



**CANIPEC**

**Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos  
Asociación Nacional de la Industria de Productos de  
Cuidado Personal y del Hogar, A.C.**

# **INFORME ANUAL 2018**



## MENSAJE DEL PRESIDENTE

Estimados afiliados y socios colaboradores de CANIPEC:

Este 2018 ha dejado una huella importante en el rumbo que esta industria tomará a mediano y largo plazo; se presentaron desafíos en diferentes temas pero también oportunidades en campos de acción del sector cosmético y de cuidado del hogar, aunado al cambio de gobierno que se tuvo en el país y en otras latitudes; sin embargo, esta industria siempre ha mostrado una proactividad y solidez para enfrentar los cambios y seguir generando proyectos que beneficien al consumidor y que fortalezcan al país.

Hubo proyectos que avanzaron muy satisfactoriamente, como fue el caso de aquellos en el área de comercio exterior, donde se mantuvieron los esfuerzos por impulsar alianzas comerciales beneficiosas, destacando la renegociación del TLCAN (ahora llamada T-MEC) en el cual consideramos un caso de éxito el acuerdo alcanzado que se cristalizó en el Anexo específico para los productos Cosméticos, y en el cual los tres países se comprometieron a mantener e implementar las mejores prácticas regulatorias reconocidas.

A nivel local, la balanza comercial del país cerró el 2018 con un déficit de (-) 13,7 millones de dólares, contexto en el cual las industrias representadas por este organismo volvieron a demostrar ser de los eslabones más sólidos en la ecuación general, ostentando un superávit conjunto (sectores del cuidado personal y del hogar; a noviembre 2018) de mil millones de dólares.

Una vez más, nuestros sectores se mantienen positivos en un entorno comercial deficitario a nivel nacional. Pero no sólo desde lo comercial, podemos destacar que este año que concluyó, a su vez, vimos fortalecidos los diversos esfuerzos en pos del bienestar de nuestros consumidores y el pueblo mexicano en general, tanto desde los programas de educación al consumidor como Belleza y Bienestar y Cuidando tu Hogar, a través de los que pudo llevarse información valiosa a casi cuarenta millones de usuarios, como desde Luzca Bien... Siéntase Mejor, con el que se llevó talleres de autoestima y maquillaje a ya un millar y medio de mujeres cursando sus tratamientos oncológicos en el país.

Nos da gusto que a través de los años nuestro sector se reafirma como punta de lanza, comprometido y en franco crecimiento -como confirma la balanza superavitaria- y comprometido con el bienestar social, lo cual demostramos a través de nuestros programas de Responsabilidad Social, como el Código de Autorregulación Ética Publicitaria (COSMEP), programas de educación al consumidor (como Belleza y Bienestar y Cuidando tu Hogar) y Luzca Bien... Siéntase Mejor los cuales acreditamos por medio del distintivo de CEMEFI como un organismo promotor de la "Responsabilidad Social Empresarial" y sumado a todo esto a CANIPEC se le otorgó el honor de presidir la Comisión de Responsabilidad Social de la Confederación de Cámaras Industriales de México (CONCAMIN), ratificando la relevancia de nuestro rol en la materia. Por supuesto, nada de esto sería posible sin el apoyo de los afiliados y socios colaboradores, y en particular de las personas que han dedicado y brindado a esta organización su tiempo, conocimiento y experiencias.

Por esto queremos agradecerles la confianza, comprometiéndonos en mantener esta industria líder y en constante evolución, como una entidad que aboga por el bien del consumidor, su entorno, la competitividad y la generación de nuevas ideas que fortalezcan a este sector y al país.



**Enrique Castro Ascencio**  
Presidente

## INTRODUCCIÓN

El presente informe anual busca resaltar las actividades destacadas de CANIPEC durante el 2018, dando cuenta de los avances, proyectos y logros obtenidos, con independencia de otros proyectos que por razones de espacio no fue posible plasmar en el presente documento.

Varias de las actividades han tenido una interrelación a través del tiempo, ya sea por haber iniciado años atrás, o bien porque estemos poniendo ahora el primer ladrillo de un proyecto que esperamos se consolide o se fortalezca más adelante.

Durante este 2018 los proyectos fueron variados, abordados sobre una estrategia trienal para encarar los desafíos del consumidor, el mercado y del entorno de la mejor forma posible; tal fue el caso del fortalecimiento de las campañas enfocada al consumidor como Belleza y Bienestar, Cuidando tu Hogar, Luzca Bien... Siéntase Mejor o bien trabajando en los acuerdos internacionales para potenciar el comercio exterior del país, fomentar mayor inversión y con ello empleos.

Se tuvieron en cuenta los diversos cambios vividos, tanto a nivel local como global, a los cuales CANIPEC se adaptó para optimizar sus esfuerzos siempre a favor del bienestar de la sociedad y del país con un enfoque sustentable pero sobre todo en un margo de responsabilidad social empresarial.

Se espera que lo anterior ofrezca un panorama claro sobre el trabajo realizado por CANIPEC y la forma que seguirá desarrollando como Organismo Empresarial cuyos logros concretados en esta etapa sienten una base firme para los siguientes pasos que seguramente auguran una industria cada vez más fortalecida.



