

ANÁLISIS DE FITCH RATINGS

Compra de Tupperware, positiva para Betterware

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gimm.com.mx

La compra de Tupperware por parte de Betterware será positiva para la empresa mexicana, no afectará su poder crediticio y le permitirá expandir su negocio, afirmó Fitch Ratings.

“Fitch considera que esta adquisición, de concretarse, sería positiva para el perfil de negocio de Betterware, ya que incrementaría su escala operativa y la captura de sinergias al incorporar instalaciones de manufactura en México y Brasil”.

Sin embargo, el reto en la adquisición de Tupperware será fortalecer la rentabilidad de las operaciones de Brasil, dado que es un mercado

complejo y operativamente distinto a México, donde Betterware tiene mayor experiencia operando el negocio de venta directa.

Betterware, la empresa mexicana que cotiza en la Bolsa de Nueva York e inició en el sector como competidor de Tupperware, ahora se quedará con un negocio emblemático al que logró superar, gracias a la estrategia de vender artículos innovadores.

“Vemos un potencial extraordinario para impulsar el crecimiento de Tupperware en la región, aprovechando nuestras probadas capacidades de venta directa al consumidor y aportando una renovada innovación de productos”, dijo Luis Campos,



EL DATO

La operación

BeFra adquirirá 100% de los negocios de Tupperware en Latinoamérica por 250 millones de dólares

presidente de la firma.

De acuerdo con la calificadora, la calidad crediticia de Betterware de México no se verá afectada tras el acuerdo con Tupperware Brands Corporation (Tupperware).

LOS DETALLES

Betterware de México (BeFra) anunció un acuerdo definitivo para adquirir la totalidad de activos operativos de Tupperware en Latinoamérica, principalmente en México y Brasil, los mercados más atractivos de la región.

BeFra también obtendrá una licencia perpetua, libre de regalías y exclusiva de la marca Tupperware para toda la región Latinoamericana, y se espera que la transacción se cierre durante el primer semestre de 2026.

Con esta adquisición se integra a tres de las marcas más emblemáticas del mercado de venta directa en Latinoamérica: Betterware, Jafra y Tupperware.

