



20  
20

REPORTE  
ANUAL

REPORTE ANUAL



**CANIPEC**  
Industria del Cuidado Personal y del Hogar

## Estimados afiliados y socios colaboradores de



**Pedro Hoth,**  
Presidente CANIPEC

Sin duda alguna, el 2020 fue un año que marcó un antes y un después para todos, pues súbitamente nos colocó en un contexto totalmente atípico y desconocido. La presencia del coronavirus demolió de tajo nuestras antiguas certezas y nos enfrentó a una nueva forma de vivir y a una necesidad urgente de adaptación. En ese marco; los desafíos y proyectos que como sector planteamos a inicio de año requirieron de un reajuste importante, pues a partir de este momento, todas las acciones en pro de los sectores cosmético, de cuidado personal y cuidado del hogar, debían orientarse a responder a las necesidades de una sociedad y un país que afrontaba – y aún enfrenta – un panorama de incertidumbre y cambios.

El 2020 fue, pues, un año complicado para la industria mexicana en general debido a la pandemia mundial, sin embargo, el comportamiento del mercado nacional de los sectores de cuidado personal y cuidado del hogar no se vio tan afectado gracias a que diversos productos fueron clasificados por las autoridades sanitarias como esenciales para combatir la contingencia sanitaria actual. Por lo que respecta al mercado externo, destaca que las exportaciones tuvieron una variación significativa, pues alcanzaron un total de 3,398.4 MDD en 2020, cifra que supera los 3,363.8 MDD alcanzados en 2019.

Cabe destacar que la balanza comercial del 2020 para ambos sectores continuó siendo superavitaria con un saldo comercial de 1,664.1 MDD, cifra que superó de manera importante los 1,286.1 MDD alcanzados en 2019.

La pandemia nos retó y puso a prueba, pero el profesionalismo y capacidad de adaptación de la estructura de nuestra Cámara y de todos y cada uno de los miembros que la conforman, nos permitió avanzar de forma exitosa en el desarrollo tanto de los proyectos establecidos como de todos aquellos que fue necesario crear e impulsar en ésta desafiante coyuntura, ello en beneficio de nuestro sector y empresas afiliadas.

El compromiso y trabajo puntual de CANIPEC se reflejó en cada una de sus áreas, que vieron concluidos y/o en importante avance sus diversos planes, programas e iniciativas.

A guisa de ejemplo, quiero destacar que en materia regulatoria nuestra Cámara consiguió que el Senado de la República aprobara el dictamen en materia de despenalización del cannabis para su uso en productos cosméticos, así como la aprobación del dictamen a la reforma de la Ley General de Salud sobre las pruebas en animales de los productos cosméticos, logrando que la autoridad legislativa aceptara varias modificaciones considerando excepciones de acuerdo con el estado actual de la ciencia.

En materia de sustentabilidad, CANIPEC realizó, en conjunto con otras organizaciones empresariales, la entrega del primer Informe del Acuerdo Nacional para la Nueva Economía del Plástico en México. En ese marco, en octubre fue presentado y aprobado durante la Asamblea General de CANIPEC el Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos, que tiene como objetivo reincorporar los envases y empaques que generan las industrias cosméticas y la de aseo doméstico, esto con base a lo establecido en la Ley General de Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR).

Como a todos nos consta, los obstáculos y adversidades no limitaron nuestro crecimiento ni los esfuerzos realizados para posicionar a CANIPEC y a las empresas que la integran como referentes de confianza y responsabilidad social para los consumidores, lo anterior, nos llevó a ser reconocidos con el premio 'Ética y Valores en la Industria y su Implementación en Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial 2020', que otorga la CONCAMIN.

El impulso y promoción de nuestros programas de Responsabilidad Social Sectorial es un trabajo diario que se ve reflejado en los resultados obtenidos a través de estos. Así, el programa de educación al consumidor Belleza & Bienestar, fue reconocido en Latinoamérica al quedar dentro de los 5 finalistas de los Octavos Premios LATAM Digital como mejor campaña de Responsabilidad Social y Valores. Por su parte, Luzca Bien... Siéntase Mejor, ha llegado a más 2,000 pacientes y encontró en las plataformas digitales el espacio idóneo para seguir llevando en estos tiempos de pandemia los talleres de oncoestética y charlas informativas, logrando así, impactar a más de 8,700 mujeres. A su vez, el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos y de Aseo de Uso Doméstico (COSMEP) continúa contribuyendo a concientizar a las autoridades sobre el valor agregado que brinda la autorregulación y está siendo considerado como un punto de cumplimiento que permita el uso del Distintivo Digital que está creando la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) a través del Código de Ética en materia de comercio electrónico.

El apoyo de nuestros afiliados, socios y colaboradores es invaluable; sin duda alguna, su expertise, conocimiento, trabajo y dedicación han sido determinantes para dar forma a un equipo, que busca día a día brindar a nuestro sector nuevas oportunidades de crecimiento, competitividad y unión.

# INTRODUCCIÓN

El presente reporte anual muestra las actividades destacadas que CANIPEC realizó durante el 2020, a través de un panorama general de los avances, proyectos y logros obtenidos durante el año concluido.

Varias actividades sostienen una interrelación a través del tiempo al formar parte medular del trabajo que se realiza año con año; contamos con programas que continúan fortaleciendo su misión y objetivo y algunos otros, que durante 2020 iniciaron su camino hacia el crecimiento y desarrollo.

Durante dicho periodo, los proyectos fueron diversos y dirigidos para responder a los desafíos que la pandemia mundial y la nueva normalidad representaron para la industria, el mercado, el consumidor y la sociedad en general; continuamos fortaleciendo las campañas enfocadas a la Responsabilidad Social Sectorial y al consumidor como Belleza y Bienestar, Cuidando tu Hogar, Luzca Bien... Siéntase Mejor y el Programa de Becarios.

Trabajamos en el desarrollo de nuevos proyectos como el 'Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos' así como en impulsar los acuerdos internacionales para potenciar el comercio exterior del país, fomentar mayor inversión y con ello incrementar el número de empleos generados a través de los sectores que representamos.

Los cambios a nivel global nos enfrentaron a una nueva forma de vivir y a una necesidad urgente de adaptación, situación a la que CANIPEC se alineó para optimizar sus esfuerzos con un enfoque sustentable, pero sobre todo en un marco de responsabilidad social empresarial siempre a favor del bienestar de la sociedad y del país.

Esperamos que este documento ofrezca un panorama claro sobre el trabajo realizado por CANIPEC y la forma en que seguiremos operando como Organismo Empresarial; que los logros concretados en esta etapa demuestren la base firme sobre la que se desarrolla cada uno de los proyectos y el trabajo conjunto con la finalidad de unir y consolidar a la industria.



# TEMAS Y PROYECTOS 2020



**CANIPEC**

Industria del Cuidado Personal y del Hogar

## **1. COMERCIO EXTERIOR**

- 1.1 Cifras del sector en 2020
- 1.2 Alianza del Pacífico: Implementación y entrada en vigor del Anexo de Cosméticos
- 1.3 Cierre de negociaciones del Anexo de Aseo Doméstico
- 1.4 Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México y Ecuador
- 1.5 Acercamiento con autoridades y relaciones con gobierno- Cumplimiento de NOM's de etiquetado
- 1.6 Obstáculos técnicos al comercio
- 1.7 Vicepresidencia del Comité de Facilitación Comercial de CASIC
- 1.8 Asesoría continua y compliance
- 1.9 Cursos y Capacitación

## **2. RESPONSABILIDAD SOCIAL SECTORIAL**

- 2.1 Programa Belleza y Bienestar
- 2.2 Programa Cuidando Tu Hogar
- 2.3 Código de Autorregulación y Ética Publicitaria (COSMEP)
- 2.4 Programa de Oncoestética Luzca Bien...Siéntase Mejor
- 2.5 Premio 'Ética y Valores en la Industria y su Implementación en Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, CONCAMIN 2020'.
- 2.6 Programa de Desarrollo Profesional de CANIPEC (Programa de Becarios)

## **3. REGULATORIO**

- 3.1 Cuidado del Hogar
- 3.2 Temas comunes de los sectores de Cuidado del Hogar y Cuidado Personal
- 3.3 Cuidado Personal
- 3.4 Eventos y Capacitaciones en materia regulatoria

## **4. MEDIO AMBIENTE**

- 4.1 Aprobación del Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos
- 4.2 Entrega del Primer Informe del Acuerdo Nacional de la Nueva Economía de los Plásticos
- 4.3 2do. Taller de Economía Circular
- 4.4 Curso de Cosméticos y Detergentes Ecológicos y Naturales
- 4.5 Foro virtual de Negocios Sustentables en la Industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar

