Sector cosméticos e higiene facturará más de S/ 7.900 millones en 2021

Al cierre del 2021, las ventas del sector Cosméticos e Higiene personal sumarían S/ 7.946 millones, cifra que representaría un crecimiento del 17% respecto al año 2020 y de 1% en relación al año 2019, superando así los niveles de prepandemia, estimó el Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Este resultado estaría impulsado particularmente por la categoría higiene personal que, desde el inicio de la pandemia, ha reportado un continuo crecimiento”, precisó el presidente de Copecoh de la CCL, Ángel Acevedo, durante la presentación del Estudio de Inteligencia Comercial Primer Semestre 2021 y Proyección Anual al 2021.

Igualmente, presentó otros dos escenarios, en los cuales el sector Cosméticos e Higiene Personal registraría un crecimiento mínimo (conservador) del 11% y un máximo de 23% (optimista), ambos respecto al año 2020.

Resultados primer semestre

Precisamente este desempeño favorable también se observó en el primer semestre del 2021, cuando la industria cosmética peruana registró un avance de 20% al reportar ventas por S/

3.576 millones. Aquí fueron tres categorías las que mostraron ventas que superaron los niveles de prepandemia.

Es el caso de Higiene Personal, cuyo crecimiento fue de 8% versus al mismo periodo del año anterior alcanzando ventas por S/ 1.013 millones. Es más, si se compara con el primer semestre del 2019, se observa un importante crecimiento del 20%.

Igualmente, **las categorías tratamiento corporal y facial registraron avances de 17%** (S/ 286 millones) y 58% (S/ 267 millones), respectivamente, desempeño que va en escalada si se compara con el primer semestre del 2019, cuando las tasas fueron de 9% y 22% para cada una.

“Por estos resultados podemos decir que estas tres categorías han logrado sobrepasar los niveles reportados antes de la pandemia, desempeño que podría continuar al cierre del 2021”, remarcó.

No obstante, las categorías Capilares, Fragancias y Maquillaje registraron los mayores retrocesos en relación al año 2019 con -5%, -15 y -32% respectivamente.

En cuanto a los tipos de productos de Higiene personal se tiene que la venta de jabones se estabilizó, mostrando valores similares en el periodo enero- junio del 2020 y 2019 (S/ 449 millones).

En tanto, pastas dentales registraron una recuperación de 8% comparado con el primer semestre del 2019.

Canales de ventas

Respecto a los canales de venta, Ángel Acevedo, manifestó que en el primer semestre de este año el canal retail obtuvo una mayor participación con 54%, versus al 46% de la venta directa.

Mientras el canal e-commerce avanzó de 2% antes de la pandemia a situarse en 9% de participación, de los cuales cinco puntos porcentuales provienen del sector Retail y cuatro a venta directa.

Según el Estudio de Inteligencia Comercial, el Perú ocupa quinto puesto en la región en consumo per cápita con US$ 117 en el semestre de análisis, debajo de la media en Latinoamérica (US$ 142).

Esto quiere decir que los peruanos gastan en promedio de S/ 479 en estos productos. En tanto, si comparamos con su similar periodo del 2020, se observa que este indicador se ha incrementado en 8%.

Por su parte, el presidente de la CCL, Peters Anders destacó los resultados del estudio, al mencionar que la industria cosmética constituye un importante componente de nuestro

comercio internacional, y consecuentemente de la economía peruana, pues esta actividad genera 700.000 puestos de trabajo.

“El estudio constituye un esfuerzo para la orientación de los productores, importadores, comercializadores y consumidores, sobre la evolución, tendencias y estructura de la producción y comercialización de los productos cosméticos y de higiene”, refirió.

Cabe anotar que durante el evento se contó con la participación de un panel de destacados especialistas integrado por el manager de Kantar Worldpanel, Francisco Luna; y el CFO de Unilever y primer vicepresidente de Copecoh, Jorge Bohórquez.