# CANIPEC

## TEMAS EN EL 2018

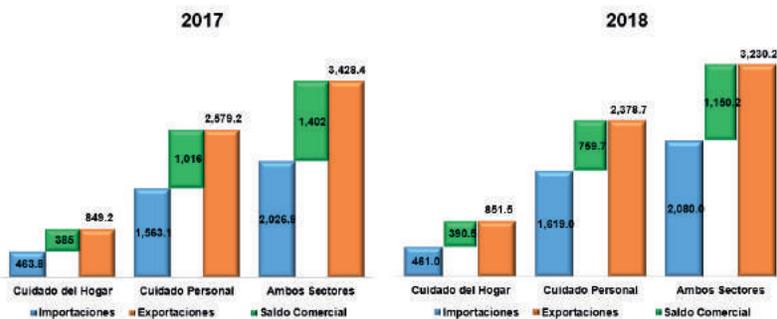
1. Comercio Exterior
  - 1.a. Cifras del sector
  - 1.b. Acuerdo Comercial México/EUA/Canadá
  - 1.c. Alianza del Pacífico
2. Responsabilidad Social
  - 2.a. Belleza y Bienestar
  - 2.b. Proyecto de educación al consumidor – Cuidado del Hogar
  - 2.c. Código COSMEP como base para LATAM
  - 2.d. Expansión del programa Luzca Bien... Siéntase Mejor
  - 2.e. Distintivo Organismo Promotor ESR 2018
3. Regulatorio
  - 3.a. Cuidado del Hogar
  - 3.b. Temas en común Cuidado del Hogar y Cuidado Personal
  - 3.c. Cuidado Personal
  - 3.d. Eventos y Capacitaciones
4. Publicidad
  4. Foro de publicidad interactivo con autoridades
5. Medio Ambiente
  - 5.a. Foro Internacional “La sustentabilidad de los cosméticos y productos de aseo”
  - 5.b. Taller de GHS
  - 5.c. Sesión de preguntas y respuestas de la NOM-018-STPS-2015
  - 5.d. Taller de legislación ambiental aplicable a la CdMx
  - 5.e. Participación del INECC en Grupo de Trabajo de Sustancias Químicas - CANIPEC
6. Posicionamiento
  - 6.a. Comisión de Relaciones con Gobierno
  - 6.b. Estrategia de Relaciones Públicas
  - 6.c. Posicionamiento interno
  - 6.d. Representación internacional
7. Servicios
  - 7.a. Programa de Desarrollo Profesional
8. Fortalecimiento interno
  - 8.a. Nuevos afiliados

## 1. COMERCIO EXTERIOR

### 1.a. CIFRAS DEL SECTOR

El desempeño del comercio exterior del sector, continúa con una dinámica positiva para la industria nacional, con una balanza comercial superavitaria en ambos sectores, en conjunto el superávit se encuentra por arriba de \$1,159 MDD; cabe señalar que para el caso del sector del cuidado personal el saldo comercial a favor tuvo una disminución con respecto a 2017 de 256.8 MDD y para el caso del cuidado del hogar, un incremento de 15.5 MDD, continuando con una racha a la alza

**Balanza comercial del sector del cuidado del hogar y personal Enero-Diciembre 2017 y 2018 en MDD.**



Fuente: Elaborada por CANIPEC con datos del SIAVI y el SAT

El desempeño por categorías del sector se ve reflejado de la siguiente manera:

TOP 3 DE EXPORTACIÓN	TOP 3 DE IMPORTACIÓN	TOP 3 DE EXPORTACIÓN	TOP 3 DE IMPORTACIÓN
Navajas y máquinas de afeitar. (481.4 MDD)	Preparación para maquillaje. (353.7 MDD)	Aromatizantes y desodorantes ambientales. (229.9 MDD)	Limpiadores de superficies. (103.5 MDD)
Preparaciones Capilares. (399.5 MDD)	Aguas de tocador. (188 MDD)	Blanqueadores y desinfectantes. (181.2 MDD)	Blanqueadores y desinfectantes. (60.9 MDD)
Dentífricos. (276.3 MDD)	Hojas para maquinilla de afeitar. (149.9 MDD)	Limpiadores de superficies. (137 MDD)	Aromatizantes y desodorantes ambientales. (58.4 MDD)

### 1.b. ACUERDO COMERCIAL ENTRE MÉXICO, ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ (USMCA/T-MEC)

El Acuerdo Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), que sustituirá al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) vigente desde 1994. fue firmado el pasado 30 de noviembre en el marco de la cumbre del Grupo de los 20 (G20) que se celebró en

Buenos Aires, Argentina. Un tratado que es resultado de la voluntad política, la visión y la flexibilidad que mostraron los equipos negociadores de los tres países con el fin de mantener el carácter trilateral del mismo. El acuerdo logrado en materia comercial incorpora nuevas disposiciones y capítulos que contribuirán a hacer el comercio en América del Norte más inclusivo, facilitando la participación de emprendedores y pequeñas y medianas empresas, y también más responsable con el medio ambiente y con la sociedad, fortaleciendo la protección a los trabajadores y el compromiso con el combate a la corrupción. Asimismo, incorpora nuevas disposiciones que fortalecen la plataforma industrial de América del Norte y garantizan que el comercio entre los tres países sea más sencillo y predecible.



Por otro lado, y gracias a una excelente labor de nuestras autoridades y bajo una visión de profundización en la relación y mejor aprovechamiento de este tratado, nuestra industria propuso un anexo sectorial para productos cosméticos, que tendrá como beneficio el aumento en la competitividad de la cadena de valor; dicha propuesta se encuentra basada en la adopción de las mejores prácticas internacionales, tales como:

- Regulación de los productos cosméticos, basado en riesgo.
- Evitar duplicidad de requisitos regulatorios.
- Aumento en la competitividad de la cadena de valor.
- Fortalecimiento de un esquema de vigilancia en el mercado.



### 1.c. ALIANZA DEL PACÍFICO

CANIPEC en coordinación con las autoridades de la Secretaría de Economía y los miembros del Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (CASIC), llevó a cabo a lo largo del año una intensa labor ante las autoridades de comercio del Subgrupo de Eliminación de Obstáculos Técnicos de Comercio/Cooperación Regulatoria. Dicho Subgrupo se

reunió a analizar los sectores próximos a negociarse y mediante la recopilación de la información solicitada y el excelente esquema de colaboración entre las Cámaras de los países miembros del sector en AP y CANIPEC, finalmente el pasado 7 de noviembre de 2018, las autoridades de la Alianza del Pacífico seleccionaron al sector de Aseo Doméstico como próximo a negociar, siendo éste un gran logro para nuestra industria. Esta selección permitirá impulsar la implementación de las mejores prácticas internacionales y un mejor control en el mercado de los productos de aseo doméstico.

## 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL

### 2.a. Belleza y Bienestar

En 2018 **Belleza y Bienestar** cumplió 2 años, siendo el **programa de educación al consumidor** que busca hacer crecer el consumo general de productos de cuidado personal en México, así como informar al consumidor de manera rápida y confiable sobre tips de belleza, tendencias, consumo informado, eliminar mitos o barreras de consumo y recomendaciones para el uso correcto de productos, que le ayuden a realizar una compra informada.

La campaña se desarrolla principalmente en digital por medio del sitio Belleza y Bienestar el cual ha evolucionado (<https://bellezabienestar.org/>) para dar una mejor experiencia y navegación al usuario; de igual forma para fortalecer nuestra estrategia en redes sociales migramos el Facebook para poder alcanzar a más personas y mejorar el nivel de engagement (**@BellezayBienestarCanipe**c). El contenido que ofrece la página web se ha convertido en un referente informativo y de consulta para el público, así como para medios de comunicación, bloggers y microinfluencers.