## **5. POSICIONAMIENTO**

- 5.1 Comisión de Relaciones con Gobierno
- 5.2 Acciones de apoyo pandemia COVID-19
- 5.3 Complemento del Estudio Sectorial: Acciones sectoriales enfocadas en la recuperación económica 2020 – 2021.
- 5.4 Representación Internacional

## **6. SERVICIOS Y FORTALECIMIENTO INTERNO**

- 6.1 Cambio de imagen institucional
- 6.2 Programa de Lealtad CANIPEC
- 6.3 Campaña de Comunicación con Agencia PRP
- 6.4 '2da. Jornada de Competitividad'
- 6.5 Nuevos Afiliados 2020



# PROYECTOS DESARROLLADOS EN 2020

## 1. COMERCIO EXTERIOR

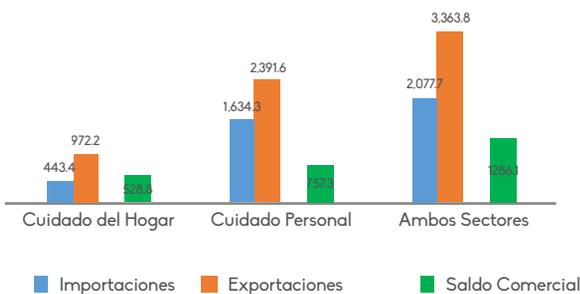
### 1.1 Cifras del sector en 2020

El 2020 fue un año complicado para la industria mexicana en general debido a la pandemia mundial del SARS-COV-2 y de la COVID-19, lo cual, afectó de manera importante el intercambio comercial y la cadena logística a nivel global, sin embargo, el comportamiento del comercio exterior de los sectores de cuidado personal y cuidado del hogar en México no se vio tan afectado en comparación con otros sectores industriales, ya que diversas categorías de nuestros productos son considerados esenciales para combatir la contingencia sanitaria actual.

En la siguiente gráfica podemos apreciar la balanza comercial para los sectores representados por CANIPEC considerando el periodo de enero a noviembre de 2020.

### Comercio y Balanza Comercial de Sector

#### 2019



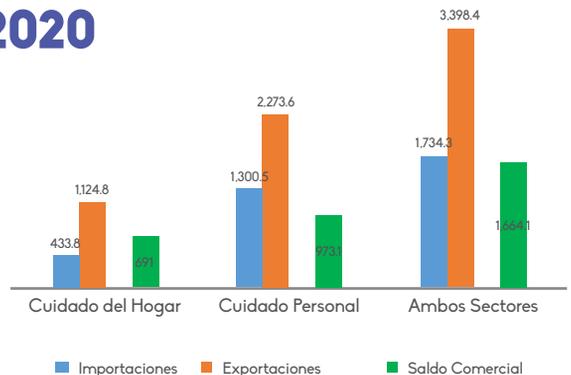
Durante este periodo se importaron 1,734.3 MDD, lo cual representa una disminución del 16.5% en comparación con los 2,077.7 MDD registrados en 2019.

Por otra parte, las exportaciones tuvieron una variación significativa teniendo 3,398.4 MDD en 2020 contra los 3,363.8 MDD obtenidos para 2019.

En conjunto, hasta el cierre del mes de diciembre de 2020 la balanza comercial de ambos sectores es superavitaria con un saldo comercial de 1,664.1 MDD, cantidad más alta en comparación con los 1,286.1 MDD de 2019.

### Balanza comercial del sector del cuidado del hogar y personal Enero-Diciembre 2019 y 2020 en MDD

#### 2020



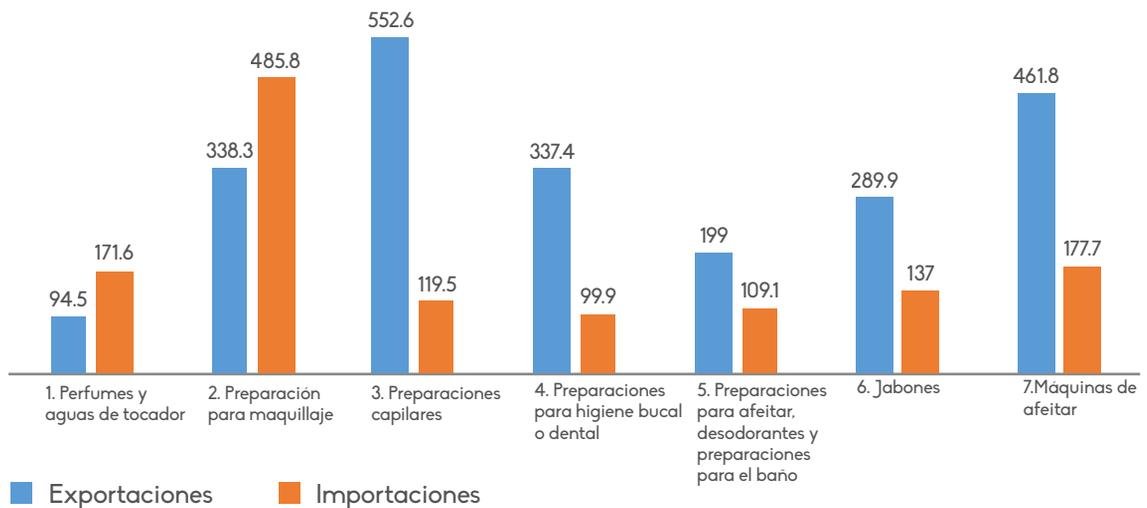


A continuación, se muestra la balanza comercial por categoría de productos para ambos sectores hasta noviembre de 2020 y el top 3 de categorías en exportación e importación.

Cuidado personal	
Top 3 de importación	Top 3 de exportación
Preparación para maquillaje 485.8 MDD	Preparaciones capilares 552.6 MDD
Máquinas de afeitar 177.7 MDD	Máquinas de afeitar 461.8 MDD
Perfumes y aguas de tocador 171.6 MDD	Preparación para maquillaje 338.3 MDD

## Comercio y Balanza Comercial de Sector

Cuidado Personal  
Participación (MDD) por categoría en el Comercio Exterior  
Enero-Diciembre 2020



Fuente: Elaborada por CANIPEC con datos de SIAVI y el SAT

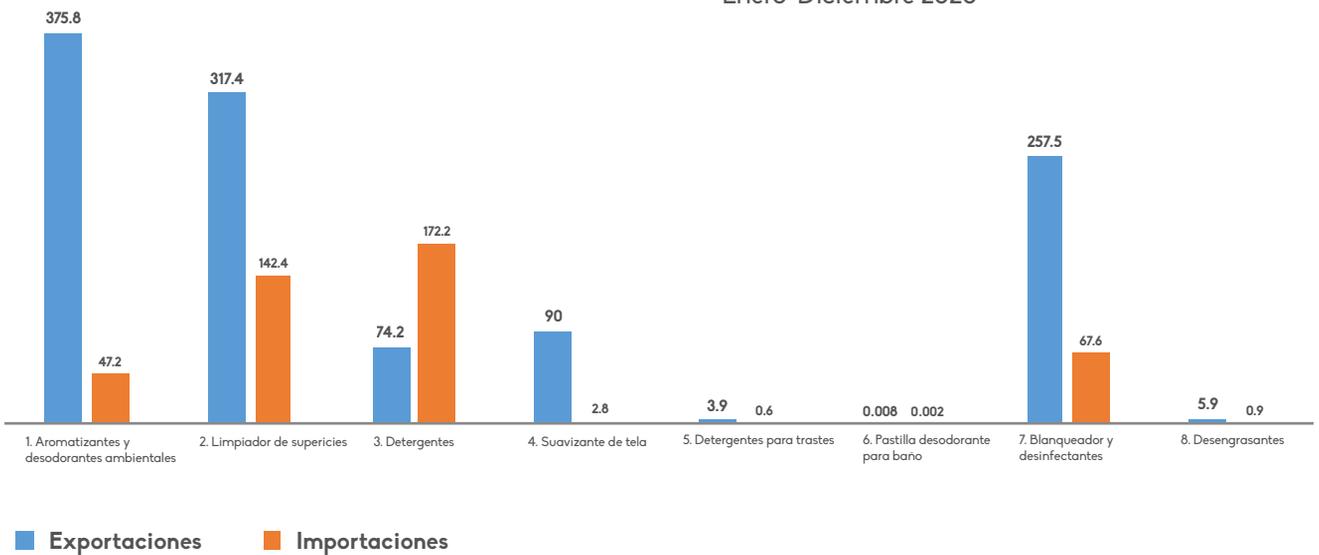


Cuidado del hogar	
Top 3 de importación	Top 3 de exportación
Detergentes 172.2 MDD	Aromatizantes y desodorantes ambientales 375.8 MDD
Limpiadores de superficie 142.4 MDD	Limpiadores de superficie 317.4 MDD
Blanqueadores y desinfectantes 67.6 MDD	Blanqueadores y desinfectantes 257.5 MDD



## Comercio y Balanza Comercial de Sector

Comercio y Balanza Comercial de Sector Cuidado del Hogar  
Participación (MDD) por categoría en el comercio Exterior  
Enero-Diciembre 2020



Fuente: Elaborada por CANIPEC con datos de SIAVI y el SAT



## 1.2 Alianza del Pacífico: Implementación y entrada en vigor del Anexo de Cosméticos

Después del arduo trabajo y gestiones de CANIPEC, del Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (CASIC) y de las diferentes Cámaras y Asociaciones que representan al sector en los países miembro de la Alianza del Pacífico desde antes de 2015, el Anexo de Cosméticos entró en vigor el 1 de abril de 2020, abriendo consigo el camino para la convergencia regulatoria a nivel regional.

