

Sector cosméticos e higiene personal crecería entre 3,3% y 7,5% el 2022

Para este 2022, se espera que el mercado cosmético e higiene personal logre una facturación de S/ 7.792 millones lo que representa un crecimiento de 3,3% en relación con el año 2021, siempre que el país tenga un entorno de estabilidad política y económica; en tanto, en un escenario optimista el avance sería de 7,5% (S/ 8.103 millones), así lo estimó el Comité Peruano de Cosmética e Higiene (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Copecoh está considerando en sus proyecciones dos indicadores macroeconómicos muy importantes para el sector que son el crecimiento del consumo masivo y el índice de inflación, ambos con proyecciones positivas de +4% y +3,5%, respectivamente.

Asimismo, de acuerdo con sus estimaciones, las categorías que más crecerán para el 2022 serán maquillaje y fragancias con 11% y 9%, respectivamente, considerando que éstas aún no recuperan el tamaño de mercado que tenían en el 2019. Así, se espera que las categorías de mayor representación en el sector que son higiene personal y capilares se expandan 2% y 1,5%.

“Debemos destacar que el mercado cosméticos mueve anualmente US\$ 2.000 millones, (S/ 7.500 millones), además contribuye a la economía nacional con el 1,4% de la recaudación tributaria, 0,32% del Producto Bruto Interno (PBI), y genera más de 650.000 empleos al año”, enfatizó el presidente del Copecoh de

la CCL, Ángel Acevedo, durante la presentación del Estudio de Inteligencia Comercial Anual 2021 y Proyecciones 2022.

Resultados 2021 del sector cosméticos

Cabe señalar que en el ejercicio 2021, el sector **cosméticos e higiene personal** registró una recuperación favorable mostrando un crecimiento de 11% versus el año 2020 con un tamaño de mercado de S/ 7.539 millones.

Las categorías que más se expandieron y que explican este incremento fueron capilares, tratamiento facial y tratamiento corporal con avances de 10% (S/ 1,661 millones), 16% (S/ 744 millones) y 10% (S/ 728 millones), respectivamente en relación al 2020. En tanto, si se compara con el año 2019 las variaciones de crecimiento fueron de 4%, 2% y 8% para cada una.

“Por estos valores podemos decir que estas tres categorías han logrado sobrepasar valores de prepandemia”, manifestó Ángel Acevedo.

Por otra parte, en ese mismo año, **la categoría higiene personal registró un caída 5% (S/ 2.089 millones) respecto el año 2020, pero representa un aumento de 7% sobre el año 2019.** No obstante, las categorías de fragancias y maquillaje registraron un retroceso en relación al año 2019 con -19% y -25%, respectivamente, debido a los efectos del confinamiento

que obligó a las personas a permanecer en sus hogares y seguir trabajando en la modalidad remota.

Canales de venta

En el año de análisis el canal retail obtuvo una mayor participación en el sector cosméticos con un 54%, versus el 45% de la venta directa. Además se evidenció la presencia de un nuevo canal representado por los e-commerce puros o 'pure players', quienes representan 1% de participación, y son aquellas empresas que no tienen tienda física y solo tienen presencia en web mediante el e-commerce.

Finalmente, el presidente de Copecoh de la CCL manifestó que con el crecimiento del e-commerce, el sector cosmético también se ha visto afectado por el problema de la falsificación de productos.

“Se estima que el valor de este mercado ilegal representa S/ 754 millones habiendo logrado un aumento de 60% sobre los valores que tenía antes de pandemia”, anotó.