

**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE



nu-natural concept

nu-natural  concept

NUESTRA MISIÓN Y FILOSOFÍA

Elaborar productos de belleza

que conjugan naturaleza y tecnología en perfecta armonía

Fundado en 1990 en Buenos Aires, Argentina **Biocosmética Exel** es el laboratorio argentino de proyección mundial con más certificaciones internacionales de calidad.

Pionero en la creación de componentes activos para la industria cosmética y farmacéutica, Exel se posiciona ala vanguardia de la dermocosmética, desarrollando formulaciones naturales naturales en combinación con tecnología de punta.



# EL LABORATORIO



Componentes activos, excipientes y vectores patentados

Nanotecnología

GMP, ISO 9000 & ISO 14000

Cruelty Free, no testamos en animales

Mineral Oil Free

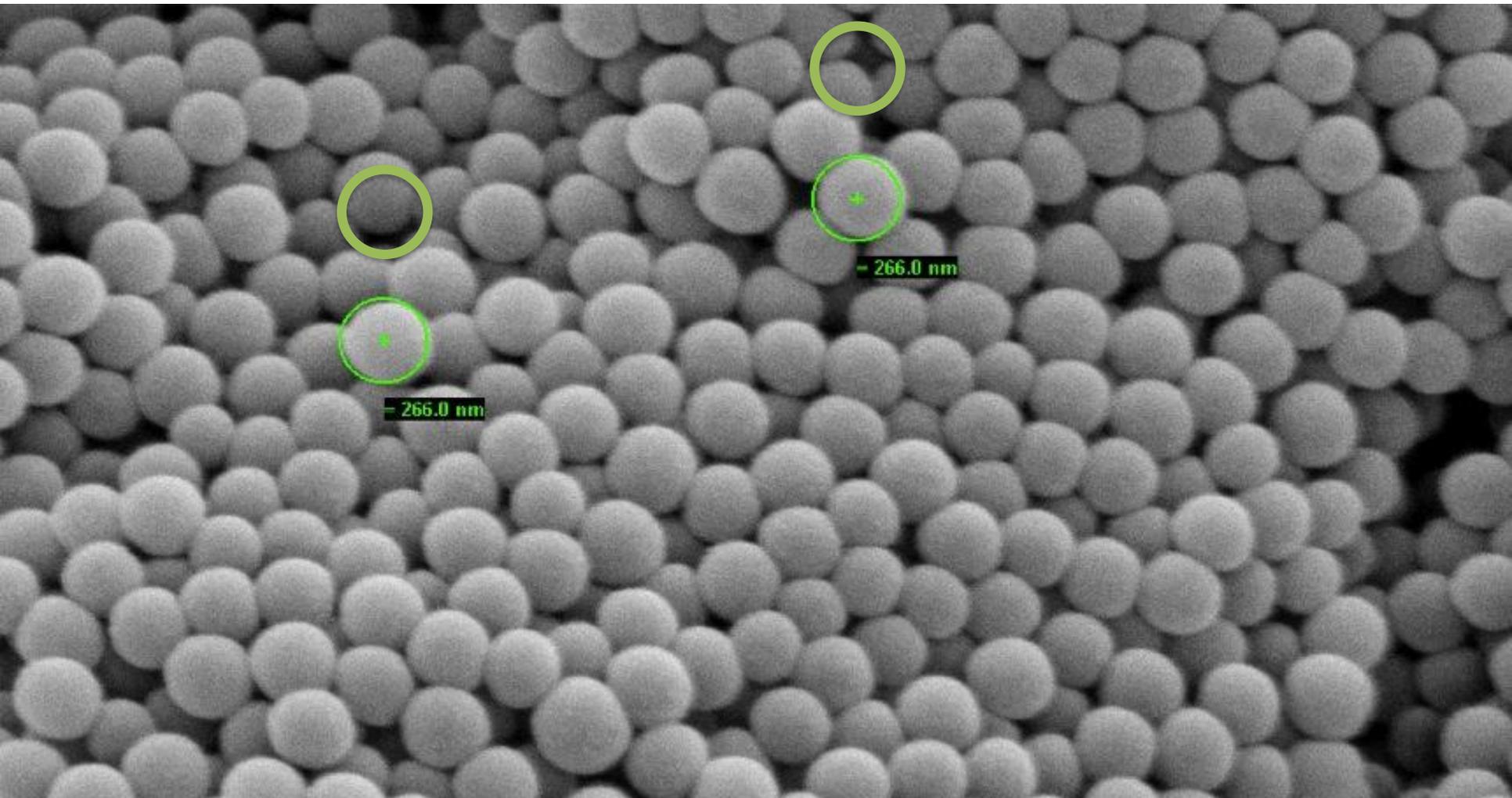
Productos solares OTC

Líneas Paraben Free

Envases reciclables



EL LABORATORIO



## EL LABORATORIO

### INVESTIGACIÓN + INNOVACIÓN + BIOSEGURIDAD



- Productos para el cuidado de la piel
  - Productos para el cuidado capilar
- Componentes activos para la industria cosmética y farmacéutica
- Elaboración de ingredientes activos y formulaciones para otros laboratorios
  - Private label

# TIMELINE



**1990**

Nace Exel de la mano de la **línea de cuidado básico** y una **línea antiage** que aún siguen vigentes.



**1995**

Se crea el área de producción de **materias primas** con hidrolizado de colágeno y activos base para la elaboración de cosméticos.



**2000**

**Exel Institute**. Espacio de capacitación y venta de productos para el mercado profesional.



**2005**

Se lanza el **Gel Biológico de ADN**, producto revolucionario en la cosmética profesional, inspiración para otras compañías en el futuro.