Durante 2020 CANIPEC en colaboración con la Secretaría de Economía, CASIC y Cámaras de la región, realizó diversas gestiones con las autoridades sanitarias mexicanas para lograr el cierre de la negociación de documentos de implementación del anexo, por lo que el 28 de enero de 2021, la coordinación del Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio de la Alianza del Pacífico compartió a la industria la Decisión No. 10 de la Comisión de Libre Comercio de dicha iniciativa, por medio de la cual se incorpora al Capítulo de OTC el Apéndice al Anexo de Cosméticos (documentos de implementación), donde se dan pautas para la implementación de los puntos del Acuerdo inicial.

Lo anterior permitirá que las empresas y autoridades de la región tengan mayor certeza jurídica y lineamientos específicos para aplicar lo negociado en el anexo y aplicar los beneficios que éste trae consigo.



**Alianza del  
Pacífico**





### 1.3 Cierre de negociaciones del Anexo de Aseo Doméstico

De igual manera, en 2020 se realizaron importantes gestiones con las autoridades sanitarias mexicanas y de la región para cerrar la negociación del Anexo de Aseo Doméstico que inició en 2019 motivo por el cual el 28 de enero de 2021, la coordinación del Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio de la Alianza del Pacífico notificó a la industria la finalización de la negociación del Anexo de Eliminación de Obstáculos Técnicos al Comercio para el sector de Aseo Doméstico, el cual se encuentra en revisión legal por parte de los abogados de la iniciativa.

Al igual que el de cosméticos, este anexo permitirá un mayor intercambio comercial en la región y una convergencia regulatoria alineadas a las mejores prácticas internacionales.

### 1.4 Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México y Ecuador

Actualmente Ecuador está interesando en formar parte de la Alianza del Pacífico, por lo que uno de los requisitos más importantes es que cuente con un TLC con cada uno de los países miembro, siendo México el único país con el que Ecuador no sostiene tratado alguno.

En 2020 iniciaron las rondas de negociación de un TLC entre ambos países en las cuales CANIPEC participó activamente en las negociaciones de acceso a mercados (desgravación arancelaria) y reglas de origen conforme a las consultas y acercamientos que la Secretaría de Economía ha tenido con nuestro sector.

Como primeros resultados durante este proceso, logramos cambiar la propuesta inicial de oferta arancelaria que la Secretaría de Economía había presentado a Ecuador, la cual no estaba alineada a los intereses del sector por considerar cortes anuales de desgravación demasiado extensos. Tomando en cuenta los comentarios y postura de CANIPEC, las propuestas subsecuentes de la Secretaría incluían plazos más cortos y algunos ya fueron aceptados por Ecuador a pesar de que este país se mantiene con una postura proteccionista.

El proceso de negociación aún sigue en curso, por lo que continuaremos defendiendo nuestra postura para lograr un acceso al mercado ecuatoriano sin aranceles y/o con plazos de desgravación más cortos y con reglas de origen alineadas a la Alianza del Pacífico.





## 1.5 Acercamiento con autoridades y relaciones con gobierno- Cumplimiento de NOM's de etiquetado

El 1 de octubre de 2020 entró en vigor el Acuerdo que modifica al diverso por el que la Secretaría de Economía emite reglas y criterios de carácter general en materia de Comercio Exterior, con el cual se eliminaron excepciones para el cumplimiento de NOM's de etiquetado para el caso de materia prima, empaque, muestras, productos usados para fines internos de la empresa, etc. que no están destinados para consumidores finales.

Desde CANIPEC se realizaron importantes gestiones con la Dirección General de Normas (DGN) y con la Dirección General de Facilitación Comercial y de Comercio Exterior (DGFCCE) de la Secretaría de Economía a fin de presentar la postura del sector, manifestando el impacto negativo que tendría esta modificación e indicando que dicho cumplimiento de NOM's aplica únicamente en productos que serán consumidos, adquiridos y disfrutados por consumidores finales. Con ello, se logró que la DGN y la DGFCCE emitieran criterios para las NOM's aplicables para nuestro sector con los que se da mayor certeza jurídica sobre productos para los que no se está obligado el cumplimiento, como es el caso de materia prima, empaque, muestras para pruebas de calidad, entre otros, mitigando así riesgos y costos adicionales en las operaciones de comercio exterior de nuestros afiliados.



## 1.6 Obstáculos técnicos al comercio

Con el fin de fortalecer el mercado interno y externo de México, CANIPEC ha participado de forma activa en el Comité Nacional de Obstáculos Técnicos al Comercio para eliminar requisitos que frenan el flujo del intercambio comercial internacional conforme a lo estipulado en el Acuerdo de Facilitación Comercial de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Dentro de las gestiones realizadas el año pasado se encuentra el seguimiento a reglamentos y normas emitidos por las autoridades sanitarias de países de Latinoamérica como Chile y Haití con los cuales existe una amplia relación comercial con México.

Estos reglamentos y normas pudieran generar obstáculos técnicos al comercio de productos de cuidado personal y del hogar por indicar requisitos adicionales que no se alinean a las mejores prácticas internacionales y a Acuerdos negociados con otros países de la región, por lo que hicimos de conocimiento a la Secretaría de Economía dichos planteamientos a fin de que ésta los presente en el Comité Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC para mitigar cargas administrativas, riesgos legales y costos adicionales en la exportación a dichos países.





## 1.7 Vicepresidencia del Comité de Facilitación Comercial de CASIC

En 2020 se logró la vicepresidencia del Comité de Facilitación Comercial de CAISC, lo cual permite el posicionamiento de CANIPEC a nivel Latinoamérica con las diferentes autoridades de comercio de la región, tomando en consideración las necesidades y beneficios para nuestras empresas afiliadas en miras a la facilitación del intercambio comercial con los diferentes países de dicha región.



## 1.8 Asesoría continua y compliance

Además de la participación en cuestiones estratégicas, política comercial exterior y negociaciones internacionales, uno de nuestros principales objetivos es la asesoría continua sobre cuestiones operativas en materia aduanera, por lo que durante el año se resolvió un amplio número de consultas de nuestros afiliados generando un valor agregado en las operaciones de comercio exterior con la mitigación de posibles riesgos por incumplimiento de regulación, agilidad en procedimientos aduaneros y disminución de costos operativos.

Dentro temas objeto de consulta destacaron los siguientes:

- Clasificación arancelaria.
- Cumplimiento de NOM's de etiquetado.
- Certificación y reglas de origen.
- Permisos y registros previos de importación.
- Manifestación de valor.
- Devolución de aranceles y pago de lo indebido.



## 1.9 Cursos y Capacitación

Durante 2020 se ofrecieron cursos y capacitaciones de comercio exterior a nuestros afiliados, teniendo una amplia participación de asistentes.

En estas capacitaciones se tuvieron ponencias de alto nivel por parte de autoridades y de firmas de consultoría para las siguientes temáticas:

- Entrada en vigor del T-MEC: Reglas de origen, certificación de origen y Anexos sectoriales con impacto en el sector de CANIPEC
- Nuevas disposiciones para la manifestación de valor





## 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL SECTORIAL

### 2.1 Programa Belleza y Bienestar

En 2020 el programa Belleza y Bienestar cumplió 5 años posicionándose como un programa de Responsabilidad Social Sectorial de la industria de productos de cuidado personal; su principal objetivo es educar e informar al consumidor a través de contenidos intuitivos y útiles para su vida cotidiana, así como impulsar el consumo informado y la compra de productos en el mercado formal por la seguridad que esto representa para su salud.

Entre muchos de sus logros obtenidos durante 2020, el programa Belleza y Bienestar fue reconocido en Latinoamérica al quedar dentro de los 5 finalistas de los Octavos Premios LATAM Digital como mejor campaña de Responsabilidad Social y Valores, promoviendo la educación al consumidor y el consumo informado.