Durante este segundo año se generó un interés creciente de los consumidores por conocer los beneficios e ingredientes de los productos, así como en adquirir dichos productos; incluso algunos usuarios manifestaron agradecimiento por la información que se les brinda e interés en

diversos productos de cuidado personal a partir de la información que encontraron en el sitio del programa. Otro factor que destacar son los insights que arrojan las encuestas de Twitter, las cuales nos son muy útiles al momento de conocer intereses, hábitos de consumo y uso, por parte del consumidor.

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

- Alcance logrado: **36.53 millones de impactos en este segundo año.**
- Se generaron más de **2 millones de interacciones** de los usuarios lo que es un excelente resultado considerando que CANIPEC continúa posicionándose con los consumidores
- Los resultados de las plataformas digitales fueron muy satisfactorios, ya que el sitio generó un total de **240,000 usuarios**, por otro lado, se observó que los usuarios navegan un promedio de 2:47 min. cada vez que entran al sitio, lo que claramente indica que leen más de un contenido.

El video se posiciona como el formato preferido de los usuarios, nuestro tiempo de reproducción promedio es de 1:46 min y hemos tenido un total de 257,100 reproducciones, es por eso que para el tercer año del programa invertiremos más en este formato.

Adicionalmente, se realizaron **actividades de Relaciones Públicas**, con el fin de que los consumidores conocieran el Programa Belleza y Bienestar por medios tradicionales (TV, radio, revistas, etc.), las cuales **lograron un alcance de 21.6 millones de personas** y colaboraciones con medios como U Ponte fit, Glamour TV, Tu casa TV, El Grafico, Beauty Effect, Marie Claire, Fernanda, Instyle, La Crónica, Nueva Mujer, Mujer de 10, entre otras. Las colaboraciones se centran en la publicación de contenidos desarrollados por CANIPEC así como entrevistas. Se realizó un taller de Bloggers e influencers con el objetivo de generar publicaciones orgánicas y conocerlos más a fondo, para así seleccionar los perfiles ideales con los que trabajaremos en acciones futuras.

Tras estos resultados, el objetivo a largo plazo es que el Programa continúe evolucionando hacia un **mayor engagement con el consumidor**, a efecto de **volver a CANIPEC el referente por excelencia** de información fidedigna de productos de cuidado personal que detone confianza y, por tanto, un crecimiento de consumo de los productos que ofrece este sector, así como fortalecer la cultura de consumo informado que ahora más que nunca estreche las sinergias con autoridades, instituciones y medios de comunicación.

## 2.b. Programa de educación al consumidor Cuidando tu Hogar

El Programa de Educación al consumidor “Cuidando tu hogar”, lleva ya casi un año, en el cual se desarrollaron contenidos mensuales, con el fin de impulsar un consumo informado y responsable de los productos y categorías que esta industria ofrece. El Programa está enfocado principalmente a:

1. Fomentar el uso de productos adquiridos en el mercado formal y evitar el relleno
2. Promover el conocimiento y uso adecuado de los productos mediante la página web: [www.canipec.org.mx/cuidando-tu-hogar](http://www.canipec.org.mx/cuidando-tu-hogar) y claro mediante el uso de las redes sociales de CANIPEC Mx

Los números logrados en su primer año son dignos de resaltarse ya que se todo alcance e interacción lograda con el consumidor fueron meramente orgánicos. El programa logro un impacto total de: 16,500, haciendo uso únicamente de Facebook (CanipexMx) y la página digital (<http://canipec.org.mx/cuidando-tu-hogar/>), en la página web tenemos registradas 3,400 sesiones una duración media de la sesión de 02:13 min. Números bastante positivos tomando en cuenta que solamente se realizan dos publicaciones mensuales y la inversión para pauta es de \$0.00. Como futuras acciones es indispensable definir los objetivos del programa para poder impulsarlo y diseñar una estrategia más detallada.

## 2.c. Código COSMEP

Dando seguimiento y cumplimiento del Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos y Productos de Aseo del Hogar (COSMEP), se realizó la revisión bianual del mismo, con el fin de perfeccionar su desempeño y cumplimiento, así como garantizar que la industria de productos de cuidado personal y de aseo del hogar con el fin de diferenciarnos y ofrecer a la sociedad sólidos principios éticos actuales con el compromiso de que la publicidad sea legal, respetuosa, digna, veraz y comprobable, a fin de que no sea engañosa o abusiva.

Por lo anterior, en 2018 trabajamos para que el Código COSMEP y su Reglamento se fortalecieran con el objetivo de concientizar a las autoridades sobre el valor agregado que las empresas adherentes brindan, al difundir una publicidad responsable. Asimismo, en coadyuvancia con las mismas, hemos logrado resultados positivos por medio de acciones preventivas, como las mesas de trabajo multidisciplinarias, el Reporte COSMEP que nos permite impulsar la diferenciación de las empresas autorreguladas,

talleres con las autoridades que han ayudado a resolver inquietudes de manera directa, así como intercambiar información y conocimiento con las autoridades, entre otras. Al mismo tiempo, consideramos una gran oportunidad evidenciar el compromiso y la labor que las empresas autorreguladas realizan, dado el momento político que estamos viviendo.

En este sentido y caminando hacia una nueva etapa de fortalecimiento, se aprobó por el Consejo Directivo la modificación del Reglamento, ya que por medio de que las empresas adherentes dan respuesta a los “Informes de Monitoreo COSMEP”, se robustece la credibilidad en la autorregulación pues podemos mostrar a la autoridad un reporte estadístico de respuesta y modificaciones a la publicidad, lo cual reitera la responsabilidad y compromiso de dichas empresas con el consumidor así como con una competencia justa.

## 2. d. Expansión del programa Luzca Bien... Siéntase Mejor

En 2018 y como parte de la estrategia de crecimiento del programa se concretaron alianzas clave:

- La formalización a través de un convenio de colaboración con **Fundación ASBIS**, con la que se viene trabajando hace más de media década.
- Con **ISSSTE Zaragoza**, como parte de la alianza ya mencionada con Fundación ASBIS, para la realización de talleres en dicha institución.
- Con **Hospital ABC**: con el mismo objetivo.