**2007**

**Programa de Renovación Celular**, un bestseller Exel y uno de los primeros blends de alfa y beta hidroxiácidos lanzados al mercado.



**2010**

Se crea la división de elaboración de **principios activos** para la industria cosmética y farmacéutica con biotecnología aplicada.



**2011**

Terciopelo en tu piel con la **Línea seda con proteínas de sericina y fibroína**, provenientes del capullos de seda y de optima performance.

# TIMELINE



**2011**

Primeros en introducir en cosmética la **Yerba mate**, conocida como el nuevo té verde, estudiado por sus propiedades antioxidantes y lipolíticas volcados en una línea de tratamiento corporal.



**2012**

Una vez más Exel conjuga salud y belleza en su enfoque al introducir el ingrediente activo **Troxerutina** en su **Línea para piernas y pies cansados**.



**2014**

Nacen las **Exel Boutiques**, un concepto innovador en la relación con el nuevo consumidor.



**2014**

Se lanza **Elixir Sublime Antioxidant**, producto único de uvas malbec de la Patagonia encapsulando resveratrol en un complejo liposomal con Troxerutina y vitaminas.



**2015**

Creación de **Richissime Line** para cuidado diario con activos regeneradores y nanotecnología Lipcuat-25, oleo de Argán y Maracuyá



**2016**

Lanzamiento de **L' Oxygeniste**. Serum de formulación high-tech, rica en aminoácidos, oligoelementos y SOD (Superóxido de dismutasa).

# TIMELINE



**2016** Se lanza **Age Defy , timeless skin.** Agliconas de soja, forma activa de las isoflavonas de soja, para compensar el paso del tiempo



**2017** Nace la **Línea Xtreme Color Care**, aditivos tecnológicos para polvos decolorantes y tinturas.



**2018** Lanzamiento **Hydra 10**, emulsión dermo-protectora para el cuidado complementario de la piel reseca o con diabetes.



**2018** **Línea Promoter.** Exel desarrolla una innovadora fórmula científica para el crecimiento y fortalecimiento de pestañas y cejas, con tecnología de encapsulación en liposomas de avanzada.