La evolución del programa se ve reflejada a través de la inclusión de dos transmisiones de Facebook Live al mes que iniciaron en 2020, espacios donde expertos y especialistas de las diferentes empresas que son parte del programa comparten su experiencia acerca de ingredientes, el uso de productos y temas relacionados al sector a fin de generar una comunidad más activa y participativa con el consumidor.

La medición que abarcó de agosto 2019 a julio 2020, dio como resultado un total de 32.3 millones de impactos en las diferentes plataformas digitales del programa Belleza y Bienestar y más de 5.5 millones de interacciones por parte del usuario que consulta su información.

Se registraron 362.7 mil sesiones, con un número de 330.9 mil usuarios, estimando una duración media por sesión de 02:13 minutos, lo que indica que los usuarios leen más de un contenido y exploran el sitio.

El programa ha venido invirtiendo en contenidos en video, materiales que han obtenido más de 851.3 mil visualizaciones en YouTube con un aproximado de 47.2 millones de impactos; el tiempo de reproducción del usuario es de 1:35 minutos lo que ratifica que este formato es de mayor interés y consulta para el consumidor.



Las actividades de relaciones públicas en medios de comunicación tradicionales (TV, radio, medios digitales) siguen presentes pues estos permiten llevar al consumidor más información; se han hecho colaboraciones con medios de comunicación como la revista MOI, InStyle, GLAMOUR, COSMOPOLITAN, BBMundo, El Universal, Milenio, Radio Fórmula, entre otros, además de participar en programas de televisión como El Herald TV, Magazine, ADN 40, Tu Casa TV, llevándonos a favorables resultados obteniendo alrededor de 37 millones de impactos con un Ad equivalence de \$7.9 millones. Este año concluido, se superó el número de artículos top medio con publicaciones (el 90% fueron on-line) y se realizaron 14 entrevistas con diferentes editoras.

Año con año desde el inicio del programa, se busca fortalecer los vínculos con influencers, bloggers y editores de belleza a través de capacitaciones y master class, mismas que se brindan en conjunto con expertos de diferentes empresas; con estas acciones se busca informar sobre los productos de cuidado personal y su correcto uso logrando con ello, nuevas alianzas para posicionar Belleza y Bienestar. Aunado a lo anterior, influencers y editores de belleza están colaborando de forma mensual como embajadores del programa y de la importancia del consumo informado para amplificar nuestros mensajes a través de sus redes sociales y llegar así a una mayor audiencia.

Durante el cuarto año de Belleza y Bienestar, se detectó el interés por parte de los consumidores en profundizar en temas de medio ambiente y sustentabilidad, autorregulación, ingredientes de la industria y pruebas de seguridad en los productos cosméticos, lo que llevó al programa a incluir estas 4 nuevas líneas de comunicación.

La participación (engagement) creció; se han recibido comentarios de satisfacción y agradecimiento por la información proporcionada lo cual motiva e inspira al programa a generar nuevos contenidos e información específica de temas de su interés.



Belleza y Bienestar cuenta con una plataforma digital dentro del sitio web: <https://bellezabienestar.org/> en donde se publican contenidos y videos de las diferentes categorías de cuidado personal con información confiable y veraz acerca de los productos, innovaciones y su correcto uso, además de invitar al consumidor a explorar con mayor confianza las nuevas herramientas de consumo como el e-commerce y promover la compra en el mercado formal

El programa cuenta con una importante presencia en redes sociales (RRSS) como son: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube brindando al usuario un acceso sencillo que le facilita encontrar información confiable dependiendo de sus intereses.

Seguimos trabajando para posicionar al programa Belleza y Bienestar como el referente de información fidedigna de productos de cuidado personal que detone confianza y por tanto, de forma indirecta fomentar un crecimiento de consumo de los productos que ofrece este sector, fortaleciendo así la cultura de consumo informado que ahora más que nunca nos permita estrechar las sinergias con autoridades, instituciones y medios de comunicación.



## 2.2 Programa Cuidando Tu Hogar

Los números logrados en el tercer año de Cuidando tu Hogar son dignos de resaltarse ya que todo el alcance e interacción por parte del consumidor fueron de forma orgánica.

El programa logró más de 28 mil impactos totales a través de nuestra principal red social que es Facebook (CanipexMx) en donde se realizaron publicaciones con temas de interés para el consumidor como fueron: tips de uso de productos de higiene doméstica, importancia de no mezclar productos de aseo, ¿cómo limpiar y desinfectar espacios del hogar y objetos de uso común?, mercado formal, entre otros.

A través de nuestro sitio web <http://canipec.org.mx/cuidando-tu-hogar/> se alcanzaron 57.4 mil sesiones con más de 51 mil usuarios durante el año, con una duración media por sesión de 1:10 min, números bastante positivos tomando en cuenta que solamente se realizan dos publicaciones mensuales con una inversión de \$0.00.

Como futuras acciones es indispensable definir los objetivos del programa para poder impulsarlo y diseñar una estrategia más detallada.



## CÓDIGO COSMEP

### 2.3 Código de Autorregulación y Ética Publicitaria (COSMEP)

Tras 11 años de trabajo, el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos y de Aseo de Uso Doméstico (COSMEP) considerado un programa de Responsabilidad Social Sectorial que busca generar una clara diferenciación de las empresas adherentes mediante el compromiso de ofrecer a la sociedad sólidos principios éticos por medio de la creación de publicidad legal, respetuosa, digna, veraz y comprobable, está transitando hacia el reconocimiento de dicha diferenciación por parte del consumidor a través del 'Distintivo COSMEP', el cual, les otorgará certeza a los consumidores sobre la información y la publicidad que difunden las empresas autorreguladas acerca de sus productos.

Este esfuerzo de Responsabilidad Social Sectorial continúa contribuyendo a concientizar a las autoridades sobre el valor agregado que brinda la autorregulación generando relaciones de colaboración y confianza, siendo considerado un punto de cumplimiento que permita el uso del Distintivo Digital que está creando la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y a través del Código de Ética en Materia de Comercio Electrónico, se tenga también el reconocimiento de la autorregulación como un mecanismo confiable, imparcial, eficiente y seguro para la solución de conflictos relacionados con actividades o prácticas comerciales que se lleven a cabo a través de medios electrónicos digitales, mismo que también está creando PROFECO

Realizamos las acciones necesarias para que el espíritu del Código COSMEP prevalezca, pues su objetivo es garantizar que las empresas adherentes de productos de cuidado personal y de aseo del hogar se distingan por ofrecer a la sociedad principios éticos actuales, así como evidenciar el compromiso y la labor que las empresas autorreguladas realizan.



## 2.4 Programa de Oncoestética Luzca Bien... Siéntase Mejor

En 2020 Luzca Bien...Siéntase Mejor continuó con la misión de entregar e implementar talleres de oncoestética a mujeres con cáncer, en alianza con clínicas y asociaciones que trabajan de manera cercana con CANIPEC, esto con el objetivo de fortalecer su autoestima, mejorar su imagen y estado de ánimo, y como apoyo para llevar adelante el tratamiento oncológico.

Si bien la presencia de COVID-19 cambió muchos de los planes y la forma en que colaborábamos, mantener cercanía con las pacientes fue posible gracias a las plataformas digitales y redes sociales que se convirtieron en un gran aliado para crecer nuestra presencia y poder llegar a más mujeres; a través de éstas realizamos talleres virtuales de automaquillaje y pláticas con expertos, alcanzando más de 8,700 interacciones de forma orgánica, de parte de pacientes y usuarias que consultan la fan page de Facebook Luzca Bien Siéntase Mejor México.

Durante el año concluido se consolidó la alianza con el Voluntariado de Corazón DIF del Estado de Chiapas y con el Estado de Tabasco; la colaboración con nuestras sedes de instituciones médicas y asociaciones como son el INCAN, Fundación IMSS, ISSSTE Zaragoza, Siglo XXI, ASBIS, Fundación Mexicana para la Dermatología y Secretaría de Salud de Querétaro se mantuvo y se reforzó el trabajo conjunto.

Hasta el día de hoy hemos recibido más de 35,000 productos donados para el Programa y hemos logrado llevar los talleres a más de dos mil pacientes.

## Evento Rosa 2020: Una nueva etapa

Cada año Luzca Bien...Siéntase Mejor México de la mano de CANIPEC lleva a cabo el 'Evento Rosa', un evento benéfico que tiene como objetivo recaudar fondos que permitan sostener los gastos operativos del Programa y este 2020 no fue la excepción.

