A en el sector en Europa se explica por la búsqueda de crecimiento inorgánico, la diversificación geográfica, la ampliación de portfolios y la apuesta por la innovación científica e integración de tecnología. La creciente convergencia entre medicina, cosmética y dermatología está generando nuevas oportunidades, especialmente en el segmento *mid-market*, donde la agilidad y la visión

estratégica marcan la diferencia. El mercado se vuelve cada vez más competitivo, con grupos industriales y fondos actuando con rapidez para identificar compañías *game changer*. Se prevé que el ritmo de transacciones continúe creciendo, impulsado por la consolidación sectorial, la presión innovadora y la competencia global.

España parte de una posición favorable, con grupos de reputación internacional, fondos con experiencia sectorial y un ecosistema emergente de marcas y pymes con proyección global. Nuestras empresas están llamadas a desempeñar un papel cada vez más relevante como emisores de inversión en la consolidación paneuropea del sector cosmético. Así, el M&A se consolida como motor de crecimiento, innovación y expansión en el ecosistema europeo de belleza, y las empresas españolas conviven entre ser receptoras y actores activos en la inversión e integración del mercado continental.

REMASTERED
COL-FRAG™

A NEW COLLAGEN ERA FOR HAIR CARE



Plant-based human
type I collagen fragment



Damaged
hair repair



Hair lifting
& smoothing

Col-Frag remastered™ for hair care answers to the demand
for natural polymers boosting moisture, gloss and smoothness
of damaged hair from the first application

T0 days
After bleaching



T30 minutes
First application



T7 days
7 more applications



T7days
7 more applications
+ straightening



www.lipottrue.com | info@lipottrue.com