**Evento Benéfico**  
luzca bien  
siéntase mejor  
este 4 de octubre  
19hs  
Salón Fuente  
Lago de Chapultepec  
Ciudad de México

CANIPEC

En alianza con

Con el apoyo de

Conducción: Laura Luz

Logos of sponsors: Amway, AVON, BDF Beiersdorf, GRISI, BASF, Johnson & Johnson, AMRET, ANTERA, zermat, alberto rega, Pierre Fabre, Hacla, natura, Vitro, ASPIDPRO, arabela, CRODA, L'ORÉAL, sintoquim, Unilever.

Todo esto, por supuesto, sin dejar de cumplir con los compromisos ya adquiridos con **INCan, Fundación IMSS y la UNEME-DEDICAM de la Secretaría de Salud de Querétaro**. Gracias a los talleres realizados con las organizaciones citadas se logró alcanzar a **435 pacientes durante el 2018, que nos permitió alcanzar un acumulado de 1452 mujeres apoyadas desde el comienzo del programa**.

A su vez, como parte de la campaña de difusión, se desarrolló una nueva imagen institucional LBSM, a efectos de fortalecer la identidad del programa, que nos permite seguir posicionándolo y mantener el ritmo de crecimiento sostenido que ha ostentado hasta ahora.

Asimismo, en octubre se realizó el Evento Anual **Luzca Bien...Siéntase Mejor**, donde se compartieron los resultados del programa, se compartió con los diferentes actores del mismo, se disfrutó de un desfile de modas donde participaron incluso mujeres asistentes a los talleres, se contó con el apoyo de grandes actores del sector, como **Amway, AVON, BDF, Grisi**, entre otras.



Pero además del apoyo al evento, se distinguió el aporte destacado de diferentes empresas en distintas áreas del programa LBSM, entre las cuales están: **AVON, Grisi, L'Oréal y Zermat**. A estas cuatro y todas las que brindaron su colaboración para que este programa siga creciendo: ¡muchas gracias!

### 2.e. Distintivo Organismo Promotor ESR 2018

Confirmando el enfoque de RSE, en 2018 **CANIPEC se hizo acreedor por segunda vez consecutiva al distintivo Organismo Promotor ESR**, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) a las organizaciones que demuestren esfuerzos significativos en pos de la responsabilidad social, fruto del compromiso que esta cámara sigue demostrando para con la RSE.

## 3. REGULATORIO

### 3.a. Cuidado del Hogar

#### a) Norma Oficial Mexicana NOM-189-SSA1/SC-FI-2018, Productos y servicios. Etiquetado y envasado para productos de aseo de uso doméstico.

Durante el 2018 trabajamos en conjunto con COFEPRIS y organismos empresariales para poder publicar a consulta pública el proyecto de actualización de la NOM, que con gran compromiso y soporte logramos concluir. La NOM fue publicada en su versión final el 13 de diciembre de 2018, otorgando un plazo de 12 meses para su entrada en Vigor el próximo 13 de diciembre de 2019.

#### b) Puntos de negociación de Alianza Pacífico para la conformación del Anexo de Aseo doméstico.

Se logró acordar y definir los puntos de interés de la industria para la adopción de mejores prácticas regulatorias para los productos de Aseo doméstico, mismas que fueron presentadas para la valoración de las autoridades y tomaran la decisión de ser el siguiente sector para negociar dentro de la Alianza.

#### c) Comité Técnico de Normalización de la Industria Química

Dentro del comité trabajamos en la ratificación de las NMX

- ° NMX-K-281-CNCP-2017 Concentración de hipoclorito de sodio en solución - Método de prueba
- ° NMX-K-282-CNCP-2017 Determinación de hidróxidos y carbonatos en soluciones de hipoclorito de sodio - Método de prueba
- ° NMX-K-283-CNCP-2017 Determinación de cloratos en soluciones de hipoclorito de sodio - Método de prueba
- ° NMX-K-284-CNCP-2017 Determinación de hierro en soluciones de hipoclorito de sodio - Método de prueba
- ° NMX-K-494-CNCP-2017 Aceite de pino - Determinación de cromatografía de alcoholes terpénicos - Método de prueba
- ° NMX-Q-007-CNCP-2017 Blanqueador de ropa a base de hipoclorito de sodio - Especificaciones y métodos de prueba

#### d) ISO TC 91 "Surface active agents"

Como Asociación nos suscribimos al Comité espejo ISO TC 91 como miembros observadores, esto con el objetivo de poder contar con la información y actualización de los estándares internacionales en la materia, así como evaluar la aplicabilidad de estas en el sector en México.

### 3.b. Temas comunes cuidado del hogar y cuidado personal

#### a) Reconocimiento de las pruebas alternativas para la evaluación de la seguridad.

Se concluyeron y enviaron a COFEPRIS para su análisis los trabajos siguientes anteproyectos:

- Propuesta de actualización del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios
- PROY-NOM Evaluación de la seguridad de productos cosméticos.
- Propuesta de compendio de métodos alternativos.

#### b) Programa de revisión de altas de producto

Se llevó a cabo por segundo año consecutivo el proyecto de revisión de altas de productos en la base de datos de COFEPRIS con 15 empresas del sector.

#### c) Digitalización de trámites

Se organizaron en conjunto con la COFEPRIS capacitaciones para la industria del cuidado personal y del hogar para el alta y uso de la RUPA y con ello preparar planes piloto para iniciar la digitalización de trámites como el alta de producto y los CLV's.

#### d) CANITECA Biblioteca virtual

Se consolidó la formación de la plataforma de consulta para los afiliados, con el objetivo de acercarles información útil que pueda apoyarlos con dudas puntuales y orientación.

### 3.c. Cuidado Personal

#### a) Actualización por el que se determinan las sustancias prohibidas y restringidas para cosméticos.

Se apoyó a la autoridad para presentar la evaluación de impacto regulatorio, se espera en cuanto sea aprobado por la Comisión de Mejora Regulatoria (CONAMER), el proyecto pueda ser publicado en el Diario Oficial.

#### b) Programa de atención a trámites prioritarios y con rezago

A lo largo del 2018 se tuvo la participación en 3 rondas de atención a trámites prioritarios y de rezago, el cual logró solventar el 98% de los casos llevados con la autoridad.

#### c) Comité Técnico de Normalización de la Industria Química

Se concluyeron los trabajos de actualización del PROY-NMX-Q-003-CNCP-2016 - Jabón de tocador - Especificaciones y métodos de prueba. Esta NMX se encuentra pendiente de ser publicada en el Diario Oficial para su entrada en vigor.

