
[Noticias \(../02-database/01-total-notic.php\)](#)

[Eventos \(../02-database/01-total-event.php\)](#)

[Nuestras Politicas \(../02-database/01-total-desta.php\)](#)

[Publicaciones \(../02-database/01-total-publi.php\)](#)

Colaboración

19 septiembre 2018

Facturación del mercado de belleza en América Latina debe llegar a US\$ 77 mil millones en 2022

*El evento recibirá por primera vez una conferencia sobre el tema organizada por **CASIC**, entidad referencia en todo el bloque, y presentará tendencias y perspectivas de mercado*

San Pablo, Brasil, Septiembre de 2018 – De acuerdo con el estudio de Euromonitor Internacional, el mercado de belleza de América Latina debe alcanzar una facturación de US\$ 77 mil millones en 2022. En este escenario, el establecimiento de empresas, el desarrollo de productos y el comercio internacional pasan, obligatoriamente, por razones de reglamentación, lo que lleva al Consejo de las Industrias Cosméticas, Artículos de Higiene Personal y de Limpieza Doméstica en América Latina (CASIC) a organizar y presentar una **conferencia gratuita** sobre el tema en **in-cosmetics Latin America 2018**.

La feria, que se realiza los días 19 y 20 de septiembre en Sao Paulo, se dedica exclusivamente a materias primas para productos de belleza y cuidado personal y está dirigida a formuladores, químicos y profesionales de I&D. Esta es la quinta edición y cada año se amplían las discusiones sobre reglamentación en la región. Por primera vez el CASIC organiza una conferencia dentro del evento. La entidad, que tiene su sede en Uruguay, pero es referencia para todo el bloque, será representada por la Vicepresidenta, Luciana Santi, y por el Director Ejecutivo, Ariel Saiz.

Durante dos horas, los ejecutivos harán un análisis de presente y futuro de las cuestiones reguladoras en cosméticos en América Latina y como el Consejo ha colaborado estrechamente con las autoridades sanitarias y comercio de diversos países para una clara convergencia de las mejores prácticas regulatorias internacionales y el alcance de los más altos estándares. La conferencia tendrá, además, participación de la Directora de Innovación de Natura, Roseli Melo, que usará como ejemplo la experiencia de la empresa en innovación y uso sustentable de la sociobiodiversidad. Durante el cierre, habrá un panel de discusión y mesa redonda para consultas.

Otras acciones sobre regulación

Además del panel del CASIC, in-cosmetics Latin America cuenta con una extensa programación de contenido educativo, que también abordará el tema reglamentación. En el primer día de la sección **Marketing Trends**, Artur João Gradim, el CEO de AVISA, empresa de servicios técnicos en vigilancia, sanitaria, hará una presentación sobre el "Marco regulatorio 2020 - Tendencias Brasil y Mercosur".

La feria también trae este año el área especial **Regulations & Testing Zone** para ayudar a los fabricantes a identificar las regulaciones más recientes y las nuevas soluciones en prueba para determinar sus demandas.

El evento traerá, además, otros temas importantes para la actualización de profesionales de toda la región. Algunos ejemplos son las conferencias "Explorando las marcas *indie* en América Latina", presentada por Belcorp; "Tendencias de cosméticos naturales en América Latina", con el profesor e investigador Cleber Barros, que también es consultor oficial de la feria; y "Tendencias de belleza para América Latina", con la especialista en belleza y editora de Cosmopolitan Brasil - Peclers, Vânia Goy.

Verifique la lista completa aquí (<https://bit.ly/2MDmVCD>)

América Latina: un mercado de peso

De acuerdo con el estudio de Euromonitor International, la entrada de cadenas como Cromantic, Blush Bar y Blind en Colombia; Mac Cosmetics, Bobbi Braun, Benefit y Urban Decay en Bolivia, Perú y Panamá ha fortalecido el crecimiento del mercado de belleza en América Latina. Otro punto observado fue el aumento de facturación de marcas que ya estaban insertadas, como Belcorp, Yanbal, L'Oréal y Mary Kay.

Considerando los gastos per cápita, Chile está en la cima de la lista con 182 dólares al año. Uruguay y Brasil vienen en la secuencia con 170 y 153 dólares al año. En cambio México, Colombia, Perú, Ecuador y Paraguay no alcanzaron 90 dólares anuales. El Panorama del Sector 2018 organizado por la Asociación Brasileña de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos registra que la región de América Latina corresponde al 14,1% del mercado mundial. De este

porcentaje, Brasil tiene la mayor representatividad, con el 49,1%. México viene en la secuencia, con el 14,4%. Completando el top 5, Argentina tiene el 8,3% y Chile y Colombia empatan con el 5%.

Programe su viaje

La acreditación gratuita se puede realizar a través del link (<http://bit.ly/2sFQya7>)

La aerolínea oficial es LATAM y cuanto antes el visitante programe el viaje, mejores serán las condiciones de pasaje y estadía. in-cosmetics Latin America garantizó descuentos exclusivos con LATAM y OneWorld para los visitantes de la feria.

Al programa especial se puede acceder mediante el código EIAAM y corresponde a los embarques entre los días 15 y 25/09/2018. El descuento negociado es del 15% en todas las clases.

Servicio:

in-cosmetics Latin America 2018

Fecha: 19 y 20 de septiembre de 2018, de 10 hs. a 19 hs.

Ubicación: Expo Center Norte – Pabellón Azul, São Paulo – Brasil

Información sobre la programación y las inscripciones se pueden obtener a través del <http://latinamerica.in-cosmetics.com/pt-br> (<http://latinamerica.in-cosmetics.com/pt-br>)

Sobre in-cosmetics: plataforma global de negocios dedicada específicamente al mercado de materias primas para la industria de cosméticos. Se inicio en Inglaterra en 1990 y ya suma decenas de eventos en Europa, en Asia y en las Américas. Es reconocida por conectar estas regiones a las principales tendencias del sector, generando relaciones de valor, networking, aprendizaje e innovación. Brasil recibe la quinta edición Latina de la feria.

Sobre Reed Exhibitions: principal organizadora de eventos del mundo, con más de 500 eventos en más de 30 países. Cada año, Reed reúne a millones de participantes en eventos de todo el mundo, generando miles de millones de dólares en negocios. Hoy los eventos de Reed son realizados en toda América, Europa, Oriente Medio, Asia-Pacífico y África, organizados por equipos en 38 oficinas. Reed Exhibitions atiende a 43 sectores de la industria con eventos comerciales y de consumo. Forma parte de RELX Groupplc, líder mundial en el suministro de informaciones y análisis para clientes en todas las industrias. www.reedexpo.com (<http://www.reedexpo.com>)
