

CCL: Mercado de bloqueadores solares sumaría S/ 135 millones en primer trimestre

El Gremio Peruano de Cosmética, Higiene Personal y Aseo Doméstico (COPECOH) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), conforme a su Estudio de Inteligencia Comercial, proyectó que el mercado de bloqueadores solares en Perú alcanzaría un valor aproximado de S/ 135 millones en el primer trimestre de 2025, lo que representa un crecimiento del 10 % respecto al mismo periodo del año anterior.

«El primer trimestre del año es la temporada de mayor demanda de bloqueadores solares, representando el 35 % de las ventas anuales. Este aumento se debe a los altos niveles de radiación UV, una mayor conciencia sobre el cuidado de la piel y cambios en los patrones de consumo», señaló Ángel Acevedo, presidente de **COPECOH** de la **CCL**.

Si bien las cifras son alentadoras, es importante precisar que la penetración de protectores corporales o faciales en el país es aún baja en comparación a la de cremas faciales. Acevedo sostuvo que estos resultados responden a factores como la falta de educación sobre su uso y la accesibilidad económica.

Según el estudio presentado, la penetración de bloqueadores en Perú bordea el 20 %, que se desglosa en 25 % para bloqueadores corporales, mientras que 15 % para faciales, representando en general un tamaño de mercado anual de **S/ 300 millones**.

LEER MÁS: Mercado de cosméticos aporta el 1 % del PBI y genera 600 000 empleos en el Perú

A este dato, debemos tener en cuenta que la penetración total en cremas faciales es de un 25 %, el cual comprende **cremas limpiadoras (37%), humectantes (30%) y nutritivas y anti-age**

(23%); representa un mercado anual de **S/ 900 millones**, tres veces más que los bloqueadores.

“El mercado de bloqueadores solares tiene un gran potencial de crecimiento, especialmente en la frecuencia de consumo. A pesar de las tasas de crecimiento de doble dígito en los últimos años, aún estamos lejos de consolidar su uso como un hábito de consumo masivo”, agregó Acevedo.

El estudio destaca que si bien la demanda se concentra en zonas costeras como Lima, Piura y Trujillo (60 %), también se observa un crecimiento importante en ciudades del interior del país como Cusco, Arequipa, Iquitos y Pucallpa (40 %), donde la exposición solar y las variaciones climáticas juegan un rol clave en el consumo.

TENDENCIAS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Es importante tener en cuenta que el mercado de bloqueadores solares se divide en bloqueadores con filtros físicos (minerales), cuyas texturas son más densas, ideales para pieles sensibles y niños; y, además, los bloqueadores con filtros químicos (orgánicos o biológicos), que se caracterizan por sus texturas ligeras y que tienen una mayor demanda en bloqueadores faciales *premium*.

Los **bloqueadores faciales** han ganado participación en el mercado, pasando de 25 % (antes de la pandemia) a 45 % en valor, consolidándose como una categoría clave en el sector de protección solar. Su consumo es mayor en los niveles socioeconómicos A y B, con un crecimiento en el segmento C alto, debido a su enfoque dermatológico y especializado. Se integran en rutinas diarias de cuidado facial, especialmente entre mujeres de 25 a 45 años.

LEER MÁS: Mercado del sector cosméticos e higiene creció 6 % y

facturó S/ 2 133 millones en primer trimestre

El gasto promedio en bloqueadores faciales es de S/ 105, debido a sus propiedades diferenciadas como textura ligera, rápida absorción y características no comedogénicas.

Por otro lado, los **bloqueadores corporales** mantienen mayor demanda en temporada de verano y son preferidos por los niveles socioeconómicos B y C. Su precio promedio es de S/ 75, siendo más accesibles y alineados con formatos económicos. Su consumo está vinculado a actividades al aire libre y es popular entre deportistas y familias.

“El costo de los bloqueadores solares representa una inversión significativa en la canasta familiar, lo que puede influir en la frecuencia de compra, especialmente en los segmentos medios y bajos”, comentó Acevedo.

PROVEEDORES Y PRODUCCIÓN LOCAL

Los principales proveedores de **bloqueadores solares** en el mercado peruano provienen de España, Francia, Colombia y Brasil, con un ingreso anual de US\$ 30 millones. No obstante, la producción nacional juega un rol clave, especialmente a través de las empresas de venta directa, que han logrado consolidarse con una oferta competitiva adaptada a las preferencias del consumidor peruano.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El Estudio de Inteligencia Comercial de COPECOH, con más de 15 años de monitoreo del sector, se fundamenta en una metodología integral que combina diversas fuentes de información oficiales, para garantizar un análisis preciso del mercado.

Este tipo de metodología incluye el monitoreo de ventas a través de fuentes primarias recopilando información de primera mano; además del uso de la inteligencia artificial como fuente

innovadora para organizar 10 millones de datos, aproximadamente.

LEE MÁS:

Importaciones de protectores solares y lentes de sol aumentan en dos dígitos

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima ¿Sephora en Lima? 🇵🇪 #camaracomerciolima #viralperu #sephora #makeup #skincare 🎵 espresso sabrina – celebs media