#### d) Ajuste normativo de dispositivos médicos (Diferenciación productos de bajo riesgo)

Se participó en los Grupos Técnicos de actualización de las NOM's de tecnovigilancia y Buenas Prácticas de Fabricación de Dispositivos Médicos, en ambas se han concluido las versiones de actualización que estarán sujetas a comentarios cuando salgan a consulta pública.

#### e) Capacitación de COFEPRIS a CANIPEC en materia de Tecnovigilancia

En la última sesión de la Comisión de Asuntos Regulatorios, el Q. Salvador Ruiz Responsable de Tecnovigilancia en COFEPRIS nos impartió las perspectivas y cambios propuestos en la actualización de la NOM de tecnovigilancia, y cómo aplica para nuestro sector con los productos higiénicos.

### 3.d. Eventos y Capacitaciones

#### a) Cosmetic Technical/ Regulatory Forum de la Independent Cosmectic Manufacturers and Distributors (ICMAD) 13 y 14 de febrero 2018.

CANIPEC participó llevando temas de la conformación del mercado mexicano y de Latinoamérica, así como los marcos regulatorios de la región.

#### b) Encuentro estratégico COFEPRIS- CANIPEC 14 de mayo 2018

Se sostuvo un encuentro exitoso entre los afiliados y la autoridad sanitaria (COFEPRIS), Secretaría de Economía, PROMEXICO y el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior (COMCE) en donde se expusieron e intercambiaron opiniones sobre los siguientes pilares:

- Visión conjunta de este sector como estratégico para el país
- Futuro de la relación autoridad-industria
- Convergencia regulatoria en las Negociaciones Internacionales: TLCAN, Alianza Pacífico, Panamá



c) **3º Ciclo de Conferencias Modulares de Aseguramiento de Calidad en la Industria Químico Farmacéutica, UAM-Xochimilco 12 de julio 2018**

CANIPEC impartió la conferencia: Normalización de Buenas Prácticas de Fabricación para Cosméticos.

d) **Expo Cosmética 8 y 9 de agosto 2018**

CANIPEC participó brindando la charla "Tendencias regulatorias del sector; una mirada al futuro"

e) **9º Seminario Internacional la ciencia detrás de los cosméticos "Traspassando fronteras: Regulación y tendencias" 22 y 23 de octubre 2018**

Se llevó a cabo con éxito la novena edición del Seminario Internacional, teniendo gran participación de la industria afiliada y no afiliada.

Se abordaron diferentes regiones del mundo, ahondando en los marcos y requisitos regulatorios para acceder a los países, así como las diferentes tendencias en innovación y productos.

Se contó con la participación de COFEPRIS, CONCAMIN, COSMETICS EUROPE, CASIC, CASECOS, representación de PCPC y ponentes nacionales e internacionales de industria. fortaleciendo con esto el compromiso con la industria al contar con información actualizada y que nos ayude a contribuir y mejorar el ambiente para el desarrollo de las empresas en México y su gran actividad comercial a nacional e internacional.



## PUBLICIDAD

### 4.a. FORO DE PUBLICIDAD INTERACTIVO CON AUTORIDADES

En el Foro de Publicidad Interactivo con Autoridades organizado por CANIPEC en la Ciudad de México, el 28 de febrero de 2018, se sostuvo un diálogo con las autoridades con el fin de intercambiar y alinear criterios en materia de publicidad. Dicho Foro contó con la relevante participación de COFEPRIS y PROFECO, autoridades que tienen injerencia en la regulación publicitaria y de promoción.

El evento fue fructífero y enriquecedor para ambas partes pues se expusieron las preocupaciones de la industria, así como las inquietudes de la autoridad en materia publicitaria lo cual propició que las empresas adherentes tomaran los puntos de vista de la autoridad y, por parte de la autoridad, percibieron que la industria está comprometida con la autorregulación publicitaria y sus beneficios sociales.



## 5. MEDIO AMBIENTE

### 5.a. CANIPEC celebra el primer Foro Internacional "La sustentabilidad de los cosméticos y productos de aseo"

El jueves 8 de noviembre 2018 se llevó a cabo el primer Foro Internacional de Sustentabilidad CANIPEC-SEMARNAT, donde se debatió sobre las tendencias y desafíos que existen en materia de sustentabilidad y sirvió a las empresas como medio de difusión para analizar, actualizar, reflexionar e intercambiar información sobre la importancia y los esfuerzos necesarios para promover modelos de negocios sustentables y estrategias empresariales competitivas.

Durante el evento se contó con la presencia de Jorge Carlos Hurtado Valdez, Subsecretario de Fomento y Normatividad Ambiental, de Enrique Castro Ascencio, presidente de CANIPEC acompañados de Fernando Alarcón Urueta, presidente de la Comisión de Sustentabilidad CANIPEC, quienes se sumaron en apoyo a este foro para compartir y promover mejores prácticas sustentables.

El objetivo de este foro es identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas de la industria, así como reunir expertos nacionales e internacionales en temas de sustentabilidad para promover la producción y el consumo sustentable, como desarrollo del sector competitivo en México.

Además, en el evento se reconoció a las empresas participantes y los ponentes sobre las prácticas que las empresas están realizando para promover un consumo consciente sustentable considerando los hábitos y estilos de vida de los consumidores y posicionarse en el sector de producción de consumo sustentable, presentando los avances e iniciativas. Los temas reforzados durante el evento destacaron la importancia de la sustentabilidad en la decisión de compra del consumidor, sustentabilidad en la industria de productos de cuidado personal y de productos de cuidado del hogar.

En las palabras de bienvenida Enrique Castro Ascencio, presidente de CANIPEC sobre el foro, comentó: *“La sustentabilidad es muy importante para la industria que representa la CANIPEC, las empresas somos sensibles a los problemas ambientales, como la escasez de los recursos, el calentamiento global y las crisis hídricas, por men-*

*cionar algunas. El enfoque del foro se basa en el objetivo de desarrollo sostenible, producción y consumo responsable de los objetivos definidos por las Naciones Unidas; el foro también aborda los temas de consumo sustentable donde el comportamiento del consumidor influye directa e indirectamente en la decisión de compra.”*

Desde CANIPEC se aportan más elementos a las empresas para la inserción en este entorno sustentable, mejorar las prácticas que los proveedores estén realizando para promover un consumo consciente considerando los hábitos y estilos de vida de los consumidores y posicionarse en el sector de producción de consumo sustentable, presentando los avances e iniciativas.

