

Coty refuerza la venta de cosméticos en línea

➤ Puerto Rico es el tercer mercado de importancia para la marca en su división de Norteamérica

@ Ileanxis Vera
>ivera@elvocero.com

Los cambios en consumo y el comportamiento de los "millennials" han provocado una reingeniería en las estrategias de mercadeo de la marca Coty, especialista en cosméticos y fragancias, empresa que busca reforzar la venta de productos de belleza en línea durante los próximos tres años.

Con ello procura mover-

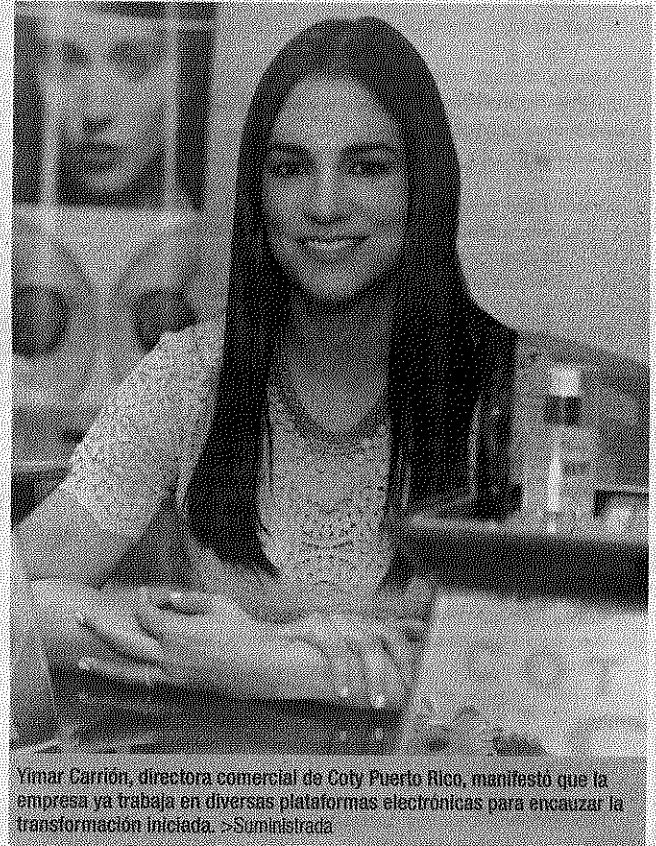
se de una posición número 13 a nivel global hasta llegar a los primeros lugares de ese comercio en internet, estrategia que también incluye mover a sus consumidoras en la Isla, las cuales tradicionalmente han preferido adquirir sus productos de maquillaje y belleza de manera presencial.

Yimar Carrión, directora comercial de Coty Puerto Rico, dijo en entrevista con EL VOCERO que la Isla es

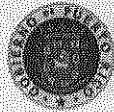
el tercer mercado más importante para la marca en su región de Norteamérica, después de Estados Unidos y Canadá.

El segmento de venta de cosméticos en línea ha experimentado un crecimiento importante de 32% en Estados Unidos, mientras en Latinoamérica aún está rezagado.

La ejecutiva señaló que atender los cambios en el comportamiento de com-



Yimar Carrión, directora comercial de Coty Puerto Rico, manifestó que la empresa ya trabaja en diversas plataformas electrónicas para encauzar la transformación iniciada. >Suministrada



GOBIERNO DE PUERTO RICO
Departamento del Trabajo y Recursos Humanos

AVISO PÚBLICO

PARA LA ADOPCIÓN DEL REGLAMENTO PARA ADMINISTRAR EL PROGRAMA DE SEGURO POR DESEMPLEO

El Departamento del Trabajo y Recursos Humanos informa a los patronos, trabajadores y público en general que se propone adoptar el *Reglamento para administrar el Programa de seguro por desempleo*.

Este Reglamento establece los requerimientos legales para recibir beneficios por desempleo y el procedimiento para que los patronos puedan pagar las contribuciones por desempleo, según requerido por ley. Además, este cuerpo de normas deroga los Reglamentos Núm. 1223, 1247 y 2636 del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos, así como sus respectivas enmiendas.

La base legal para adoptar este Reglamento surge de la Ley Núm. 15 de 14 de abril de 1931, según enmendada, "Ley Orgánica del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos", la Ley Núm. 74 de 21 de junio de 1956, según enmendada, "Ley de Seguridad de Empleo de Puerto Rico" y de la Ley Núm. 38 de 30 de junio de 2017, "Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto Rico".

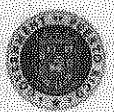
Conforme lo antes expuesto, el Secretario del Trabajo y Recursos Humanos convoca a una Audiencia Pública el 9 de mayo de 2018 a partir de las 9:00 am para discutir el *Reglamento para administrar el Programa de seguro por desempleo*. Esa vista pública se llevará a cabo en la Sala Santiago Iglesias Pantín del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos, Edificio Prudencio Rivera Martínez, 505 Ave. Muñoz Rivera, Hato Rey, Puerto Rico.

Copia del Reglamento estará disponible, durante días y horas laborables, de 8:00 am- 4:00 pm, en la Oficina de la Procuradora del Trabajo, Edificio Prudencio Rivera Martínez, Piso 14, 505 Ave. Muñoz Rivera, Hato Rey, Puerto Rico y a través de la siguiente dirección electrónica: www.trabajo.pr.gov.