**2019** **Nueva Línea Clarificante**, poderosa formulación de activos vegetales encapsulados en liposomas.



**2020** División **Health Care**, soluciones a problemas actuales en el ámbito de la salud manteniendo el cuidado de la piel. Alcohol sanitizante y Repelente mosquitos con liposomas.

## DESARROLLO INTERNACIONAL



- Arabia
- Australia
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Ecuador
- España
- Emiratos árabes
- India
- Lituania
- México
- Omán
- Paraguay
- Perú
- Puerto Rico
- Rep.Dominicana
- Reino Unido
- Rusia
- Taiwán
- U.S.A.
- Uruguay



POSICIONAMIENTO  
Nacional  
& Internacional

nu-natural  concept

Históricamente *Biocosmética Exel* se ha desarrollado comercialmente a través del canal profesional: salones y clínicas de belleza, spas, centros de medicina estética y puntos de venta profesionales.

En sintonía con las tendencias de última vanguardia a nivel mundial que plantean una demanda creciente de productos profesionales en el canal retail



Creación de nuevas estrategias comerciales en función de las necesidades del contexto de cada país y los nuevos cambios tecnológicos.

# EXEL BOUTIQUE



EL MUNDO DE LA COSMÉTICA PROFESIONAL LLEGA A CORDOBA

EXEL BOUTIQUE   
COSMÉTICA INTELIGENTE PARA LA BELLEZA, SALUD Y BIENESTAR

SHOWROOM  
PRODUCTOS PROFESIONALES  
+ CONSULTAS PERSONALIZADAS  
WELLNESS SPACE  
SERVICIOS CALIDAD  
BEAUTY POINT  
SERVICIOS PROFESIONALES  
PROFESIONAL  
GRANDE BELLEZA Y BIENESTAR PARA PROFESIONALES DE LA ESTÉTICA

EXEL   
PROFESIONAL LINE

EXEL, la línea de cosmética profesional argentina que más se conoce en el mundo, llega a Córdoba para brindar a las mujeres. Para ellas crea la 1ª EXEL BOUTIQUE, un modelo único en el mundo, atendida por profesionales de la cosmética y estética.

El gran desafío de ADEL con este laboratorio de innovación EXEL, para el mundo de la cosmética profesional llegó a un nivel de excelencia y se lo dedicamos a ANTONIO

GRANDE BELLEZA Y BIENESTAR PARA PROFESIONALES DE LA ESTÉTICA

Santa Marina 700 - (0341) 4288640087 - Vía Pellegrini - Córdoba - Argentina  
Lunes a Viernes 9:30 a 19:00 y de 14:00 a 20:00 hs. - Sábados 9:30 a 13:30  
e-mail: [marketing@adelcosmetics.com](mailto:marketing@adelcosmetics.com) - [www.boutique.exel.com](http://www.boutique.exel.com)