El 26 de octubre en el marco del Mes Rosa llevamos a cabo el 'Magno Taller Virtual de Oncoestética', nuestro primer evento rosa, en línea, que fue transmitido en vivo desde la página de Facebook del Programa; con ello alcanzamos a más de 175 pacientes de México, Brasil, Colombia y Perú, logrando un impacto a nivel regional.

Gracias a las empresas Colgate, Beiersdorf, Rúbrica Legal, Avon, Grisi, Croda, L'Oréal, Natura, Pierre Fabre, Zermat, Fedele, Zan Zusi, VITRO y la producción de 'Los Cuentos de la Catrina', por sumarse como patrocinadores de la causa y hacer posible que Luzca Bien...Siéntase Mejor, siga contribuyendo al bienestar integral de las mujeres en este 2021.

En un momento comenzamos...

**MAGNO TALLER VIRTUAL DE ONCOESTÉTICA**  
- EVENTO ROSA 2020 -

26 de octubre

**LAURA LUZ**  
Actriz y Comunicadora

**JULIO CASTILLO**  
Experto en Cuidado Personal

Beiersdorf Colgate RÚBRICA LEGAL AVON  
L'OREAL CRODA FEDELE ZAN ZUSI VITRO



## 2.5 Premio Ética y Valores en la Industria y su Implementación en Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, CONCAMIN 2020'

Los obstáculos y adversidades no limitaron nuestro crecimiento ni los esfuerzos realizados para posicionar a CANIPEC como un referente de confianza, bienestar y Responsabilidad Social Sectorial, para las empresas y los consumidores. Gracias a esto, fuimos reconocidos con el premio 'Ética y Valores en la Industria y su Implementación en Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial 2020' que otorga la CONCAMIN.

## 2.6 Programa de Desarrollo Profesional de CANIPEC (Programa de Becarios)

Para CANIPEC, contribuir en la capacitación y desarrollo de los jóvenes es parte de las acciones de Responsabilidad Social; trabajamos para ser un semillero de talento y plataforma profesional para estudiantes que desean desarrollarse dentro del sector y con ello, adquirir nuevas herramientas y conocimientos que les abran brecha de oportunidad dentro del mundo laboral.

El Programa de Becarios es un servicio de CANIPEC que genera vínculos de colaboración entre corporativos empresariales afiliados y no afiliados e instituciones académicas, con el fin de fomentar la participación y desempeño de jóvenes de diversas carreras universitarias para contribuir a su desenvolvimiento profesional.

Los números para cierre de 2020 fueron positivos y alcanzamos nuestro objetivo presupuestal establecido. A pesar de la situación y cambios que trajo consigo la pandemia, llegamos a final de año con 55 becarios y 9 empresas con participación activa en el Programa.

BDF, Combe, Estée Lauder, Euroquímica, Fedele, Grisi, Jafra, Sinax y Versailles enlistan nuestra base de empresas colaboradoras en el Programa de Desarrollo Profesional mientras que, en la parte educativa, seguimos trabajando mano a mano con IPN, UNAM, Universidad Anáhuac, Universidad Iberoamericana, ITAM, La Salle, Universidad Panamericana, UNITEC, UVM, entre otras.



Para las empresas, integrar becarios a su plantilla tiene muchas y positivas ventajas desde el inicio de su inclusión. Los jóvenes generan ideas innovadoras y suman vitalidad a los procesos; buscan ser parte integral del equipo y colaborar para conseguir objetivos en conjunto: resuelven problemas desde otra perspectiva y traen un ADN digital que contribuye a la adaptación de la empresa hacia nuevas tendencias y medios tecnológicos.

El programa de becarios de CANIPEC ofrece a las empresas un bajo costo de operación y oferta competitiva para proveer y administrar los perfiles y becarios que decidan incluir a su organización. Las empresas reciben a través de los becarios el apoyo para disminuir la carga administrativa de las diferentes áreas que la conforman, así como desarrollar proyectos especiales que requieran de atención particular, a la par que ellos como corporativos, contribuyen socialmente en el impulso y preparación de la juventud mexicana.





## 3. REGULATORIO

### 3.1 Cuidado del Hogar

#### **Negociación de Alianza Pacífico para la conformación del Anexo de Aseo Doméstico**

Durante 2020 en el proceso de negociación del Anexo de Aseo Doméstico, logramos un consenso entre las diferentes autoridades de los países que forman parte de la Alianza del Pacífico, consiguiendo que dicha negociación fuera concluida, quedando únicamente pendiente, la firma, la entrada en vigor y la implementación de este Anexo a fin de adoptar mejores prácticas regulatorias para los productos de aseo doméstico.

#### **Comité Técnico de Normalización de la Industria Química**

Dentro de este comité, CANIPEC trabajó en la revisión, modificación y aprobación de las siguientes NMX, de las cuales ya fue publicada su declaratoria de vigencia:

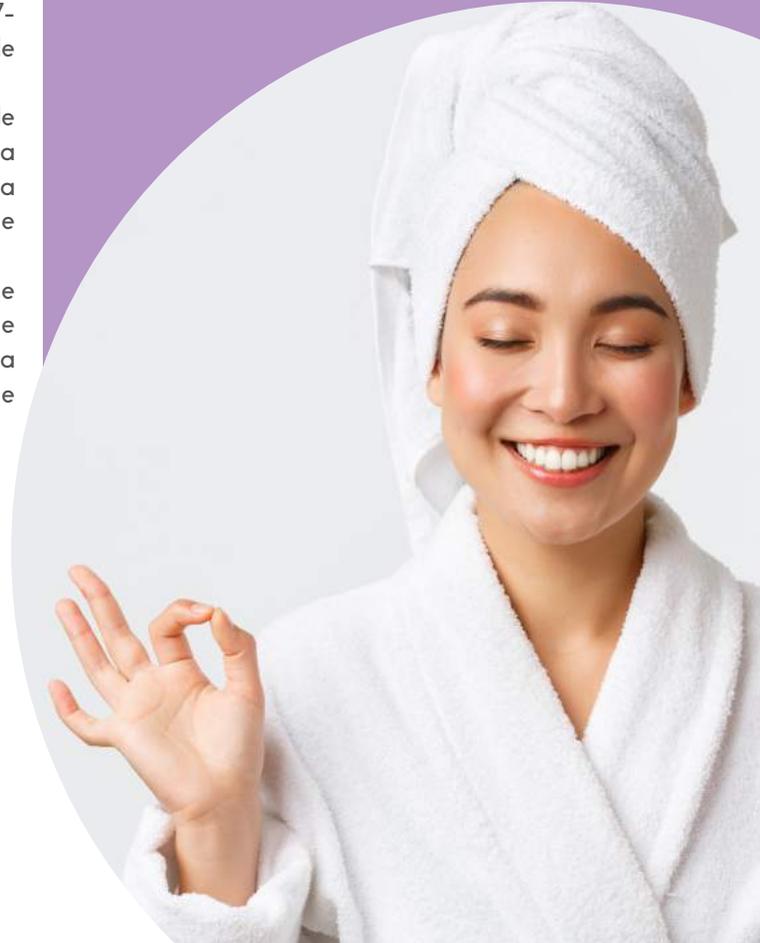
- **Norma Mexicana NMX-K-377-NYCE-2020:** Productos para aseo-suavizantes o acondicionadores de textiles | Especificaciones y método de prueba (cancela a la NMX-K-377-CNCP-2013) | Declaratoria de vigencia el 25 de junio de 2020.
- **NMX-Q-016-NYCE-2019:** Buenas prácticas de manufactura para establecimientos dedicados a la manufactura de productos de aseo, (cancela a la NMX-Q-016-SCFI-2011) | Declaratoria de vigencia el 04 de junio de 2020.
- **NMX-K-282-NYCE-2019:** Determinación de hidróxidos y carbonatos en soluciones de hipoclorito de sodio-Método de Prueba, (cancela a la NMXK-282-SCFI-2012) - Declaratoria de vigencia el 03 de junio de 2020.

### 3.2 Temas comunes de los sectores de Cuidado del Hogar y Cuidado Personal

Se trabajó el anteproyecto de la Norma Oficial Mexicana ANTEPROY-NOM-XXX-SE-2020, Productos de Aseo de Uso Doméstico y Productos Cosméticos | Límites Máximos Permisibles de Contenido de Compuestos Orgánicos Volátiles (COV).

Como parte del sector privado hemos tomado el liderazgo del diálogo con la autoridad ambiental en relación con el proyecto de esta Norma; hasta el momento las categorías de productos, los límites establecidos y el método de prueba se encuentran alineados con el CFR de EUA, y con ello, se evitó el etiquetado de los productos a fin de incluir el % de COV en la etiqueta, la certificación de productos y la aplicación de un método experimental.