El Departamento del Trabajo y Recursos Humanos concede treinta (30) días, contados a partir de la publicación de este aviso, para que toda persona pueda someter sus comentarios por escrito al siguiente correo electrónico: nalamo@trabajo.pr.gov. Igualmente, se podrán someter comentarios por escrito a la siguiente dirección: Oficina de la Procuradora del Trabajo, Edificio Prudencio Rivera Martínez, Piso 14, 505 Ave. Muñoz Rivera, Hato Rey, PR 00918.

En San Juan, Puerto Rico, a 26 de abril de 2018.


Carlos J. Saavedra Gutiérrez
Secretario



GOVERNMENT OF PUERTO RICO
Department of Labor and Human Resources

PUBLIC NOTICE

FOR THE ADOPTION OF THE REGULATION FOR THE ADMINISTRATION OF THE UNEMPLOYMENT INSURANCE PROGRAM

The Department of Labor and Human Resources hereby informs employers, employees, and the general public of our intention to adopt the *Regulation for the Administration of the Unemployment Insurance Program*.

The purpose of this Regulation is to establish the legal requirements to receive unemployment benefits and the procedure to enable employers to pay unemployment taxes, as required by law. The Regulation also repeals Regulations No. 1223, 1247 and 2636 of the Department of Labor and Human Resources, as well as their respective amendments.

The legal base for the adoption of this Regulation originates in Act No. 15 of April 14th, 1931, as amended, known as "The Organic Act of the Department of Labor and Human Resources", Act No. 74 of June 21st, 1956, as amended, "Employment Security Act of Puerto Rico", and Act No. 38 of June 30th, 2017, known as "The Uniform Administrative Procedures Act of the Government of Puerto Rico".

In accordance to the aforementioned, the Secretary of Labor and Human Resources summons to a Public Hearing, to be held on May 9th, 2018, at 9:00 am, for the *Regulation for the Administration of the Unemployment Insurance Program*. The public hearing will be held at the Santiago Iglesias Pantín Hall of the Department of Labor and Human Resources, Prudencio Rivera Martínez Building, 505 Munoz Rivera Avenue, Hato Rey, Puerto Rico.

This Regulation will be available for review during working days and hours, from 8:00 am to 4:00 pm, at the Office of the Solicitor of Labor, Prudencio Rivera Martínez Building, 14th Floor, 505 Munoz Rivera Avenue, Hato Rey, Puerto Rico, and also at the following electronic address: www.trabajo.pr.gov.

The Department of Labor and Human Resources allows thirty (30) days, calculated from the publication of this notice, for any person to submit their written commentaries to the following e-mail address: nalamo@trabajo.pr.gov. Likewise, written commentaries may be submitted during the public hearing or to the following address: Office of the Solicitor of Labor, Prudencio Rivera Martínez Building, 14th Floor, 505 Munoz Rivera Avenue, Hato Rey, PR 00918.

In San Juan, Puerto Rico, April 26th, 2018.


Carlos J. Saavedra Gutiérrez
Secretary



pra de los "millennials" es importante y "las compañías que puedan conectar más rápido con el consumidor y tengan acceso inmediato a ellos serán las más exitosas".

Carrión informó que Coty ya trabaja en diversas plataformas electrónicas para encauzar la transformación iniciada. Además, la empresa proyecta adquirir negocios o socios expertos en el área para establecer alianzas, y contratarán líderes en el mercadeo digital comercial y otros profesionales relacionados al campo.

"Ante el creciente segmento de millenials, tenemos que encaminarnos a sus necesidades. Para nosotros es muy importante entender a nuestro consumidor", sostuvo.

De cara al futuro

Carrión augura un crecimiento sostenido en dos de sus principales líneas, Cover Girl y Rimmel. Explicó que por años Cover Girl era la marca líder en el mercado, pero su antiguo dueño, P&G, al no estar enfocado en el segmento de los cosméticos, "se desconectó" y laceró un poco el concepto.

"Al nosotros adquirirlos, hemos hecho una reingeniería de la marca, logrando reinventar el 50% del portafolio y una total innovación, que inicia desde el punto de venta hasta el producto, la imagen y la estrategia

de campaña, incluyendo el "slogan", que ahora es "soy quien decido ser", detalló.

Con sus apuestas en las marcas de belleza, la empresa proyecta igualarse a su segmento de fragancias, cuyo portafolio de productos los mantiene en la primera posición a nivel mundial. Ostenta la segunda posición en productos profesionales (productos de salón) y el tercer lugar en el mercado de cosméticos.

"La historia ha sido consistente en el ejercicio de reinventarnos. Contrario a lo que algunos piensan, Coty no es el polvo que usaban nuestras abuelas. Es un "beauty powerhouse" con más de 77 marcas en su portafolio y presencia en más de 130 países", indicó.

Cuando Coty integró los productos de P&G, consiguió aumentar su volumen de ventas en doble dígito, señaló Carrión. Añadió que las ventas totales de sus productos continúan en crecimiento constante de doble dígito año tras año.

La marca no escapó a los efectos del huracán María en Puerto Rico, pero en los meses después de la emergencia se lograron ventas inesperadas en los tintes de cabello Clairol, ya que las mismas se triplicaron.

"Al no haber electricidad ni salones de belleza abiertos, las consumidoras optaron por pintarse el pelo ellas mismas", contó.