

# **Copecoh: Sector cosméticos e higiene caería 14% en el 2020**

**El Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) estimó que el mercado de Cosméticos e Higiene personal reportaría una severa caída del 14% con una facturación de S/ 6.801 millones en el 2020. Ello como consecuencia de la crisis sanitaria generada por la COVID-19.**

Copecoh presentó otros dos escenarios en los que el rubro registraría una caída mínima del 10% y una máxima del 18%. Estas tres proyecciones significarían su primera variación negativa luego de 30 años de crecimiento sostenido.

“Si bien la situación es incierta, la caída del 14% es el escenario más cercano a la realidad y las categorías con mejores desempeños serán aquellas que estén más relacionadas a la salubridad”, manifestó el **presidente de Copecoh, Ángel Acevedo**, durante la presentación del **Estudio de Inteligencia Comercial Primer Semestre 2020 y Proyección Anual al 2020**.

Advirtió que las categorías Fragancias (varones, mujeres y niños) y Maquillaje (labios y uñas) registrarían los mayores retrocesos por no estar relacionadas al tema de salubridad. No obstante, Higiene personal (jabones) sería la categoría que continuaría con resultados positivos al cierre del año.

## Resultados al primer semestre

Esta tendencia negativa también se reportó en el primer semestre del año, cuando las ventas del sector cosméticos cayeron en 20%, facturando S/ 2.975 millones. Sin embargo, la categoría **Higiene personal** logró un importante crecimiento del 10% (S/ 926 millones) impulsada principalmente por mayores ventas de jabones y pastas dentales gracias a las recomendaciones sanitarias (lavado de manos) que dictó el Gobierno al inicio de la cuarentena.

Mientras que las categorías que registraron cifras negativas fueron capilares (-13%), fragancias (-39) y maquillaje (-48%). Respecto a los canales de distribución, la venta directa fue la más afectada en la pandemia reduciendo su participación a 37%, inferior al 48% que registraba en el primer semestre del 2019.

En tanto, el canal retail logró una mayor presencia con un 56% y el e-Commerce se situó en 7%, cifra superior al 3% registrado en similar periodo del 2019. Según el **Estudio de Inteligencia Comercial**, el Perú ocupa el quinto puesto en la región con un consumo per cápita de US\$ 217.

Por su parte, el country manager de **Kantar Perú**, **Francisco Luna**, destacó que “desde que se inició la pandemia, el pago con tarjeta (crédito y débito) aumentó en 100% en el Perú”.

## Perspectivas económicas

Durante la presentación del **Copecoh**, realizada el 2 de

septiembre pasado a través de la plataforma Zoom, la **presidenta de la CCL, Yolanda Torriani**, precisó que la actual crisis que enfrentan el país y el mundo debe significar un enorme desafío para todos los peruanos, principalmente para salvaguardar los fundamentos macroeconómicos que tiene el Perú desde hace 30 años.

“Hoy nos toca preservar este modelo económico, imperfecto, sin duda, pero que ha demostrado resultados innegables. Lo debemos hacer con un firme compromiso con nuestras empresas, con nuestros trabajadores y con nuestro país”, anotó.

A su turno, el **gerente del Instituto Peruano de Economía (IPE), Diego Macera**, estimó que la recuperación económica del país dependerá de cómo se controle la pandemia considerando que el Perú reporta uno de los niveles más altos de muertes por millón de personas.

Estimó que el PBI en el 2020 reportaría una caída del 14%, acompañado de un retroceso en el consumo privado (-9%). Asimismo, la recuperación económica recién se daría en el 2021 creciendo entre 9% y 11%.