Si bien las reuniones con la autoridad continúan, se espera que los trabajos técnicos se concluyan a finales de febrero o inicios de marzo 2021 para la posterior publicación del proyecto en el DOF, esto a fin de dar inicio al proceso de consulta pública.





### 3.3 Cuidado Personal

**a) Norma Mexicana NMX-K-539-NYCE-2020:** Industria química-Dentifricio-Especificaciones y método de prueba (cancela a la NMX-K-539-CNCP-2013) | Declaratoria de vigencia el 25 de junio de 2020.

El 25 de junio de 2020 fue publicada en el Diario Oficial de la Federación, la declaratoria de vigencia de dicha Norma en la cual participamos a través del Comité Técnico de Normalización de la Industria Química.

**b) Norma Mexicana NMX-K-541-NYCE-2020:** Industria química-Dentifricio-Determinación de pH-Método de prueba (cancela a la NMX-K-541-CNCP-2013).

El 25 de junio de 2020 fue publicada en el Diario Oficial de la Federación, la declaratoria de vigencia en la cual participamos a través del Comité Técnico de Normalización de la Industria Química.

#### **Reconocimiento de las pruebas alternativas para la evaluación de la seguridad**

Aprobación por el Senado del dictamen que reforma la Ley General de Salud sobre las pruebas en animales de los productos cosméticos.

El 19 de marzo se aprobó por unanimidad el dictamen del Pleno que reforma la Ley General de Salud sobre las pruebas en animales de los productos cosméticos; desde CANIPEC logramos que la autoridad legislativa aceptara varias modificaciones, pasando de una prohibición total a una prohibición que considera excepciones de acuerdo con el estado actual de la ciencia.

Actualmente estamos dando seguimiento en la Cámara de Diputados con miras a su aprobación final.

#### **Uso Cosmético del Cannabis y sus derivados**

Aprobación por el Senado del Dictamen en materia de despenalización del cannabis.

El 18 de noviembre de 2020 se aprobó el dictamen en materia de despenalización de cannabis y logramos desde CANIPEC, que su uso se prevea en productos cosméticos.

Actualmente estamos dando seguimiento en la Cámara de Diputados con miras a su aprobación y si es posible, su fortalecimiento conforme al documento de posición entregado.





### 3.4 Eventos y Capacitaciones en materia regulatoria

#### Webinar- Cannabis 'Marco Regulatorio en México y su uso en la industria cosmética'

En el mes de mayo el área regulatoria de CANIPEC realizó con éxito un webinar en materia de Cannabis y su uso cosmético, teniendo gran participación de la industria afiliada y no afiliada.

El webinar consistió en tres sesiones vía remota, en las cuales se abordó la reforma a la Ley General de Salud en materia de cannabis, el proyecto de armonización derivado de dicha modificación, el dictamen aprobado en lo general en Cámara de Senadores para atender la legalización del Cannabis y por la parte técnica, la clasificación del cannabis, los usos en la industria cosmética, así como la metodología analítica para la identificación de cannabinoides.

#### Webinar 'Protocolos de Bioseguridad para la nueva normalidad'.

Derivado de la emergencia sanitaria en la que el mundo entró durante 2020, llevamos a cabo, con gran aceptación, un webinar de dos sesiones vía remota denominado 'Protocolos de Bioseguridad para la nueva normalidad'; el evento tuvo como fin revisar las acciones de bioseguridad que deben implementar las empresas ante los retos de la nueva normalidad para asegurar la protección al personal, el retorno al trabajo y la continuidad de las operaciones de negocio, abordando aspectos técnicos, médicos y legales.



#### 11° Seminario Internacional 'La Ciencia detrás de los cosméticos: Regulación y Tendencias en tiempos de COVID'.

Del 26 al 30 de octubre realizamos la 11ª edición del Seminario Internacional 'La Ciencias detrás de los Cosméticos'; en esta ocasión el evento fue completamente virtual considerando la emergencia sanitaria y consiguiendo un buen resultado con la participación de 73 asistentes de 53 empresas afiliadas y 11 ponentes pertenecientes a seis organizaciones aliadas de CANIPEC.

Los temas abordados estuvieron relacionados con tendencias de productos cosméticos e ingredientes, comportamiento del consumidor y regulación sanitaria en diferentes regiones del mundo





## 4. MEDIO AMBIENTE

### 4.1 Aprobación del Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos

El pasado 8 de octubre en la sesión de la Asamblea General de CANIPEC, se presentó y aprobó como sector el 'Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos', el cual tiene por objetivo el manejo y reincorporación de los envases y empaques que se convierten en residuos de las industrias: cosmética y la de aseo doméstico; dicha reincorporación se realizará conforme a lo establecido en la Ley General de Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR) y alineado a los compromisos y metas del Acuerdo Nacional de la Nueva Economía de los Plásticos, incorporando criterios de producción y consumo responsable para alcanzar una economía circular.

Este Plan cuenta con cinco estrategias enfocadas a incrementar la recuperación de materiales, fomentar el uso de envases con contenido de material reciclado, reconocer a los envases altamente reciclables y a los reutilizables, así como, comunicar y brindar información a las partes interesadas acerca de un consumo responsable y la gestión adecuada de los residuos.

El plan y su implementación se realizará durante el 2021, con el propósito de lograr la transición a una economía circular del sector. operaciones de negocio, abordando aspectos técnicos, médicos y legales.

### 4.2 Entrega del primer Informe del Acuerdo Nacional de la Nueva Economía de los Plásticos

A principios del mes de diciembre CANIPEC en conjunto con otras organizaciones empresariales, elaboramos y realizamos la entrega del primer Informe del Acuerdo Nacional para la Nueva Economía del Plástico en México el cual, describe las metas y acciones generadas en los últimos 12 meses. En dicho informe se reportaron siete empresas del sector del Cuidado Personal y del Hogar.

El documento destaca que diversas empresas realizan acciones para que los envases y empaques sean reutilizables, reciclables, compostables o aprovechables y que cuenten con un plan de manejo adecuado; incentivan la demanda de contenido de material reciclado y promueven la eliminación de plásticos innecesarios.

De las empresas que reportaron, ninguna utiliza microplásticos sólidos en los productos cosméticos que se enjuagan y se utilizan para exfoliar, pulir o limpiar.





### 4.3 Segundo Taller de Economía Circular

En la semana del 18 al 22 de mayo realizamos el Segundo Taller de Economía Circular a través de una jornada de webinars apoyados de la participación de ponentes expertos de Belcorp, Baker & McKenzie, BASF, L'Óreal y Natura.

Lo que buscamos fue generar un espacio de diálogo e intercambio de experiencias y buenas prácticas nacionales e internacionales acerca de la implementación de la Economía Circular en la industria. Los temas abordados fueron: Estrategias de envases y empaques sustentables, la Responsabilidad Extendida al Productor, Análisis de la iniciativa legislativa sobre Economía Circular, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y su aplicación en las cadenas de valor sostenibles, y algunas soluciones en Economía Circular en la formulación de productos de aseo de uso doméstico.

### 4.4 Curso de Cosméticos y Detergentes Ecológicos y Naturales

Del 20 al 22 de julio de 2020 implementamos el curso de Cosméticos y Detergentes Ecológicos y Naturales para dar a conocer la certificación de prácticas sostenibles de ECOCERT, así como los criterios de aplicación en la fabricación de productos cosméticos y de limpieza, los ingredientes de origen natural o ecológico; su gestión responsable de los recursos naturales y los desafíos medioambientales y sociales.

Durante la sesión se abordaron temas como la composición de la certificación ECOCERT-COSMOS; la manera en la que se realiza el desarrollo de productos cosméticos, de materias primas y de productos detergentes para certificación.

Contamos con la presencia de una experta de ECOCERT, organismo que certifica a los productos ecológicos y naturales a nivel mundial.

### 4.5 Foro virtual de Negocios Sustentables en la Industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar

En la semana del 24 al 26 de noviembre realizamos el Foro Virtual de Negocios Sustentables, espacio que nos permitió abordar la manera en la que se realizan negocios sustentables en la coyuntura actual; se abordaron temas relacionados a la Economía Circular y la Agenda 2030 así como la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Tuvimos la participación de ponentes de empresas y organizaciones reconocidas como DOW, ANIPAC, la Embajada Británica en Colombia y la AMEXCID.





## 5. POSICIONAMIENTO

### 5.1 Comisión de Relaciones con Gobierno

Durante 2020 se llevaron a cabo 11 sesiones de la Comisión de Relaciones con Gobierno, en donde presentamos, analizamos y creamos una estrategia para las iniciativas en materia de salud, comercio exterior, laborales de sustentabilidad y medio ambiente, así como comerciales, para las cuales analizamos aproximadamente cinco iniciativas.