### 5.b. Taller de GHS

En el mes de marzo se llevó a cabo el Taller Teórico-práctico del Sistema Globalmente Armonizado “GHS” sobre los Criterios y conocimientos para elaboración de Hojas de datos de Seguridad y etiquetado de las sustancias químicas peligrosas siendo ésta la séptima edición del taller.

Este taller tuvo el propósito de brindar información a las empresas que manejan sustancias químicas peligrosas en los centros de trabajo y dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la NOM-018-STPS-2015, misma que entró en vigor el pasado mes de octubre del 2018.

### 5.c. Sesión de Preguntas y Respuestas sobre la NOM-018-STPS-2015

Con motivo de la entrada en vigor de la NOM-018-STPS-2015 “Sistema armonizado para la identificación y comunicación de peligros y riesgos por sustancias químicas peligrosas en los centros de trabajo” y con el objetivo de dar cumplimiento a los requisitos que establece la norma, el pasado 13 de septiembre de 2018 se llevó a cabo una Sesión de preguntas y respuestas, contando con la valiosa participación del personal de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social aclarando las dudas que tenían las empresas que participaron. En la sesión participaron aquellas empresas que ya se encuentran en la fase de implementación de la norma.



## 5.d. Taller de Legislación Ambiental aplicable a la CDMX

El día 24 de mayo de 2018 se llevó a cabo el “Taller de difusión de la normatividad ambiental aplicable a fuentes fijas en la Ciudad de México” con el objetivo de difundir la normatividad que deben cumplir las industrias de jurisdicción de la CDMX y conocer los beneficios que pueden derivar del cumplimiento de la misma.

El taller fue impartido por personal de la Secretaría de Medio Ambiente de la CDMX y estuvo dirigido específicamente a las empresas de la industria del cuidado personal y del hogar y los temas abordados fueron relacionados al cumplimiento de aspectos ambientales en materia de emisiones, residuos, y agua, así como de los incentivos fiscales existentes.

## 5.e. Participación del INECC en Grupo de Trabajo de Sustancias Químicas - CANIPEC

La industria del cuidado personal y del hogar comprometida con el cuidado del medio ambiente y el uso y disposición sustentable de las sustancias químicas, en el mes de noviembre llevó a cabo la Reunión del Grupo de Trabajo de Sustancias Químicas en la cual se contó con la participación de la Coordinación General de Contaminación y Salud Ambiental INECC-SEMARNAT para explicar a las empresas y dar a conocer los Lineamientos para el uso del Catálogo Nacional de Sustancias Químicas con fines estadísticos y geográficos y el Perfil Nacional de Sustancias Químicas.

## 6. POSICIONAMIENTO

### 6.a. Comisión de Relaciones con Gobierno

Durante 2018, se llevaron a cabo 8 sesiones de la Comisión de Relaciones con Gobierno, en donde se presentaron, analizaron y se creó una estrategia para las iniciativas en materia de salud, de sustentabilidad y medio ambiente, así como comerciales.

En temas comerciales, se analizaron 9 iniciativas aproximadamente, y entre los temas que destacan, se encuentra Comercio Electrónico pues se participó activamente en una propuesta puntual y robusta en el marco de la renegociación del TLCAN (ahora T-MEC) y se colaboró de manera proactiva en las mesas de trabajo de la realización del proyecto de Norma Mexicana buscando fortalecer la protección al consumidor y que existan las mismas condiciones y regulaciones para todos los canales de venta.

Asimismo, se colaboró en la revisión del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor con el fin de que las reformas realizadas a dicha Ley sean reglamentadas y exista una mayor claridad para los consumidores.

En materia de regulación sanitaria, se lograron monitorear y trabajar aproximadamente 11 iniciativas legislativas relacionadas con temas como prohibición de microplásticos en los cosméticos, reconocimiento de la salud bucodental como pilar fundamental para la salud, así como 2 temas que se destacan a continuación:

- 1) **Mejora al marco regulatorio de dispositivos médicos** (apertura a mejor regulación para productos higiénicos), la cual se colaboró en conjunto con el presidente de la Comisión de Salud de la Cámara de diputados para reforzar la propuesta.
- 2) **Ley de sanidad animal**, en este contexto se brindó información a los promoventes a fin de mostrar los avances científicos que la industria ha tenido en el tema y la búsqueda del reconocimiento de los métodos alternativos.
- 3) **Temas ambientales**. Sin duda alguna, los temas de sustentabilidad y medio ambiente fueron de los más abordados, analizando y respondiendo a 30 iniciativas aproximadamente; entre los temas más destacados son los relacionados con residuos, agua y biodiversidad.

Acerca del tema de residuos, derivado de las iniciativas federales y estatales que buscan la prohibición de los plásticos de un solo uso y la implementación de la responsabilidad extendida al productor se realizó un position paper de los impactos a la industria y se llevaron a cabo reuniones de trabajo con aliados estratégicos así como con las autoridades del ejecutivo y el legislativo.

Respecto a las iniciativas en materia de agua, se efectuó un documento de posición abordando los temas clave de una posible Ley General de Agua como son las cuotas de garantía, la concesión de aguas nacionales, la descarga de agua residuales, el uso eficiente del agua.

Y, en relación con la iniciativa del Protocolo de Nagoya, se elaboró un profundo análisis del impacto económico que dicha iniciativa podría generar al sector. También, se trabajó en un documento “dice/debe decir” y se celebraron reuniones con aliados estratégicos como Cámaras, Asociaciones y Legisladores.

Y, en relación con la iniciativa del Protocolo de Nagoya, se elaboró un profundo análisis del impacto económico que dicha iniciativa podría generar al sector. También, se trabajó en un documento “dice/debe decir” y se celebraron reuniones con aliados estratégicos como Cámaras, Asociaciones y Legisladores.

Finalmente, hay que resaltar que se llevaron a cabo importantes acercamientos con autoridades y legisladores, los cuales ayudan a crear sinergias, posicionando a CANIPEC como un organismo altamente responsable y promotor del Estado de Derecho en el País pues resulta fundamental para nuestras actividades el construir y mantener una relación institucional con las autoridades gubernamentales, a fin de generar y consolidar puentes de comunicación en beneficio del consumidor, del sector que representamos y del país.