# EXEL BOUTIQUE



# EXEL BOUTIQUE



EXEL INSTITUTES



EXEL INSTITUTE  
MIAMI-USA



EXEL INSTITUTE BELGRANO  
BUENOS AIRES



**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE

CADENAS, PERFUMERIAS & FARMACIAS



**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE

CADENAS, PERFUMERIAS & FARMACIAS

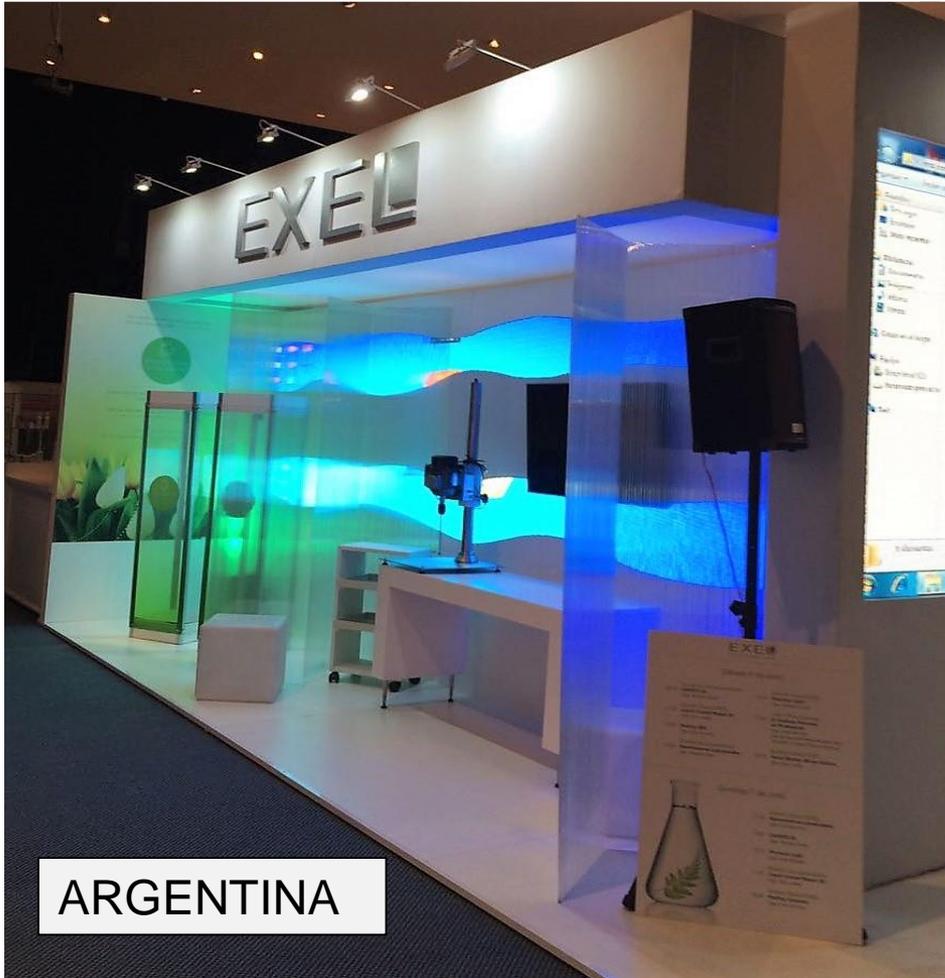


**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE

CADENAS, PERFUMERIAS & FARMACIAS



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



Comoprof 2014, ITALIA, BOLOGNA. 55 pabellones, 300.000 visitantes

EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



VISITA DELEGACION PERÚ, EXEL INSTITUTE

EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING

VISITA DELEGACION PERÚ, EXEL INSTITUTE



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



EXHIBICIONES, CONGRESOS & EVENTOS DE BRANDING



CONSULADO ARGENTINO EN ESPAÑA

EVENTOS EN EMBAJADAS & CONSULADOS



## DISTINCIONES



BEST LATIN COMPANY AWARD  
Aesthetics and Spa International Congress  
Miami Beach-March 1, 2 (2015)

**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE

## DISTINCIONES

**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE

**relax misiones**

NUOVO TRATTAMENTO  
PER MASSAGGI

LE PROPRIETÀ BENEFICHE DELLA 'YERBA MATE', LA CONOSCENZA DELL'ANTICA CULTURA GUARANI E I TESORI CRISTALLIZZATI DI MISIONES, UNA TERRA NATURALMENTE RICCA, SI FONDONO IN UN UNICO TRATTAMENTO MIRATO A RILASSARE I SENSI, RINVIGORIRE LA PELLE E ARMONIZZARE L'ENERGIA CON L'USO DEI MATES, UNA NOVITÀ ASSOLUTA DI BIOCOSMETICA EXEL ARGENTINA PER L'UNIVERSO DELLA ESTETICA PROFESSIONALE.