Entre los temas destacados se encuentra la ‘Discriminación por discapacidad’, por lo que a inicio del 2020, visitamos al Secretario Técnico de la Comisión de Economía de la Cámara de Senadores a fin de que se analizara la propuesta, pues el tema ya se encontraba contemplado en la Ley Federal de Protección al Consumidor, logrando que se mantuviera únicamente en el artículo que ya consideraba la obligación de los proveedores sobre la facilitación de los dispositivos indispensables para uso de los productos o servicios que ofrecen.

Otro tema en el que participamos activamente fue en la nueva Ley de la Infraestructura de la Calidad con una valiosa y favorable aportación, que logró incidir en minimizar el impacto mediante intervenciones en mesas de trabajo, así como con interlocuciones con la autoridad fortaleciendo la comunicación y relación con la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía.

En lo referente a comercio exterior, obtuvimos la creación de criterios que mitigaran los riesgos en las operaciones de esta materia, derivados de la modificación al Acuerdo de las Normas Oficiales Mexicanas.

En cuanto a Regulación Sanitaria, colaboramos en los dos siguientes temas:

a) Monitoreamos y trabajamos alrededor de cuatro iniciativas relacionadas con ‘pruebas en animales de los productos cosméticos’; desde CANIPEC logramos que la Cámara de Senadores aceptara varias modificaciones, pasando de una prohibición total a una que considera excepciones de acuerdo con el estado actual de la ciencia.

b) En relación con el paquete de iniciativas sobre la despenalización del Cannabis, conseguimos que el Dictamen aprobado por el Senado previera el uso de cannabis en productos cosméticos. En este contexto, continuaremos dando seguimiento en la Cámara de Diputados con miras a su aprobación y si es posible su fortalecimiento conforme al documento de posición entregado.

Finalmente, respecto a temas de sustentabilidad y medio Ambiente, elaboramos el “Primer Informe de reporte del Acuerdo Nacional de la Nueva Economía de los Plásticos” con la participación de siete empresas del sector, en el que se describieron las acciones realizadas de aprovechamiento, acopio, contenido de material reciclado post-consumo, eliminación de plásticos innecesarios y microplásticos. Este documento permitirá un mejor posicionamiento ante las Autoridades Ambientales Federales y Locales.

Derivado de múltiples reuniones realizadas con el Subconsejero Jurídico del Estado de Chiapas logramos incidir en realizar una definición de productos plásticos de higiene y uso personal de un solo uso, con el propósito de limitar el alcance e impacto que puede tener la prohibición de este tipo de productos.





## 5.2 Acciones de apoyo pandemia COVID-19

Desde que la pandemia comenzó, reiteramos nuestro entero compromiso de accionar en beneficio de las empresas afiliadas y los sectores que representamos, y derivado de ello pusimos en marcha diversas actividades dirigidas a informar, orientar y apoyar de forma continua a nuestros afiliados.

- **Información en tiempo real:** Por medio de correo electrónico y/o WhatsApp informamos sobre medidas, anuncios y publicaciones oficiales, así como noticias relevantes en México y la región, además de actualizaciones de GEP, sobre los Estados y boletines diarios referentes al COVID-19.
- Participación en documentos acordados en diálogos internacionales.
- Encuestas para generar información sectorial con participación de la membresía.
- Cercanía con los socios colaboradores.
- Sinergias de apoyo canal profesional.
- Información sobre el comportamiento de las ventas durante la contingencia con base en las respuestas obtenidas por el envío de cuestionarios de CANIPEC a la membresía.
- Envío de apoyo en la promoción de los servicios que socios colaboradores ofrecen a las empresas del sector y que van dirigidos al tema COVID-19.

## 5.3 Complemento del Estudio Sectorial: Acciones sectoriales enfocadas en la recuperación económica 2020 – 2021

Hacia el último trimestre del año, lanzamos de la mano de Consultores Internacionales, el complemento del Estudio Sectorial: Acciones sectoriales enfocadas en la recuperación económica 2020 – 2021, que brindó un panorama de oportunidades para definir acciones específicas de corto plazo para la promoción, protección y reactivación de la industria tras la llegada de la pandemia por COVID-19.

Para la realización y obtención de opiniones y posturas, generamos espacios de valor para Consultores Internacionales a través de entrevistas 1 a 1 con expertos y tomadores de decisiones en empresas de la industria; los directores y gerentes que participaron en las entrevistas trabajaron sobre un documento de análisis de identificación de riesgos y posteriormente en un grupo de reflexión donde se abrió el diálogo para que cada uno de ellos expusiera la posición, dudas, acciones y recomendaciones que consideraba debíamos tomar, en representación del sector.

En el documento final se habla sobre cuáles son las afectaciones a la industria del cuidado del hogar y cuidado personal, las cuatro realidades en el tejido empresarial de la industria, las megatendencias del 2021; cuáles serán las nuevas formas de operar, entre otros elementos de interés y relevancia para afrontar los retos que supone la nueva normalidad.

El estudio dio como resultado un plan de acción enfocado en tres principales puntos:

- **Promoción:** Facilitar a las empresas y a nuestra propia organización, una transición más fluida hacia la recuperación de ventas y actividades productivas en los meses siguientes.
- **Protección:** Disminuir las distorsiones que impiden un funcionamiento adecuado a la industria, más allá de las meramente coyunturales, se trata de las procedentes del sector público y de las malas prácticas empresariales en México.
- **Reactivación:** Mitigar los riesgos del desabasto de insumos, las variaciones cambiarias, la cancelación e incumplimiento de contratos con proveedores internacionales, haciendo énfasis en las PyMEs de la cadena de valor.



## 5.4 Representación Internacional

El trabajo conjunto entre CASIC, CANIPEC y organismos globales, ha fortalecido las alianzas y reconocimiento en el espacio de representación internacional dándonos una plataforma para impulsar la agenda regional, facilitar el comercio y armonizar hacia mejores prácticas la regulación en países con los que realizamos un intercambio significativo.

Entre las acciones realizadas durante 2020 se encuentra el apoyo prioritario a nuestra industria durante la desafiante situación generada por la pandemia global, entregando información en tiempo real sobre medidas regulatorias y comerciales, documentos de posición, lineamientos para evaluar la crisis y capacitaciones en temas relevantes.

Pusimos en marcha trabajo público-privado en la Alianza del Pacífico para avanzar en la implementación del Anexo de Cosméticos y finalizar la negociación del Anexo de Cuidado del Hogar y en diferentes temas clave, generando documentos de posición para la evaluación de temas regulatorios-sanitarios, ambientales, de sustentabilidad y de facilitación del comercio, además de apoyar la agenda local y subregional propuesta por las Asociaciones locales de la industria.





## 6. SERVICIOS Y FORTALECIMIENTO INTERNO

### 6.1 Cambio de imagen institucional

El 2020 para nosotros también significó renovación, decidimos dar un giro de 180° a nuestra imagen institucional al cambiar el logotipo y concepto gráfico que antes se conocía. Esto forma parte las acciones de evolución que deseamos comunicar y consolidar durante este nuevo año.

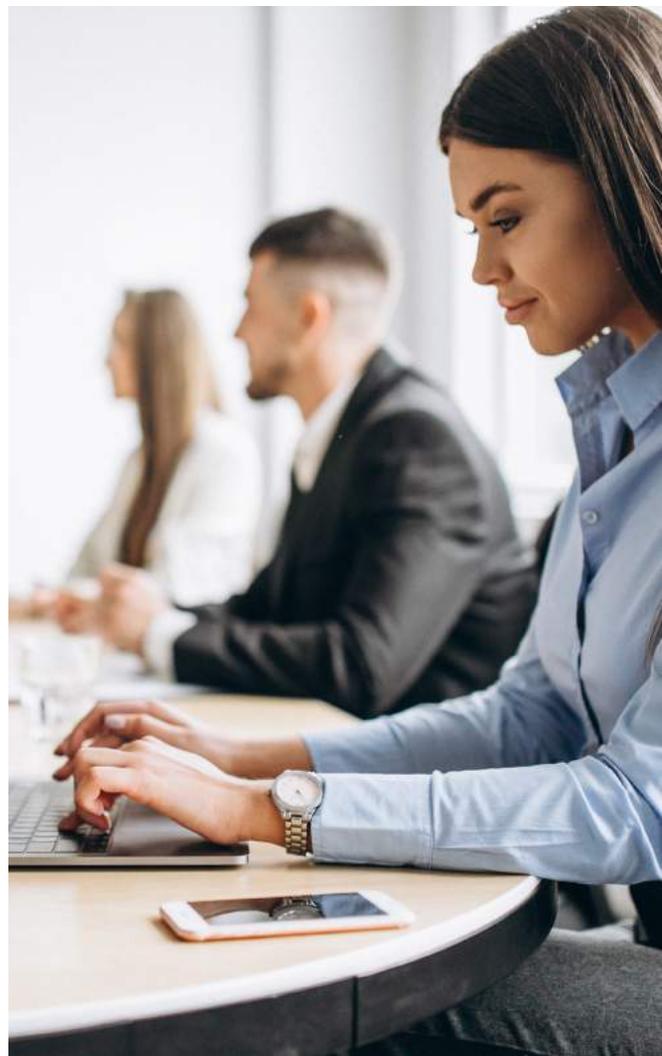


De igual forma, pudimos plasmar nuestro propósito y razón de ser en un nuevo video institucional con el que pudimos hablar sobre el camino que hemos recorrido desde nuestra creación en 1978; los servicios que ofrecemos, así como la revalorización y redescubrimiento que como organización nos impulsa para generar nuevas oportunidades y rediseñar nuestras capacidades a través de la experiencia.

