

# **Mercado peruano de cosméticos creció 8% en primer trimestre tras facturar S/ 2.000 millones**

Pese a la coyuntura de crisis política y las inclemencias climatológicas a inicios del año, el mercado cosmético reportó una performance positiva en el primer trimestre tras alcanzar un crecimiento de 8% respecto a similar periodo del 2022, generando una facturación de S/ 2.000 millones, así lo informó el Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Estos favorables desempeños responden a que actualmente los consumidores están en la búsqueda de productos más accesibles y alternativos, lo que genera que exploren diversos canales de ventas (retail, directa y e-commerce), así como productos innovadores para identificar artículos de belleza más convenientes”, manifestó el presidente de Copecoh, Ángel Acevedo.

Cabe mencionar que, en este periodo, de las seis categorías que comprende la industria cosmética, cinco registraron importantes incrementos, siendo Tratamiento Facial, Maquillaje y Fragancias los que obtuvieron los mayores avances con un 18%, 15% y 10%, respectivamente alcanzando ventas conjuntas de S/ 872 millones.

En el caso de Capilares, el valor facturado fue de S/ 406

millones, 4% más de lo que registró en el mismo periodo del 2022. En cuanto a Higiene Personal, si bien fue la categoría que registró mayor monto de ventas, registra solo un avance de 7%.

Tratamiento Corporal fue la única categoría que registró un freno en sus ventas reportando S/ 149 millones, monto similar a lo registrado entre enero y marzo del 2022.

En tanto, para el segundo trimestre, Ángel Acevedo, estima que, de mantenerse un escenario sin tanto ruido político y un panorama económico más favorable, los resultados podrían continuar en ascenso; considerando, además, que en este periodo se encuentran campañas claves como el Día de la Madre y del Padre, celebraciones que dinamizan el mercado cosmético.

## **Desempeño positivo para el 2023**

Respecto al desempeño de la industria cosmética para el presente año, el presidente de COPECOH indicó que el valor facturado está en constante crecimiento, pero a nivel unidades no se observa la misma tendencia.

Precisamente, el nivel de ventas del mercado cosmético ascendió de S/ 4.400 millones en el 2009 a S/8.000 en el 2022. Y para el cierre del 2023, esta industria registraría unos S/ 8.640 millones, lo que evidenciaría un avance de 8%, respecto al 2022, un monto superior a lo que se había estimado en marzo de este año, donde se proyectó un crecimiento de las

transacciones en 6,2% (S/ 8.520 millones).

“Considerando los resultados positivos del primer trimestre, se prevé que las categorías Fragancias logre un incremento de 10% (S/ 1.900 millones), mientras Maquillaje el avance sería de 15% (S/1.150 millones), superado así los niveles prepandemia”, sostuvo Ángel Acevedo.

La categoría Tratamiento Facial también tendría una buena performance este año con una expansión de 18% (S/ 1.190 millones). Añadió, que el sector inyecta al mercado más de 450 millones de productos entre jabones, pastas dentales desodorantes, fragancias, cremas y otros.

Por otro lado, aseguró que, para este año, la industria cosmética seguirá apostando por la omnicanalidad y el desarrollo de canales de venta como el e-commerce, farmacias y tiendas especializadas.

“En el caso de las farmacias, hay una mayor expansión de formatos *beauty*, los cuales han incrementado el surtido de productos de los productos belleza e higiene. Así también, notamos un desarrollo de los productos *premium*, principalmente para la categoría fragancias, donde la oferta está optando por formatos pequeños”, anotó Ángel Acevedo.