MINERAL OIL FREE  
SYNTHETIC

**ITALIA**

**COSMOPROF 2012: RELAX MISIONES nominado  
"tratamiento novel" en Beautytrends**

PUBLICACIONES

REVISTA  
VANIDADES

Nota exclusiva al  
**Laboratorio Exel**, por ser  
una empresa emblema de  
desarrollo nacional

...naturaleza. ...  
...variedad de cultivos e investigaciones  
...manentes sobre el tema, los ingredie  
...tes claves para la belleza pueden estar al  
alcance de nuestra mano. *"Nosotros tene  
mos muchas ventajas para competir a nivel  
internacional: personal muy bien formado,  
buena tecnología y, fundamentalmente, ma  
terias primas como soja, yerba mate, uvas  
y avena para realizar investigaciones y de  
sarrollar nuestros propios activos"*, explica  
Mariana Bianchin, bióloga, jefa de produc  
to y export manager de Biocosmética Exel,  
un laboratorio integramente argentino.

...VANIDADES 54-21 ARGENTINA



**▼ Belleza**

ALQUIMIA  
NACIONAL

LA MARCA EXEL UTILIZA MATERIAS PRIMAS  
DEL SUELO ARGENTINO Y APROVECHA SU  
SABER Y LA BUENA TECNOLOGÍA DE QUE  
DISPONE PARA DESARROLLAR PRODUCTOS  
DE ALTA CALIDAD.

POR INÉS ROMERO

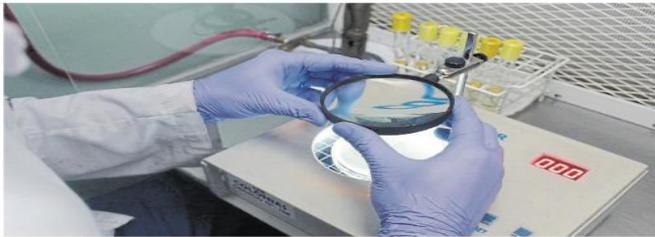
...Búsqueda  
...proteger  
...a los in  
...sta las pro  
...el océano, de  
...an y estudian  
...ales y la forma  
...es mecanismos de  
...servación que rigen  
...araleza. Con un país con  
...s de cultivos e investigaciones  
...entes sobre el tema, los ingredien  
...es claves para la belleza pueden estar al  
alcance de nuestra mano. *"Nosotros tene  
mos muchas ventajas para competir a nivel  
internacional: personal muy bien formado,  
buena tecnología y, fundamentalmente, ma  
terias primas como soja, yerba mate, uvas  
y avena para realizar investigaciones y de  
sarrollar nuestros propios activos"*, explica  
Mariana Bianchin, bióloga, jefa de produc  
to y export manager de Biocosmética Exel,  
un laboratorio integramente argentino.

Buscando posicionarse a la vanguardia  
de la tendencia, Bianchin describe que los  
ingredientes del momento son los llama  
dos "inteligentes" o "modulares". Según  
explica, *"se trata de activos multifunción  
que actúan a nivel celular induciendo la  
reactivación de varios procesos metabóli  
cos beneficiosos para la belleza de nuestra  
piel"*. En algunos casos los ingredientes son  
exóticos, se encuentran en mínimas canti  
dades o muy esporádicamente, y son difí  
ciles de extraer con sus propiedades intactas,  
pero al margen de eso la clave del trabajo  
de laboratorio se encuentra en lograr una  
fórmula estable que potencie las propieda  
des intrínsecas de cada uno de ellos, y en  
utilizar excipientes nanotecnológicos *"para  
garantizar su mejor conservación y pen  
etración"*. Parece difícil de entender, pero no  
lo es. Mariana brinda un ejemplo concreto:  
*Elkair Sublime Antioxidant Exel*. En su fo  
rmulación posee un complejo con liposomas  
de resveratrol, componente que se extrae de