Por último, se realizó una propuesta robusta en relación al tema de **Comercio Electrónico dentro del Capítulo de Comercio Digital**, abordando dos temas de suma relevancia para el sector: Protección al Consumidor y Responsabilidad ante los consumidores de las compañías de Comercio Electrónico.

## 6.b. Estrategia de Relaciones Públicas

Como en años anteriores, se dirigieron fuertes esfuerzos a la comunicación y Relaciones Públicas, apalancados de la agencia Gravity con quien colaboramos por segundo año consecutivo.

Tomando como referencia los resultados del año anterior se propuso un objetivo por demás ambicioso: un alcance de 100 millones de impactos con un equivalente publicitario de doce millones de pesos.



Con mucho orgullo compartimos que el alcance obtenido a noviembre fue de **188 millones** (88% más de lo esperado) mientras que el ad-equivalence logrado casi duplicó lo esperado, trepando a los **20.4 millones de pesos**. de 2018.

## 6.c. Posicionamiento interno

Para CANIPEC es una prioridad fortalecer nuestro vínculo con nuestra razón de ser, que sin duda es nuestra membresía de este sector, para la que somos un factor de unión. Por ello, durante 2018 se realizaron siete visitas del programa Afiliado quiero conocerte a afiliados que abrieron sus puertas a CANIPEC para que sus equipos de trabajo conozcan la agenda actual y puedan contribuir y beneficiarse de la misma.

Asimismo, tuvimos ediciones exitosas de eventos coyunturales, como el festejo del 40° Aniversario de CANIPEC realizado junto con la Asamblea Ordinaria en marzo, y el Foro Estratégico que se realizó con COFEPRIS durante el mes de mayo, y también tuvimos los eventos que ya son un referente esperado dentro y fuera del sector, como el Seminario Internacional y el Evento Rosa que se vistió de gala con una pasarela de modelos profesionales y victoriosas del cáncer.



Otro aspecto importante que marcó el 2018 es que se tomó una decisión determinante para el futuro operativo y patrimonial de CANIPEC -que sin duda redundará además en un mejor servicio a su afiliación- que fue la firma del contrato para la construcción del nuevo inmueble en el espacio que actualmente ocupa CANIPEC, mismo que podremos utilizar una vez completado y que implicará una transición durante la cual mantendremos sin duda nuestra labor al servicio de este sector.

## 6.d. Representación internacional

Además de fortalecer la presencia mediática y en el top of mind de los consumidores en México y de la vinculación con autoridades, en este 2018 prosiguió en la consolidación de nuestra representación a nivel internacional.

A la presencia habitual de CANIPEC en CASIC (organización que representa las industrias de cosméticos, cuidado personal y cuidado del hogar en Latinoamérica) se sumaron oportunidades de exposición internacional al ser CANIPEC panelista en las dos reuniones de nuestros pares en Estados Unidos para cosméticos (Personal Care Products Council) y para aseo (American Cleaning Institute).

Lo anterior es congruente con el importante rol de México en la zona Latinoamericana como principal exportador de LatAm (y segundo mercado consumidor), como lo es nuestro rol activo en los diálogos mundiales de las industrias que representamos, a saber la Cooperación Internacional entre Asociaciones de la industria Cosmética (IAC) y la Red Internacional de Asociaciones de Productos de Aseo (INCPA) a las cuales CANIPEC pertenece y en cuyas reuniones en Estados Unidos y Canadá participamos en 2018.

Adicionalmente, cabe destacar la participación como conferencista de nuestro Director General en la 10th Conference on Measuring Regulatory Performance de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), organismo de alta relevancia con el que se generó una sinergia sin precedentes.

## 7. SERVICIOS

### 7.a. Programa de desarrollo profesional

Con la finalidad de brindar talento joven a las empresas para el apoyo de nuevos proyectos y actividades en sus distintas áreas, el Programa de Desarrollo Profesional funge como semillero que acerca a los futuros jóvenes profesionistas al sector ofertándoles espacios de capacitación que les permiten obtener conocimientos y herramientas para el desarrollo de nuevas habilidades.

Al 2018, el Programa de Desarrollo Profesional mantuvo la participación activa de 8 empresas participantes dando un total de 47 becarios registrados dentro del programa.

El presupuesto anual 2018 alcanzado a través del Programa de becarios fue de \$702,300.00 superando al año anterior y también el presupuesto proyectado a inicio de 2018.



## 8. FORTALECIMIENTO INTERNO

### 8.a. Nuevas afiliaciones

Finalmente, durante 2018 se sumaron a la familia CANIPEC las siguientes empresas:



# CONSEJO DIRECTIVO 2018

Consejeros Propietarios	Consejeros Suplentes
LIC. VANESSA TORRE VELASCO Clorox México	ING. CARLOS TORRES Amway de México
LIC. ERIC CARDENAS Beiersdorf México	LIC. FERNANDO VALENZUELA Parfumerie Versailles,
LIC. SARA PEREDO RODARTE Natura Cosmetics	Q.F.B. GERARDO MOLINA POLO Aspid
ING. MIGUEL ÁNGEL MARÍN DE LA PARRA Industrias Sintoquim	SRA. ERIKA LUHRS TJERINA Antera,
LIC. JOSE MIGUEL ARELLANO VIVEROS Avon Cosmetics	LIC. MICHELLE SOLANO Estee Lauder México
SR. MAURICIO JUÁREZ MOCTEZUMA Revlon	LIC. ENRIQUE CASTRO ASCENCIO Arabela
LIC. PEDRO HOTH Fedele,	SRA. PAULINA MOLO Edgewell Personal Care
LIC. OSCAR FORTEZA ZELEDÓN Jafra	SRA. MARTHA A. CRAVIOTO RUELAS Glaxosmithkline
LIC. MANUEL SALINAS HENKEL Mexicana	SR. SIMÓN VILLEGAS Cosméticos Trujillo
ING. MISAEL FLORES Zermat Internacional	LIC. FABIÁN FLORES L'Oreal México
C.P. JAVIER ESCORZA Grisi Hnos.	LIC. ANA RAIG Mary Kay Cosmetics de México
SR. CLAUDIO TACCONI BASF Mexicana, S.A. de C.V.	LIC. MAURIN PÉREZ DE LEÓN Unilever de México

