

Sector cosméticos e higiene facturará más de S/ 8.500 millones en el 2023

Las ventas del sector Cosméticos e Higiene Personal totalizarán S/ 8.520 millones en el 2023, cifra que representaría un crecimiento del 6,2% respecto al 2022, proyectó el Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Las categorías que crecerán este año por encima de la media son fragancias y maquillaje, no solo por la innovación y productos nuevos sino por el rebote frente a la crisis que experimentaron en la pandemia. Durante la pandemia, la caída más fuerte en fragancias fue de 40% y en maquillaje de 45%. Estas categorías todavía no llegan a sus niveles del 2019, pero este año ya lo superarán”, sostuvo el presidente de Copecoh de la CCL, Ángel Acevedo, durante la presentación del Estudio de Inteligencia Comercial Resultado Anual 2022 y Proyecciones 2023.

Asimismo, presentó otros dos escenarios, en los cuales el sector registraría en el 2023 un crecimiento optimista de 7,2% y otro conservador de 5,2%, ambos respecto al año 2022.

Acevedo señaló que en el 2023 el canal de venta que más crecerá es la venta directa ya que es una oportunidad de empleo para muchas personas que perdieron sus puestos de trabajo tras la pandemia. Además, expresó su expectativa de que nuevas marcas ingresen al mercado peruano.

Resultados al cierre del 2022

Al cierre del 2022, el sector Cosméticos e Higiene Personal peruano mostró una expansión del 6,4% al registrar ventas por S/ 8.022 millones, respecto al año 2021.

Acevedo remarcó que el crecimiento del mercado se dio más por un aumento de los precios que por cantidad. Los precios subieron 12% en el 2022 mientras que las unidades vendidas cayeron 6%.

Agregó que, en los últimos 13 años, el sector registró una tasa de crecimiento anual compuesto de 4,6%, que considerando una inflación fuera de meta de 1,5%, da una reserva de rentabilidad para las empresas de este mercado.

En cuanto a las categorías, las que más crecieron en el 2022 fueron cuatro. Fragancias tuvo un incremento de 20% alcanzando ventas por S/ 1.744 millones, mientras que maquillaje aumentó 17% sumando S/ 1.009 millones. Tratamiento facial subió 9% con ventas por S/ 814 millones y capilares creció un 3% con S/ 1.705 millones.

Por su parte, la categoría higiene personal registró una contracción de 1% sumando S/ 2.074 millones, mientras que tratamiento corporal se contrajo 7% totalizando S/ 676 millones.

Canales de venta

Respecto a la evolución de los canales de venta, Ángel Acevedo indicó que en el año 2022 el canal Retail representó el 55%, versus el 44% de venta directa. Ambos canales registraron un crecimiento de 6% en sus ventas comparado al 2021. En cuanto al canal e-Commerce el 3% proviene de venta directa, 3% del sector Retail y el 1% exclusivo de venta solo por vía electrónica.

El presidente de Copecoh de la CCL refirió que en el mercado de Cosméticos e Higiene Personal se distribuyen 464 millones de unidades al año (1,2 millones al día), y que el precio promedio por producto es de S/ 17,3. Finalmente, destacó que este sector genera 650.000 empleos.