la uva Malbec y que responde a un mecanis  
mo de defensa de la planta frente a infec  
ciones, hongos o bacterias. *"No se detecta en  
las plantas porque no está almacenado, se  
produce cuando la planta es atacada, por  
eso no toda formulación con extracto de  
uva contiene resveratrol, y mucho menos en  
la concentración ideal"*. Este activo nacido  
de un producto de nuestro suelo tiene gran  
poder antioxidante, y es *"estimulante de  
proteínas involucradas en la estabilidad del  
ADN y la longevidad celular"*. Otras fuen  
tes de activos polivalentes son la avena (de  
donde se obtienen betaglucanos), la yerba  
mate, con acción antioxidante y lipolítica,  
por eso se usa en productos corporales y  
anti celulíticos, y finalmente las células de  
levaduras, que tienen poder regenerante, an  
tioxidante y activador del uptake de oxíge  
no. Los beneficios parecen infinitos, y con  
las materias primas al alcance de la mano  
junto a un trabajo científico de excelencia  
los resultados prometen ser únicos. ■

PUBLICACIONES

LA NACION



**Cosmética profesional:**  
Un laboratorio argentino de proyección global

A través de la tecnología, Exel extrae ingredientes activos, como el ADN del trigo, que son la base de sus productos

**Lionel Paredes**  
PALA LA NACION

Cuando Víctor Lo Riggio era estudiante de Ingeniería Química, comenzó en forma casera a investigar y desarrollar fórmulas de cosméticos. Más tarde, junto con su hermano Héctor Lo Riggio, inició lo que hoy es el laboratorio Bioscosmética Exel Argentina en San Justo, provincia de Buenos Aires. Los hermanos Lo Riggio empezaron a crear muestras. Los primeros productos fueron cremas faciales, pero al poco tiempo comenzaron a soñar con la posibilidad de convertir la empresa en una marca internacional, primero hacia países limítrofes, como Uruguay y Paraguay.

“El desarrollo no fue fácil. Con la colaboración de mi hermano Víctor avanzamos con el desafío y logramos obtener resultados más que satisfactorios, pulimos el procedimiento y entre los dos diseñamos la estrategia para llevarlo adelante”, comenta Héctor.

En el año 2000 ya encaminaban sus primeras exportaciones a los Estados Unidos. “Exportar es un proceso y un desafío que en general no se da de un día para el otro, hay que tener paciencia y la decisión de invertir en mayor o menor grado sabiendo que el retorno de esa inversión no va a ser inmediato, sobre todo en productos como los nuestros, que requieren autorizaciones y registros sanitarios previos”.

Advierte que “cada país tiene distintas barreras culturales y sanitarias”. Para poder ingresar al país tenés que adecuarte no solo a los requisitos y normativas que exigen las autoridades, sino que además para poder comercializar con éxito tu producto hay que ir un paso más allá y tener en cuenta distintos hábitos de consumo, tipos de piel y geografías que impactan sobre qué producto se demanda e incluso en cómo se presenta”.

El ingeniero químico recuerda una de las primeras exporta-

ciones fuera de América Latina. “Para Arabia Saudita tuvimos que cambiar la imagen del logo que teníamos en unos productos porque no estaba permitida en ese país. Se trataba de un producto corporal y la imagen delineaba el contorno del cuerpo de una mujer. Esto nos hizo entender que cuando uno quiere vender en un país con una cultura distinta de la nuestra debe tener claro cómo es el patrón de consumo de allí y estar dispuesto a afrontar cambios que a veces implican un esfuerzo económico, logístico y de equipo”, señala.

El laboratorio apela a todas las herramientas disponibles en el mercado: desde obtener todos los requisitos y certificaciones para cumplir con las regulaciones internacionales hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*).