Vocales
Q.B.P. NORMA REYES ESPINOSA DE LOS MONTEROS Noregal
LIC. CARLA GARAY Corporativo Procter & Gamble México,
LIC. CARLA LECHEVALIER Combe de México,
SR. RICARDO TRAVASSOS Coty
SR. ALEXANDRE TABUCHI Colgate Palmolive.
QFB. LIZBETH R. RINCÓN Johnson & Johnson
SR. STEPHAN BERGONZI Pierre Fabre de México

Asesor Técnico
ING. GERARD MARTIN LETHUILLIER Parfumes André Villain

## MESA DIRECTIVA 2018

Cargo	Designado	Empresa
Presidente	Enrique Castro	Arabela
Vicepresidente de Canales Especializados	Pedro Hoth	Fedele
Vicepresidente de Asuntos regulatorios	Lisbeth Rincón	Johnson&Johnon
Vicepresidente de OTROS CANALES	SIMON VILLEGAS	COSMÉTICOS TRUJILLO
Vicepresidente de RETAIL	Maurin Pérez de León	Unilever
Tesorero	Javier Escorza	Grisi Hnos.
Secretario	Norma Reyes	Noregal
Vocal	Erika Lürhs	Antera
Vocal	Miguel A. Marín de la P.	Sintoquim
Vocal	Carlos Torres	Amway
VOCAL	FABIAN FLORES	L'OREAL
Vocal	Carla Garay	P&G
Vocal Consejero	José Miguel Arellano	Avon Cosmetics

## **EMPRESAS CANIPEC 2018**

### **VENTA POR RETAIL (30)**

ASPID, S.A. DE C.V.  
BAYER DE MÉXICO SA. DE CV.  
BDF MÉXICO, S.A. DE C.V.  
BELCOMEX, S.A. DE C.V.  
CEYS MEXICANA, S.A. DE C.V.  
CHURCH & DWIGHT, S. DE R.L. DE C.V.  
CLOROX S.A. DE C.V.  
COLGATE PALMOLIVE, S.A. DE C.V.  
COMBE DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
COMERCIALIZADORA AGPA S.A. DE C.V.  
COSMÉTICA, S.A. DE C.V.  
COSMETIS, S.A. DE C.V.  
EDGEWELL PERSONAL CARE MEXICO, S.A. DE C.V.  
FEDELE, S.A. DE C.V.  
FRABEL, S.A. DE C.V.  
GLAXOSMITHKLINE HEALTHCARE MÉXICO, S. DE R.L DE C.V.  
GRISI HNOS., S.A. DE C.V.  
HENKEL CAPITAL, S.A. DE C.V.  
JOHNSON & JOHNSON, S.A. DE C.V.  
KIMBERLY-CLARK DE MÉXICO, S.A. B. DE C.V.  
LAB. DESARROLLOS CIENTIFICOS PEREGRINA, S.A. DE C.V.  
LABORATORIOS AZTECA, S.A. DE C.V.  
LABORATORIOS BIOBEL, S.A de C.V.  
LABORATORIOS EXPANSCIENCE MEXICO, S.A. DE C.V.  
PIERRE FABRE MÉXICO, S.A. DE C.V.  
PROCTER & GAMBLE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.  
REVLON S.A DE C.V.  
SYPHARLAB S.A.P.I. DE C.V.  
UNILEVER DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.

### **VENTA DIRECTA (12)**

AMWAY DE MEXICO, S. DE R. L. DE C. V.  
ARABELA, S.A. DE C.V.  
AVON COSMETICS, S. DE R.L. DE C.V.  
IU COSMETICS, S.A. DE C.V.  
JAFRA COSMETICS, S.A. DE C.V.  
MARY KAY COSMETICS DE MEXICO, S.A. DE C.V.  
NATURA DISTRIBUIDORA DE MEXICO, S.A. DE C.V.  
SEYTU COSMETICA S.A. DE C.V  
STANHOME DE MEXICO, S.A. DE C.V.  
TRANSBEL, S.A. DE C.V. (BELCORP)  
YANMEX S.A. DE C.V.  
ZERMAT INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.

### **VENTA SELECTIVA (5)**

ANTERA, S.A. DE C.V.  
COTY MEXICO, S.A. DE C.V.  
ESTÉE LAUDER COSMETICOS, S.A. DE C.V.  
LVMH PERFUMES Y COSMÉTICOS DE MÉXICO  
PARFUMERIE VERSAILLES, S.A. DE C.V.

### **PROVEEDORES (12)**

BASF MEXICANA, S.A. DE C.V.  
CREACIONES IGUAZU, S.A. DE C.V.  
CRODA MEXICO, S.A. DE C.V.  
DIATOM QUÍMICA MÉXICO S.A. DE C.V.  
DOW QUÍMICA MEXICANA, S.A. DE C.V.  
EUROQUIMICA, S.A. DE C.V.  
HJB QUIMICA INTERNACIONAL  
INDUSTRIAS SINTOQUIM, S.A. DE C.V.  
MERCK S.A. DE C.V.  
NOREGAL S.A. DE C.V.  
SNF FLOERGER DE MÉXICO, S.A DE C.V  
THOR DE MÉXICO S.A. DE C.V.

### **MAQUILADORES (5)**

COLEP, S.A. DE C.V.  
COSMÉTICOS TRUJILLO, S.A. DE C.V.  
FORTALAB, S.A. DE C.V.  
FRANCOBEL COMERCIALIZADORA, S.A. DE C.V.  
SWAN COSMETICS DE MEXICO, S.A. DE C.V.

### **SOCIOS COLABORADORES (8)**

BAKER & MCKENZIE ABOGADOS S.C.  
CONTROL Y DESARROLLO BIOFARMACÉUTICO, S.A.  
TURANZAS, BRAVO & AMBROSI, S.C.  
INSTITUTO MEDICO DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN SALUD SOCIEDAD MEXICANA DE EMERGENCIAS NEUROLÓGICAS S.A. DE C.V.  
ANALISIS Y SERVICIOS DE ASESORÍA PROFESIONAL (ASAP LAB)  
NYCE LABORATORIOS S.C.  
IBS DE MÉXICO S.A. DE C.V.  
LABORATORIOS DE ESPECIALIDADES INMUNOLÓGICAS S.A. DE C.V. (LEI)



# CANIPEC

[www.canipec.org.mx](http://www.canipec.org.mx)

Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y  
Asociación Nacional de la industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar, A.C.



CanipecMX



@CanipecMX

Gabriel Mancera 1134, Col. del Valle, Benito Juárez, 03100. México, CdMx  
+52 (55) 5575-2121

