



## La cosmética USA protagonista en We Cosmoprof International

### Eventos

Digitalización, multiculturalismo y sostenibilidad, claves en la evolución de los cosméticos estadounidenses que estarán muy presentes en este gran evento dedicado a la belleza internacional



# GH

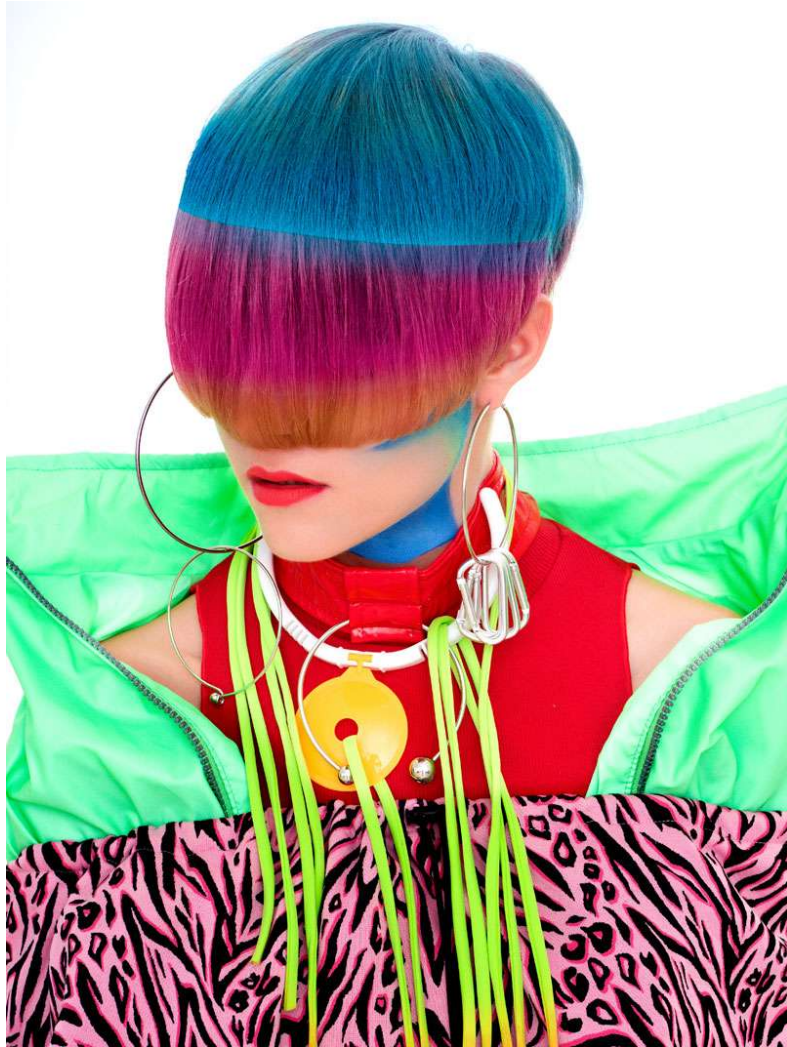
GALLERY HAIR



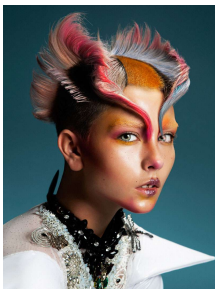
María Gómez



DeSancho Estilistas



Olga García



Christian Ríos

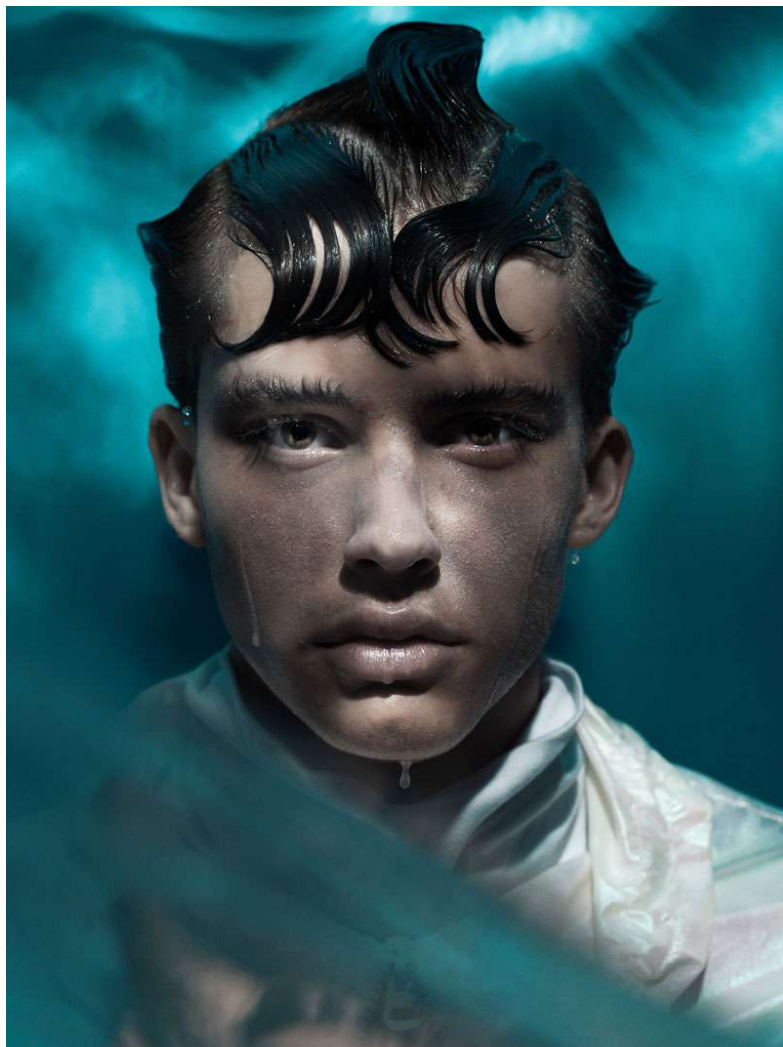


Jesús de Paula



Christian Ríos





Relsynera



• EDITORIAL Estética  
Rebuscando entre basura



- **Wellness**

- **El Masaje con esferas, el bienestar en la palma de tu mano**

Este mes descubrimos una nueva terapia china de masajes: el Kung Fu Chio, un antiguo método que, hoy en día, se difunde por el mundo occidental y se basa en la

- unión armónica entre sonido y masajes para lograr una relajación total.



- **NOTICIAS / SECTOR**

- **Tualy, la app de la belleza a domicilio">Tualy, la app de la belleza a domicilio**

A raíz de la pandemia, muchos clientes que demandan servicios de estética y peluquería prefieren ser atendidos en casa. La tecnología les acerca a sus centros de

- belleza en Colombia



- **Empresas**

- **Olaplex y L'Oréal, frente a frente en los tribunales">Olaplex y L'Oréal, frente a frente en los tribunales**

- La *start-up* californiana ha demandado a la multinacional francesa, acusándola de violación de patente y publicidad engañosa de su producto original *Olaplex Bond*

- *Multiplier 1*



- **Belleza inclusiva**

- **Glossier Grant, medio millón de dólares para la inclusión negra**

- Glossier, belleza inspirada en la vida real, continúa su campaña por la inclusividad de la raza negra en la industria cosmética, mediante una campaña de generosas

- subvenciones



### • Competiciones

#### Alfaparf Milano busca al Colorista Nº 1 USA

Si te sientes orgulloso de tus trabajos de coloración, opta a convertirte en el colorista nº 1 USA con Alfaparf Milano. Abierto el plazo de presentación