De familia italiana, el mayor de los hermanos Lo Riggio, Héctor, asegura que la empresa fue crucial en su vida profesional. “Yo me acuerdo muy bien de cuando me empezaron a enseñar a hacer productos. Me enseñaron a ser paciente, a ser atento a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*).

**Inserción internacional**

**1 Exportaciones**  
El último año hicieron envíos por US\$2.450.000

**2 Mercado global**  
Ya exportaron a Australia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, España, Estados Unidos, India, Italia, Lituania, México, Océano, Paraguay, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Uruguay, Emiratos Árabes, Arabia Saudita y Taiwán

**CEO**  
Palabra de

“Las ventas van a seguir creciendo porque la gente no ahorra”

**Héctor Lo Riggio**, presidente del laboratorio de Bioscosmética Exel, asegura que la demanda local está firme porque la gente, al no ahorrar, gasta el dinero y lo hace también en productos de lujo. No niega que los costos locales suben, pero también reconoce que el tipo de cambio actual le permite ser competitivo internacionalmente, al menos, en el corto plazo. Tiene 49 años, es casado y tiene tres hijos



**BUENA ECONOMÍA** **Sumo éxito**

**H**éctor Lo Riggio, presidente del laboratorio de Bioscosmética Exel, asegura que la demanda local está firme porque la gente, al no ahorrar, gasta el dinero y lo hace también en productos de lujo. No niega que los costos locales suben, pero también reconoce que el tipo de cambio actual le permite ser competitivo internacionalmente, al menos, en el corto plazo. Tiene 49 años, es casado y tiene tres hijos

“Por qué el mercado local está firme?”

“Porque seguimos haciendo algo nacional de buena calidad y para nosotros la moneda es el peso argentino. Y eso va por el tipo de moneda. Nosotros, para responder a eso, el año pasado hicimos un ajuste de precios, reduciendo los precios de algunos productos y aumentando los de otros.”

“¿Qué es el momento local más difícil para la exportación?”

“En la Argentina, las ventas van a crecer porque el tipo de cambio es favorable. Pero también, la gente va a gastar más en productos de lujo.”

De familia italiana, el mayor de los hermanos Lo Riggio, Héctor, asegura que la empresa fue crucial en su vida profesional.

“Yo me acuerdo muy bien de cuando me empezaron a enseñar a hacer productos. Me enseñaron a ser paciente, a ser atento a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“¿Por qué el mercado local está firme?”

“Porque seguimos haciendo algo nacional de buena calidad y para nosotros la moneda es el peso argentino. Y eso va por el tipo de moneda. Nosotros, para responder a eso, el año pasado hicimos un ajuste de precios, reduciendo los precios de algunos productos y aumentando los de otros.”

“¿Qué es el momento local más difícil para la exportación?”

“En la Argentina, las ventas van a crecer porque el tipo de cambio es favorable. Pero también, la gente va a gastar más en productos de lujo.”

De familia italiana, el mayor de los hermanos Lo Riggio, Héctor, asegura que la empresa fue crucial en su vida profesional.

“Yo me acuerdo muy bien de cuando me empezaron a enseñar a hacer productos. Me enseñaron a ser paciente, a ser atento a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“¿Por qué el mercado local está firme?”

“Porque seguimos haciendo algo nacional de buena calidad y para nosotros la moneda es el peso argentino. Y eso va por el tipo de moneda. Nosotros, para responder a eso, el año pasado hicimos un ajuste de precios, reduciendo los precios de algunos productos y aumentando los de otros.”

“¿Qué es el momento local más difícil para la exportación?”

“En la Argentina, las ventas van a crecer porque el tipo de cambio es favorable. Pero también, la gente va a gastar más en productos de lujo.”

De familia italiana, el mayor de los hermanos Lo Riggio, Héctor, asegura que la empresa fue crucial en su vida profesional.