Conoce el nuevo video dando clic en este link: <https://canipec.org.mx/acerca-de-canipec/>

### 6.2 Programa de Lealtad CANIPEC

Durante 2020 fue aprobado el proyecto 'Programa de Lealtad CANIPEC', mismo que implementaremos e impulsaremos en 2021 con el firme objetivo de mantener nuestra plantilla de afiliados, fortalecer la sostenibilidad de la Cámara y promover el nivel de participación de la membresía.





Los lineamientos de acción del programa son conocer los intereses de negocio del afiliado, comunicar la oferta de valor y generar siempre una propuesta de ganar – ganar que nos permita ir en conjunto hacia la transformación de la industria.

El ‘Programa de Lealtad’ es aplicable a los servicios adicionales a los que incluye la membresía, pero ¿cómo operará?

- Se sumarán Puntos CANIPEC por el uso de los servicios y con un determinado nivel de puntos se acreditará al premio CANIPEC.
- Los puntos serán acumulables solo un año.
- Cuando se exceda al número de puntos meta, el remanente pasará al conteo del siguiente año.
- Cuando no se logre llegar al número de puntos, se acumulará solo el 50% de ellos para el siguiente año.

¡Participa activamente en los eventos y actividades que realiza CANIPEC! Tus puntos podrán dar descuentos a tu empresa en su afiliación 2022.

### 6.3 Campaña de Comunicación con agencia PRP

Implementamos una campaña de comunicación enfocada en dos de nuestros públicos clave: Agremiados y Colaboradores, con el propósito de revalorizar a la Cámara frente a estos y contribuir a su permanencia en la asociación, además de colocarnos no solo como un jugador al servicio de la industria, sino como una plataforma de conversación favorecedora de la evolución del gremio. Esto fue posible gracias a la colaboración de la consultora PRP.

Las acciones internas estuvieron encaminadas a la generación de un nuevo mindset que permitiera contribuir a nuestro posicionamiento como autoridad en el sector entre públicos externos e insertar a nuestro equipo interno como verdaderos consultores entre los agremiados a través de acciones y materiales que amplificaron nuestro expertise y que también nos dejaron mostrar el acompañamiento clave a favor de objetivos y estrategias en común.

Las empresas agremiadas calificaron como valiosas las acciones realizadas por CANIPEC como el envío de infografías de temas de interés, el dossier de expertos CANIPEC y la realización de Cafés Virtuales sobre los programas más prioritarios del año, y agenda de la Cámara, apuntando de manera importante hacia la participación de los afiliados y el reconocimiento del equipo interno como autoridad en la industria.

### 6.4 ‘Segunda Jornada de Competitividad’

En el mes de agosto se llevó a cabo la Segunda Jornada de Competitividad con la presencia de Euromonitor como ponente quien presentó el tema “Impacto COVID en la belleza y cuidado personal: Estrategia y comunicación efectiva en la nueva normalidad y tendencias globales hacia 2025”.

Es importante señalar que el número de participantes en esta Jornada, ha ido incrementando positivamente año con año, al igual que el interés por los temas que se desarrollan en el evento, impulsando la competitividad y participación, iniciamos también un nuevo servicio al abrir espacios a nuevas empresas que no son afiliadas y poder exponer temas de interés para el sector.

Sumitomo Corporation de México S.A. de C.V., dio inicio con esta colaboración e impartió un webinar sin costo sobre Beauty-Bioactives for the Cosmetics of tomorrow para nuestros afiliados.



## 6.5 Nuevos Afiliados 2020

El 2020 fue un año que tuvo obstáculos y nos retó como organización para ser más innovadores, creativos, resilientes y encontrar caminos posibles para el logro de objetivos comprometidos con los afiliados.

Al cierre de año se lograron resultados por arriba de los esperado, lo que nos dio oportunidad de continuar posicionándonos con empresas y diferentes stakeholders, pero al mismo tiempo logrando ahorros, ingresos por servicios y fortaleciendo la operatividad de la Cámara con resultados financieros positivos que permitirán generar más proyectos en beneficios de todos los afiliados durante el periodo actual.

En tiempos complejos, nos unimos más como sector y prueba de ello fueron las empresas que mostraron interés en afiliarse a CANIPEC, y robustecer nuestra membresía.



# NUEVOS AFILIADOS 2020

# CONSEJO DIRECTIVO 2020

## Consejeros propietarios

RAFAEL RODRÍGUEZ  
Clorox México

RAPHAEL VINSON  
Parfumerie VERSAILLES S.A. de C.V.

GERARDO MOLINA POLO  
Aspid

MAURÍN PÉREZ DE LEÓN  
Unilever de México

MICHELLE SOLANO  
Estée Lauder México

SIMÓN VILLEGAS  
Cosméticos Trujillo

FABIÁN FLORES  
L'Oréal México

MÓNICA MUSTAFA  
Combe

MARTHA A. CRAVIOTO RUELAS  
GlaxoSmithKline

CARLOS GÓMEZ VERA  
SeyTú Cosméticos

CLAUDIO TACCONI  
BASF Mexicana S.A de C.V

ANA RAIG  
Mary Kay Cosmetics de México

## Consejeros Suplentes

LIZETTE GARCÍA ARELLANO  
Amway de México

CARLA GARAY  
Corporativo Procter & Gamble México

STEPHAN BERGONZI  
Pierre Fabre México

SANDRINE DUPRIEZ  
Laboratorios Expanscience

RICARDO TRAVASSOS  
Coty

LUIS ORTUZAR  
Sisley Paris de México

PAULINA MOLO  
Edgewell Personal Care

NORMA REYES ESPINOSA DE LOS  
MONTEROS  
Noregal

LUIS JOAQUÍN SERRANO SÁNCHEZ  
Johnson & Johnson

ALEXANDRE TABUCHI  
Colgate Palmolive

JESSICA GAMA  
Stanhome

ALEJANDRO ARGÜELLES  
Kimberly Clark de México

## VOCALES

ERIC CÁRDENAS  
Beiersdorf México

SARA PEREDO RODARTE  
Natura Cosméticos

ÓSCAR FORTEZA ZELEDÓN  
Jafra

MISAEEL FLORES  
Zermat Internacional

MIGUEL ÁNGEL MARÍN DE LA PARRA  
Industrias Sintoquim

MAURICIO JUÁREZ  
Revlon

PEDRO HOTH  
Fedele

JAVIER ESCORZA  
Grisi Hermanos

# COMITÉ ESTRATÉGICO 2020

PEDRO HOTH  
Presidente, Fedele

SIMÓN VILLEGAS  
Vicepresidente de Canales Especializados, Cosméticos Trujillo

FABIÁN FLORES  
Vicepresidente de Asuntos Regulatorios, L'Oréal

ÓSCAR FORTEZA  
Vicepresidente de Otros Canales, Jafra

MAURIN PÉREZ DE LEÓN  
Vicepresidente de Retail, Unilever

JAVIER ESCORZA  
Tesorero, Grisi Hnos.

NORMA REYES  
Secretario, Noregal

MIGUEL A. MARÍN DE LA P.  
Vocal, Sintoquim

CARLA GARAY  
Vocal, P&G

SARA PEREDO  
Vocal, Natura



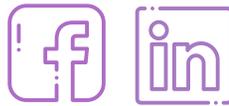
**CANIPEC**

Industria del Cuidado Personal y del Hogar



# ¡GRACIAS!

Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y Asociación  
Nacional de la Industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar A.C.



[www.canipec.org.mx](http://www.canipec.org.mx)

Roberto Gayol 1219, Col. Del Valle, Benito Juárez, 03100  
México, CdMx +52(55)5575-2121



**CANIPEC**

Industria del Cuidado Personal y del Hogar