

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

La industria de **cosméticos e higiene personal** en Perú representa el 1 % del PBI y genera alrededor de 600 000 empleos a nivel nacional, entre puestos directos e indirectos, consolidándose como un sector clave para la economía del país.

Así lo informó el Gremio Peruano de Cosmética, Higiene Personal y Aseo Doméstico (COPECOH) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en el marco de la próxima presentación del **Estudio de Inteligencia Comercial: Primer semestre 2024 y proyecciones 2025**, que se realizará este jueves 19 de setiembre en el **Hotel Westin** de San Isidro.

El estudio revela que el sector no solo aporta significativamente a la economía, sino también a las arcas del Estado, con una participación del 1,4 % en la recaudación total de impuestos, alcanzando más de S/ 2 000 millones en el 2023 en conceptos de IGV, Impuesto a la Renta y Ad Valorem, entre otros.

El sector cosmético y de higiene personal peruano destaca por su dinamismo y diversidad, con 1 500 marcas y más de 4 000 submarcas en el mercado, tanto nacionales como internacionales. Cabe señalar que, al año, el sector introduce más de 850 productos nuevos al mercado, impulsando la innovación y el dinamismo del mercado.

En 2023, se sumaron alrededor de 100 nuevas empresas al sector, lo que demuestra el atractivo de este mercado para la inversión y la innovación.

Además, el 76 % de los productos cosméticos y de higiene personal comercializados en el **Perú** son importados, con socios estratégicos como Colombia, México, Brasil, España y Francia. A pesar de la alta concentración, donde 10 empresas dominan el 80 % del mercado, las pequeñas y medianas empresas han ganado terreno, incrementando su participación en los últimos años.

En términos de ventas, el sector de cosméticos e higiene personal cerró el 2023 con S/ 8 800 millones, reflejando un crecimiento del 9 % respecto al año anterior. Este impulso se debió principalmente al aumento en la demanda de productos de tratamiento facial, que han registrado una fuerte y constante demanda.

El **Estudio de Inteligencia Comercial** es una investigación exhaustiva, con más de 15 años de seguimiento del mercado peruano, proporcionando análisis detallados sobre marcas, categorías, tipos de productos, canales de distribución, precios, y participación de mercado. También incluye proyecciones y análisis basados en metodologías científicas como la tasa de crecimiento compuesto anual (**CAGR**) y el análisis de **Paridad de Poder Adquisitivo (PPA)**, asegurando una visión precisa del futuro del sector hasta 2025.

La presentación del **“Estudio de Inteligencia Comercial: Primer semestre 2024 y proyecciones 2025”**, estará a cargo del presidente de **COPECOH**, Ángel Acevedo; y contará con la

presencia del economista Elmer Cuba, socio de Macroconsult además de expresidentes de la CCL, los principales líderes del sector, autoridades nacionales y agregados comerciales de las embajadas de Colombia, Corea, Estados Unidos, Italia, México, y Turquía, entre otros.

LEER MÁS:

Navidad: retail, e-commerce y mypes con expectativas de crecimiento en ventas