“Yo me acuerdo muy bien de cuando me empezaron a enseñar a hacer productos. Me enseñaron a ser paciente, a ser atento a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Por otro lado, es importante analizar los mercados posibles para ver en cuáles nuestro producto tiene mayores posibilidades de comercialización y evitar malgastar recursos en mercados demasiado inciertos y poco probables”, añade.

“A veces un mercado puede surgir internacionalmente hasta participar en ferias, congresos y viajes de negocios para lograr nuevos clientes. Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

“Las certificaciones son fundamentales, ya que son un aval para que alguien que no nos conozca en absoluto pueda rápidamente

ubicar la empresa a nivel cualitativo”. Por ejemplo, las normas ISO son un requisito mínimo para empezar a comercializar los productos. También es importante estar atentos a los cambios en hábitos de consumo globales, como la tendencia hacia productos naturales de laboratorios y empresas comprometidas con el cuidado del medioambiente y el respeto por los animales (por ejemplos, productos *cradle to free*)”, explica.

**Inversión en innovación para competir en el mundo**

■ El laboratorio Exel planea facturar \$ 20 millones este año, lo que implica un crecimiento del orden del 30% respecto de su última recaudación. Creado en 1996, comenzó con la producción de una línea de cosméticos hidratantes y vitaminas y una línea antiage que todavía existen y forman parte de su portfolio de 700.000 productos, contando la línea de materias primas que comenzó a vender en 2000. Hay tres dos plantas de producción: una de cosmética y la otra de principios activos y materias primas, ambas en San Justo, en la provincia de Buenos Aires. El laboratorio cuenta con unos 100 trabajadores directos, y la venta en el mercado interno se estructura a través de un distribuidor por provincia, y varios en Capital Federal y el Gran Buenos Aires.



Además, exporta a vendedores directos para las cuentas corporativas. En lo que respecta al mercado exterior, Exel opera en 20 países, la mayoría en el continente americano (incluyendo Canadá y Estados Unidos), además del Reino Unido, España e Italia, en Europa. En 2000 se creó el Exel Institute, un espacio de capacitación y ventas de la compañía para el mercado profesional. Y ese mismo año lanzó uno de sus productos emblemáticos: un gel biológico de ADN. Cinco años más tarde, en abril de 2005, la compañía, que destina un 5% de sus ingresos en investigación y desarrollo, creó la división para la elaboración de principios activos con biotecnología aplicada y actualmente se enfoca en su nueva línea *Hi Natural*.

“Como un tipo de cambio de \$6 segundos siendo competitivo, pero si tenemos una inflación a este ritmo, en tres años se puede complicar. Los costos crecen entre 25 y 30 por ciento. ¿Tienen problemas con las importaciones?”

“No, porque importamos solamente algunos productos del packaging y algunas materias primas que no se fabrican acá. Somos una empresa argentina, pero queremos competir con compañías extranjeras y algunos productos de packaging los que importamos, por ejemplo, para la línea profesional de la piel. Ojalá un día se fabriquen en la Argentina.”

“¿Uno de sus fuertes es la investigación. ¿Hacia dónde se dirige en este sentido?”

“Hay muchas tendencias en la cosmética, una es de orientarse a lo natural y otra, a lo ultratecnológico. Desde 2013, nuestro foco es en cosméticos nuevos que es *Hi Natural*, un equilibrio entre esas dos tendencias, es decir, cosméticos naturales con tecnología aplicada.”

“¿Cuál será el destino de sus próximas inversiones?”

“Nosotros de Exel no tenemos acciones. El laboratorio es una sociedad anónima que se creó en un momento de buena salud para tener una participación de alta gama. En su lugar desde los profesionales y científicos pueden tener una representación de ciudad. Se inauguró una en Rosario. La nueva área es una un capital, orientados hacia

*EXEL,*  
VANGUARDIA INSPIRADA EN  
LA NATURALEZA





[www.bioexel.com](http://www.bioexel.com)

**NU NATURAL**

**NU SKINCARE**

---

**EXEL**  
PROFESSIONAL LINE