

Dirigido a Representantes

CAJ / CCO / CAS / SVS / CCE / CDS / SP

Estimados Afiliados:

Se envía para su conocimiento la información más actual y relevante del sector de productos del Cuidado Personal y Aseo del Hogar.

Del 1º al 17 de septiembre de 2015



## Memoria Estadística

Fecha	Extracto	Consulta
17/09/2015	<p><b>Reporte Mensual de la Industria Manufacturera INEGI – NUEVO!</b></p> <p>Se da a conocer el reporte mensual de la industria manufacturera del sector Cosméticos y Aseo del hogar, en el cual se encuentran los resultados del INEGI en <b>Valor de las Ventas anuales de 2007 a 2014</b>; además de los <b>resultados mensuales de 2014 y 2015</b> en Volumen de Ventas.</p> <p>Este reporte se incluirá mensualmente en el correo quincenal.</p>	

## Seminarios y cursos

Fecha	Extracto	Consulta
17/09/2015		Formato en línea



*“Innovación y Nuevas Tecnologías en  
Productos Cosméticos”*

**Jueves 24 de septiembre**

**MARRIOTT REFORMA**  
Paseo de la Reforma No.276,  
Cuauhtémoc, Juárez  
México, D.F

**9:00-17:00hrs**

Contacto: Columba Hernández  
cgh@canipec.org.mx  
5575-2121 (ext. 118)




Costo:  
**\$3,700**  
(afiliados)  
o **\$4,200**  
(no afiliados)

**¡RESERVA TU LUGAR!**




(formularios  
google)





## Diario Oficial de la Federación, Secretaría del Medio Ambiente, Prensa.

Fecha	Extracto	Consulta
01/09/2015	<p><b>Natura prevé triplicar número de vendedoras en México</b></p> <p>La empresa brasileña de cosméticos Natura plantea triplicar el número de consultoras o vendedoras en México en los próximos años, llegando hasta las 360 mil, desde las 120 mil con las que cuenta actualmente. En el marco de su 10 aniversario en el país, la empresa prevé un crecimiento de 30% en el número de pedidos respecto al año pasado en México y Colombia de forma consolidada, superior al incremento registrado en 2014, de 25% anual.</p>	
01/09/2015	<p><b>Capitanes (Brasil desfavorable)</b></p> <p>El negocio de la belleza está en expansión, y si no, pregúntele a Javier San Juan, capitán de L'Oréal México y L'Oréal Zona Hispanoamericana. En el primer semestre del año, los resultados en Latinoamérica pintaron bien con un crecimiento de 8.3% en sus ventas, según su reporte financiero de la primera mitad del 2015. Pero no todo es color de rosa, pues los impuestos en Brasil han representado un reto para la empresa. Eso lo sabe bien Frédéric Rozé, vicepresidente ejecutivo de la Zona de las Américas —que incluye Norteamérica y Latinoamérica— de L'Oréal. Con excepción de la nación sudamericana, el resto de los latinoamericanos alcanzaron un crecimiento de doble dígito gracias a las marcas L'Oréal Paris, Maybelline y Lancôme. De plano, L'Oréal dijo que el contexto económico en Brasil es muy desfavorable. Yes que recientemente dicho País impuso una reforma de los impuestos sobre productos industrializados.</p>	
03/09/2015	<p><b><u>SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE RECURSOS NATURALES</u></b> <b>ACUERDO POR EL QUE SE DAN A CONOCER LOS FORMATOS DE LOS TRÁMITES A CARGO DE LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES EN LAS MATERIAS QUE SE INDICAN.</b></p> <p>Se dan conocer los nuevos formatos oficiales de los trámites en materia ambiental. Estatus: Diario Oficial de la Federación</p>	

