

Ángel Acevedo: “Estudio de Inteligencia Comercial del 2021 tuvo magníficos resultados”

El Gremio de Cosmética e Higiene Personal de la Cámara de Comercio de Lima (Copecoh) organizó la Asamblea General del gremio donde se dieron alcances del trabajo realizado durante el 2021 y perspectivas para el 2022.

Durante el evento el presidente de la CCL, Peter Anders, señaló que pese a las limitaciones impuestas a la actividad productiva y de servicios por la pandemia, los gremios continuaron con sus esfuerzos, no solo en la defensa de sus empresas asociadas, sino sobre todo en el fortalecimiento de su representatividad.

“Tal es el caso de Copecoh, que ha seguido con sus trabajos de coordinación con las autoridades que tienen que ver con el desempeño del sector cosmética e higiene para contribuir a la mejora de la respectiva normatividad”, explicó.

Asimismo, refirió que el gremio ha seguido con sus actividades programadas para el 2021 y con sus coordinaciones a nivel internacional para el fortalecimiento de las actividades productivas y de comercialización de los productos de cosmética e higiene en el mercado exterior.

¿Qué hicieron el 2021?

El presidente de Copecoh, Ángel Acevedo, destacó que uno de los principales beneficios que brindan a sus asociados es incrementar la frecuencia de la publicación del Estudio de Inteligencia Comercial de manera mensual y anualizada, convirtiéndose en un instrumento de gran utilidad para las empresas.

“El Estudio de Inteligencia Comercial del 2021 ha tenido magníficos resultados, hubo 330 inscritos, 236 asistentes y el 52% de los asistentes fueron asociados, el 22% empresas relacionadas y alrededor de 2% a 4%, embajadas, prensa e institutos nacionales”, puntualizó.

Asimismo, destacó la calificación del evento que fue de 4,5 puntos en las ponencias, 4,4 en la difusión del evento y 4,5 a la plataforma.

A su turno, la representante del sector de productos PHD – PAHP, Liliana Campos, indicó que Copecoh trabajó activamente en la búsqueda de beneficios que permitieron continuar con la comercialización de los productos del sector durante la emergencia sanitaria aún vigente.

De otro lado, la representante del sector LBSM, Camille Mitre, sostuvo que, en el tercer año del programa de responsabilidad social de apoyo a mujeres con cáncer, “Luzca bien, siéntase mejor” atendieron durante el 2021 a un total de 330 pacientes

entregándoles kits de cuidado personal y maquillaje con un valor de US\$ 36.000.

Además, mencionó que se entregaron canastas de víveres, desde enero a junio a 150 pacientes con un valor de US\$ 20.000.

Lo que se viene el 2022

Según el presidente de Copecoh, Ángel Acevedo, las metas para este año son bastante importantes, es así que se realizará la primera feria de belleza digital del Copecoh “Expobeauty”, que permitirá crear un espacio virtual para la comercialización y exposición de marcas para las empresas del sector.

Además, se espera cerrar convenios con USIL y la Asociación Peruana de Química Cosmética, ello para tener acceso a fuentes académicas de investigación. Así como la participación del gremio en los principales foros internacionales de la IAC (International Association of Cosmetics); PCPC (Personal Care Products Council) y Cosmetics Europe.