**Estados Unidos** es el motor de la industria cosmética. El mercado número 1 mundial en términos de **consumo de productos cosméticos** se centraba en 93.2 mil millones de dólares a finales de 2019 y había promediado casi un crecimiento anual del 3% desde 2016. **Los Estados Unidos han pagado un alto precio por la pandemia.** Los bloqueos de los últimos meses, así como las distancias sociales y otras restricciones, han obstaculizado al sector de la belleza, uno de los más éxitos del año pasado, con una caída de 2.5% en los ingresos en comparación con 2019. Según los analistas de Euromonitor International, en el cierre de 2021 el sector aún será testigo de una reducción del 0,5%, pero la tendencia se invertirá en 2022 (+ 0,5%), alcanzando una cuota de mercado de casi 91 mil millones de dólares.



Únete a [Cosmoprof International](#)>We **Cosmoprof** International  
Los Estados Unidos juegan un papel crucial en la dinámica de la industria cosmética. Por un lado, es un destinatario clave de las exportaciones globales: los productos premium se importan desde Canadá y de Europa, especialmente Francia e Italia, mientras que China y México son los **principales proveedores de las categorías de mercado masivo**. Por otro lado, Estados Unidos es el lugar de nacimiento de las tendencias más innovadoras: la costa este se ha convertido en el refugio de las marcas



indie más influyentes, en una fuente de investigación de vanguardia y en la creación de nuevas soluciones para la industria. EE.UU. es, por lo tanto, un mercado estratégico para proveedores de servicios globales, así como para distribuidores y scouts de tendencias que buscan las soluciones más originales.

El desarrollo del mercado sigue impulsado por el **constante crecimiento del comercio electrónico**, que ha compensado las dificultades de venta al por menor desde el inicio de 2020. Nuevas empresas y marcas estadounidenses se han beneficiado del crecimiento de las ventas *on-line* impulsando **creatividad, realidad aumentada y realidad virtual** para lanzar servicios y soluciones que responden a la demanda de los consumidores de personalización, seguridad y transparencia. La digitalización también está simplificando la evolución sostenible de la industria cosmética de los EE UU, especialmente en la búsqueda de nuevos materiales, sistemas de reciclaje y soluciones que mejoran la gestión de los recursos ambientales.



El renacimiento del sector también está profundamente relacionado con las acciones para el avance de la inclusión y la diversidad en la sociedad estadounidense, un tema particularmente relevante para los consumidores. Por ello, se ha centrado en **aumentar la atención en las tendencias como la belleza negra y la belleza sin género**. "La industria cosmética está experimentando una transformación radical en términos de cómo se representa la belleza", señala **Kayla Villena**, consultora de belleza y moda de Euromonitor International. "Las protestas que comenzaron después de que George Floyd y otros afroamericanos murieran a manos de la policía. Tuvieron un impacto poderoso: lo que inicialmente fue un debate sobre la vigilancia, se ha convertido en una profunda reflexión sobre los principios de la igualdad laboral, los efectos históricos de la esclavitud y la diversidad y la inclusión en cosméticos. La atención renovada en asuntos raciales ha tenido un efecto dominó, que se ha visto reflejada en una percepción negativa de los productos para blanquear la piel, por ejemplo. Sin embargo ha crecido el interés por conocer el porcentaje de negros, indígenas y personas de color (BIPOC) con poder de decisión. Las marcas BIPOC están en el centro de atención, al igual que las necesidades de los consumidores no caucásicos. Hoy en día, los consumidores estadounidenses esperan que las empresas se involucren en asuntos relacionados con la igualdad social y racial. Esperan un enfoque transparente y consistente en lugar de una declaración publicada a través de las redes sociales de vez en cuando".

Por todo ello, **CosmoProf North America** es el evento B2B del B2B para los compradores, distribuidores y operadores que piensan en hacer negocios en el país. La feria presencial se llevará a cabo en Las Vegas, del 29 al 31 de agosto de 2021. Y en formato digital, de 7 al 18 de junio de 2021.