## Diario Oficial de la Federación, Secretaría del Medio Ambiente, Prensa.

Fecha	Extracto	Consulta
03/09/2015	<p><b><u>SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE RECURSOS NATURALES</u></b> <b>ACUERDO QUE ESTABLECE LAS PARTICULARIDADES TÉCNICAS Y LAS FÓRMULAS PARA LA APLICACIÓN DE METODOLOGÍAS PARA EL CÁLCULO DE EMISIONES DE GASES O COMPUESTOS DE EFECTO INVERNADERO.</b></p> <p>Se establecen las particularidades técnicas y las fórmulas para la aplicación de metodologías para el cálculo de Emisiones de Gases o Compuestos de Efecto Invernadero.</p> <p>Estatus: Diario Oficial de la Federación</p>	
07/09/2015	<p><b>Proyecta Herbalife ser número uno en México para 2017</b></p> <p>En un par de años, México puede convertirse en el mercado número uno para la estadounidense Herbalife; con un valor de mercado de suplementos alimenticios de 892 millones de dólares, de acuerdo Cofepris, México es el segundo mercado de mayor importancia para la industria en América Latina después de Brasil. Al cierre de 2014, las ventas de la firma sumaron 567 millones dólares en México, con un crecimiento de 2 por ciento respecto a 2013; en tanto, al segundo trimestre de 2015 los ingresos acumularon 129.2 millones de dólares.</p>	
07/09/2015	<p><b>Corea del Sur ocupa el 2º puesto en el mercado chino de cosméticos</b></p> <p>Seúl, 7 de septiembre (Yonhap) -- Corea del Sur ha alcanzado, este año, el segundo puesto en el mercado chino de cosméticos, estrechando mucho la brecha con Francia.</p> <p>En los primeros siete meses de este año, China importó cosméticos surcoreanos por valor de 378,3 millones de dólares, un notable aumento del 250,6 por ciento interanual, según informó este lunes la Asociación de Comercio Internacional de Corea del Sur (KITA, según sus siglas en inglés).</p>	

## Diario Oficial de la Federación, Secretaría del Medio Ambiente, Prensa.

Fecha	Extracto	Consulta
	<p>Durante el mismo período, la cuota de Corea del Sur en el citado mercado también se amplió hasta el 22,1 por ciento, un incremento de 12,3 puntos porcentuales respecto al año pasado. En 2014, Corea del Sur estaba en el cuarto lugar en el mercado chino de cosméticos, por detrás de Francia, Japón y Estados Unidos.</p> <p>La KITA atribuyó el gran aumento en las exportaciones de cosméticos hacia China al esfuerzo en las estrategias de expansión y a la promoción mediante estrellas del "hallyu", la cultura pop surcoreana.</p>	
08/09/2015	<p><b>Head&amp;Shoulders lidera el Top Of Mind en shampoo en Centroamérica</b></p> <p>H&amp;S es una marca también afín a los hombres y esto puede influir en su resultado sobre otras. Sin embargo, H&amp;N es la marca más recordada y la de mayor consumo. Pantene se posiciona muy cerca de H&amp;S en todos los mercados e incluso la equipara en Honduras.</p> <p>Si bien observamos hasta tres marcas que dominan el TOM en la mayoría de los países, es en Nicaragua, El Salvador y Guatemala donde notamos mayor repertorio de marcas en la mente del consumidor.</p>	
08/09/2015	<p><b><u>SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE RECURSOS NATURALES</u></b></p> <p>ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECE LA METODOLOGÍA PARA LA MEDICIÓN DIRECTA DE EMISIONES DE BIÓXIDO DE CARBONO.</p> <p>Consolidar el Registro Nacional de Emisiones es necesario identificar y establecer aquellos Establecimientos Sujetos a Reporte que deberán reportar sus emisiones de bióxido de carbono con base en la metodología de medición directa.</p>	

## Diario Oficial de la Federación, Secretaría del Medio Ambiente, Prensa.

Fecha	Extracto	Consulta
08/09/2015	<p><b>"No hay atajos en desarrollo de una economía basada en el conocimiento"</b></p> <p>Empresas como Volkswagen, Samsung, Microsoft, Novartis, Johnson &amp; Johnson y Google invirtieron el último año, cada una, el equivalente a más de 100 mil millones de pesos en investigación y desarrollo. Por otra parte, toda la inversión privada de México alcanzó la cifra de 25 mil millones de pesos en el mismo periodo. Esta comparación fue empleada ayer por Enrique Cabrero, director del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), para destacar la importancia de la inversión privada para desarrollar una economía basada en el conocimiento y la innovación, de la cual México está lejos aún.</p>	