

Industria cosmética mejorará con la reactivación de la demanda

“El impacto de la COVID-19 es severo en diferentes sectores productivos, sobre todo para la industria cosmética cuya mejora dependerá de la reactivación de la demanda”, advirtió el presidente del **Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh)** de la **Cañara de Comercio de Lima (CCL)**, **Ángel Acevedo**, quien explicó que por el lado de la oferta, las empresas han implementado mecanismos para lograr un acercamiento hacia el consumidor, principalmente por la vía digital.

“Si por un lado se está regularizando la oferta, a través de canales de ventas y mayor presencia del e-commerce, es necesario que se impulse la demanda. Hay indicadores positivos que muestran que la demanda se va a reactivar de manera progresiva, pese a la pérdida de tres millones de empleos. No hay que olvidar que sin empleo no hay capacidad adquisitiva”, manifestó.

Cifras al primer semestre

Para **Ángel Acevedo** el sector cosmético habría caído en 50% durante el primer semestre del año, comparado con el mismo periodo de 2019, lo que presentaría una pérdida económica cercana a US\$ 500 millones.

“Estas cifras son algunas aproximaciones derivadas de la información de empresas que conforman el sector. Para septiembre de este año estaremos presentando las cifras oficiales sobre la afectación de la pandemia en la industria cosmética a través del Estudio de Inteligencia Comercial del primer semestre 2020 y proyecciones anuales realizado por nuestro gremio, donde también participarán de manera virtual más de 500 personas”, precisó.

Analizando el primer semestre, el presidente de **Copecoh** indicó que las categorías que registrarían una drástica caída serían maquillaje, fragancias, tratamiento facial y tratamiento corporal. Ello difiere con las cifras registradas en el 2019 en donde las tres últimas categorías mencionadas lograron crecimientos de 1,4%, 4,7% y 3,9%; respectivamente.

“No obstante, las recomendaciones sanitarias del Gobierno, como el lavado de manos, lograron un efecto clave en el consumidor con la compra de más productos para la higiene personal, tales como jabones, gel antibacterial, pasta dental, desodorantes y champús. El crecimiento de estas categorías ha logrado compensar en algo la caída del sector”, informó.

Cabe recordar que el Gobierno estableció una serie de medidas para poder enfrentar el coronavirus, declarada pandemia mundial. Entre ellas se dictó una emergencia sanitaria por 90 días a nivel nacional y el distanciamiento social.

Canal de comercio electrónico al alza

Asimismo, sobre los canales de distribución, Ángel Acevedo detalló que la proporción entre el retail, venta directa y el e-commerce ha sufrido una variación sustancial, siendo la venta directa la más afectada seguido del retail; mientras el comercio electrónico ha tenido un crecimiento importante e inusual respecto a años anteriores.

“En el año 2020, tanto la venta directa como el retail perderán participación y esa proporción de la facturación será asumida por las ventas e-commerce”, afirmó Acevedo.

No obstante, **Copecoh** estimó que para el cierre del año el sector cosmético registraría una severa caída del orden del 25%, un resultado nunca antes visto luego de 30 años de crecimiento continuo. “La pandemia del coronavirus no puede ser comparada ni siquiera con el Gobierno de Velasco Alvarado, que fue restrictivo con las importaciones, ni con las guerras mundiales o la crisis financiera de 2009, la superinflación de Alan García y el terrorismo de Sendero Luminoso, donde todos los sectores caían, excepto el sector cosmético. Es decir nunca antes se había registrado una caída tan fuerte para el sector”, anotó.

Pese a este panorama, Copecoh proyectó que las ventas para el cuarto trimestre tengan un mejor desempeño dado que tradicionalmente el segundo semestre representa para su sector el 60% de las ventas totales. *“Con estabilidad política y*

económica esperamos tener a un cuarto trimestre muy positivo, que si bien no va compensar la caída del primer semestre, podría recuperar algo de las ventas en ese periodo”, sostuvo Acevedo.

Reducción de empleos

Con respecto al tema del empleo, el presidente de **Copecoh** indicó que muchas empresas de diversas líneas de producción, que no pertenecían a las actividades esenciales, se vieron obligadas a reducir el número de trabajadores e incluso a disminuir el pago de salarios. Entre las líneas de producción que dejaron de emplear están maquillaje, fragancias, tratamiento facial y corporal.

No obstante, advirtió que las empresas relacionadas a productos de higiene personal y capilares lograron mantenerse durante la pandemia al ser consideradas como esenciales para la reactivación económica.

Si bien el 2020 será un año malo para la economía peruana, para **Ángel Acevedo** el 2021 será un año con mejor desempeño debido a los resultados de la reactivación económica en distintos sectores productivos. *“Las expectativas se centran en que habrá un importante rebote en lo económico. El Perú es el país que más ha caído en PBI (-40% en abril) en América Latina, pero por efecto (rebote) será el que más crezca en la región”,* refirió.

Programa Luzca bien, siéntase mejor

Finalmente, el representante gremial señaló que pese a ser un panorama complicado para todas las actividades empresariales, el gremio **Copecoh** continuó su compromiso de responsabilidad social al seguir apoyando el programa Luzca Bien, Siéntase Mejor, el cual está abierto para todas las mujeres con cáncer que se someten a radioterapia, quimioterapia u otros tratamientos.

*“Este es un convenio suscrito con **EsSalud** y el **Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN)**, cuyo programa busca fortalecer la autoestima de las mujeres que padecen de cáncer ayudándolas a mejorar su imagen, mientras continúan con el tratamiento oncológico. Sin embargo, por la disposición del distanciamiento social se ha optado por la entrega mensual de canastas valorizadas en S/ 500 durante todo el año”, comentó **Ángel Acevedo**.*