

Madrid acoge el encuentro por excelencia de la industria beauty de alta gama

[Multimedia](#)

Palacio Beauty reúne en su tercera edición a las principales firmas de belleza de lujo

Elite Excellence-Federación Española del Lujo, anuncia la tercera edición de sus jornadas destinadas a la industria de la cosmética y belleza de lujo: Palacio Beauty 2024. Un encuentro que reúne a las marcas más prestigiosas del sector y que se consolida como el epicentro de la excelencia, proporcionando un espacio único donde presentar sus productos e innovaciones.

Tras el éxito de la primera y segunda edición con más de 2000 visitantes y más de 500 referencias de productos de belleza de alta gama, La Federación se da cita el 8 de abril de 13 h a 21 h y 9 de abril de 10 h a 21 h en el exclusivo Fortuny Home Club.

"La belleza emerge como un bastión fundamental en el panorama del lujo y la alta gama. Su continuo crecimiento y proyección nos dan pistas sobre un futuro cada vez más brillante y, sobre todo, como uno de los principales impulsores de la industria", explica Sandra Andújar, presidenta y fundadora de Elite Excellence-Federación Española de Lujo.

Así, estas jornadas cuentan con la participación de reconocidas marcas como: FAQ Swiss, FOREO, Ladenac, ALQVIMIA, LELO, Vila Hermanos, Hush&Hush, Boutijour, Medik8, Perricone MD, Omorovizca, Byoode, Etnia Cosmetics, Rosalique, Optimum, Ambari Beauty y Beso Beach.

Un sector en constante crecimiento

La industria de la belleza y el autocuidado sigue experimentando un crecimiento constante. De hecho, los consumidores europeos utilizan, en promedio, siete productos cosméticos y de cuidado personal cada día, y casi 13 a la semana.

Este aumento en la demanda ha generado resultados extremadamente positivos, impulsando una tendencia alcista. En 2023, el volumen de facturación a nivel mundial alcanzó los 571 mil millones, y se prevé que en 2027 alcance los 663 mil millones a nivel europeo, con España destacando como un referente en este mercado en crecimiento.

Precisamente, según datos de Stanpa, el sector del cuidado de la piel continúa siendo la categoría más destacada en el mercado, representando el 32% del mismo. Con todo ello, a nivel internacional, los datos reflejan que, en los

próximos años, las cuatro categorías que más van a crecer serán perfumes, maquillaje, cuidado del cabello y cuidado de la piel.

En esta línea, desde ALQVIMIA, especialistas en cosmética natural de lujo aseguran que, en su caso, "lo más demandado son los productos corporales y, en concreto, los aceites. Aunque la industria de facial está ganando cuota de facturación gracias a las últimas incorporaciones de nuevos productos y formulaciones mejoradas en esta categoría".

Conscientes de este crecimiento del mercado de la belleza y la cosmética de lujo, la Federación ha convertido su evento Palacio Beauty en un escaparate idóneo en plena capital española para las marcas de esta industria en constante crecimiento.

"El mercado de alta gama demuestra una notable resiliencia ante las recesiones económicas. Si bien, actualmente, dependemos de los eventos, economía y tendencias que ralentizan o aceleran los mercados, la evolución y el crecimiento sigue siendo ascendente a pesar de los acontecimientos globales", aseguran desde LADENAC.

España, líder internacional en la industria de la belleza

España ha emergido como uno de los principales actores a nivel mundial en la industria de la belleza y el autocuidado, posicionándose entre los diez principales exportadores de productos de este sector. En 2022, las exportaciones españolas en el ámbito de la belleza ascendieron a 6.515 millones de euros, superando a sectores igualmente emblemáticos de la economía como el vino, el calzado y el aceite de oliva.

En esta línea, desde Elite Excellence-Federación Española del Lujo, señalan que, dentro de esta competitiva industria, el segmento premium del mercado de la belleza está experimentando un crecimiento rápido a nivel mundial, especialmente en países como Estados Unidos y China, donde se generan casi la mitad de las ventas mundiales de productos de alta gama.

Con todo ello, jornadas como Palacio Beauty desempeñan un papel fundamental al brindar una destacada visibilidad al sector de la belleza de lujo. Este sector que, no solo es un motor clave para la economía nacional, sino que también desempeña un papel crucial en la generación de empleo.

"En Palacio Beauty, a través de una cuidadosa selección de marcas exclusivas, servicios personalizados y experiencias únicas, hemos establecido un estándar de calidad que continúa atrayendo a los amantes de la belleza más exigentes. Estamos agradecidos por el continuo apoyo de nuestros clientes y socios, y esperamos seguir siendo su destino preferido para descubrir lo último en productos y tratamientos de belleza de lujo", asegura Kevin de Ribes, director de Relaciones Institucionales de Elite Excellence-Federación Española del Lujo.

Tendencias en el sector: innovación, ética y personalización

De esta forma, bajo el marco del Palacio Beauty 2024, Sandra Andújar,

presidenta de Elite Excellence-Federación Española del Lujo, identifica las tendencias que van ganando peso en el dinámico mundo de la belleza y el lujo. Tal y como defiende, estas están cada vez más marcadas por un enfoque ético y científicamente avanzado. "Esto no solo permite mejorar la efectividad de las formulaciones, sino que también amplía el campo de la biotecnología, ofreciendo beneficios tanto para la piel como para el planeta", señala la presidenta.

La demanda de responsabilidad ética en la cosmética va en aumento, está transformando el mercado, colocando la ética en el centro de la belleza. Los consumidores buscan marcas comprometidas con la protección del fondo marino, el reciclaje, el proceso de fabricación y el origen sostenible de las materias primas.

Además, insisten en que la búsqueda del bienestar integral se ha convertido en una prioridad. La tendencia hacia el cuidado holístico del ser humano, comprendido como un todo interconectado, está ganando fuerza. Los consumidores buscan productos y servicios que aborden no solo la apariencia externa, sino también el bienestar físico, mental y emocional.

Y, por último, señala, la tecnología, que está revolucionando la industria favoreciendo niveles de personalización sin precedentes. Gracias a la recopilación de información detallada sobre los clientes, la beauty tech está impulsando la creación de productos y tratamientos adaptados a las necesidades individuales de cada persona.

De hecho, las nuevas tecnologías, como aplicaciones y redes sociales, están aumentando el interés por mejorar la apariencia personal debido a los denominados filtros, que modifican el aspecto físico. Precisamente esto ha resultado en un aumento de operaciones estéticas y cuidados. Una tendencia que, sin embargo, coexiste con un movimiento de aceptación de la propia naturaleza o "Body positive", que alienta a abrazar las imperfecciones y valorar la autenticidad.

"Esta coexistencia revela una compleja dinámica en la percepción de la belleza y el autocuidado en la sociedad actual. A medida que avanzamos, es crucial reconocer y reconciliar estas dos facetas, promoviendo un equilibrio saludable entre la expresión individual y la aceptación de uno mismo", concluye Andújar.
