

EL MERCADO DE COSMÉTICA E HIGIENE PERSONAL EN PERÚ

2024

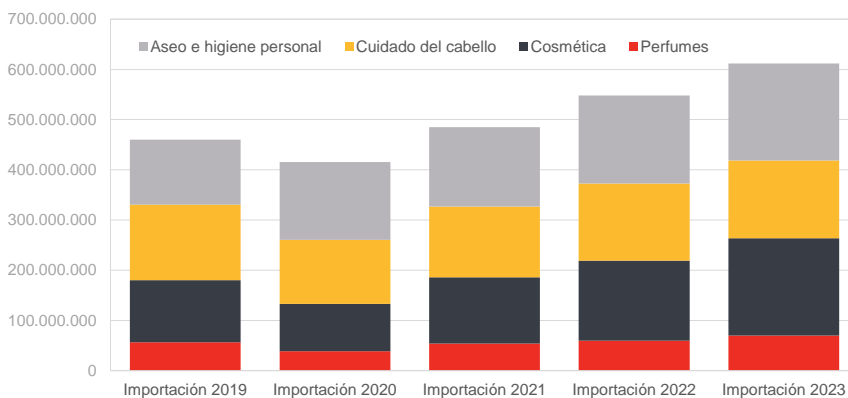
Definición del sector

Categorías	3303 Perfumes y aguas de tocador
	3304 Cosmética (maquillaje de labios, ojos, polvos y demás preparaciones de belleza, excepto medicamentos)
	3305 Cuidado del cabello
	3306, 3307, 3401 Aseo e higiene personal (dentífricos, preparaciones para afeitarse, desodorantes, jabones, etc.)

Comercio exterior

Importaciones (2019 - 2023)

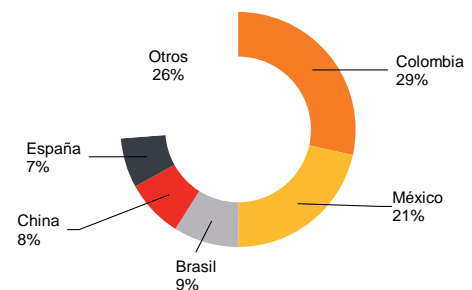
Datos en USD CIF



- El sector cerró 2023 con una facturación de 8.800 millones PEN (2.143 millones €). Esto representa un crecimiento del 11,3 % en términos porcentuales y de S/ 892 millones en términos absolutos desde 2019.
- El mercado peruano de cosméticos e higiene personal en 2023 fue un motor vital para la economía, aportando un 0,9 % al PIB real y un 1,1 % aporte recaudación SUNAT.
- El sector también destacó por su capacidad innovadora, con 850 productos nuevos introducidos en 2023, y su dinamismo, reflejado en la llegada de 92 nuevas empresas extranjeras. De estas, 29 se dedican a la venta de productos de tratamiento facial.
- Las importaciones representan el 75 % de los productos presentes en el mercado peruano.
- La categoría de tratamiento facial es la de mayor crecimiento, un 32 % en 2023.

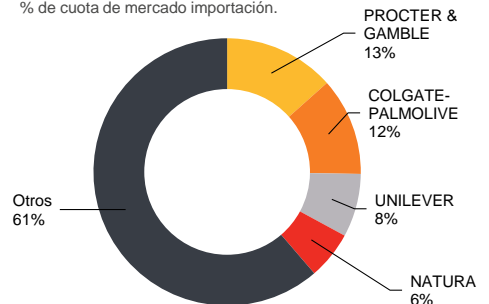
Principales países proveedores

España ocupa el puesto 5 con un 7 % de las importaciones.



Principales compañías del sector

% de cuota de mercado importación.



Demanda

Factores demográficos y socioeconómicos:

- Éxodo rural significativo
- Proporción de clase media experimenta notable descenso: 40 % en 2019 al 33 % en 2023.
- Una cuarta parte de la población total de Perú vive en Lima Metropolitana

Perfil del consumidor:

- Principales compradores: mujeres de entre 20 y 65 años
- Gasto per cápita anual en cosmética y cuidado personal: 225 USD
- Principales categorías: tratamiento facial y bloqueadores solares
- Especialización del consumidor. Mayor interés y conocimiento de ingredientes y principios activos.
- Tres tipos principales de consumidoras: la mujer sofisticada (centrada en la marca y origen), la mujer moderna (focalizada en calidad y durabilidad), y la mujer conservadora (prioriza precio y promociones).

Producción local

Las compañías locales más importantes son **Belcorp** y **Yanbal**, que han logrado posicionarse con éxito a través de ventas directas, especialmente en productos de cuidado personal y fragancias.

Precios

- Canal de distribución relativamente corto**, con márgenes de distribución y venta que generalmente oscilan entre el 50 % y el 60 %. Esto permite que tanto el **retail** moderno como las empresas de venta directa ofrezcan **frecuentes descuentos y promociones**.
- El **canal online** ofrece a los consumidores **descuentos adicionales** a los disponibles en las tiendas físicas.
- En 2023 el mercado creció un 6 %, mientras que los **precios aumentaron un 15 %** de media con relación al año anterior.

EL MERCADO DE COSMÉTICA E HIGIENE PERSONAL EN PERÚ

2024

Percepción del producto español

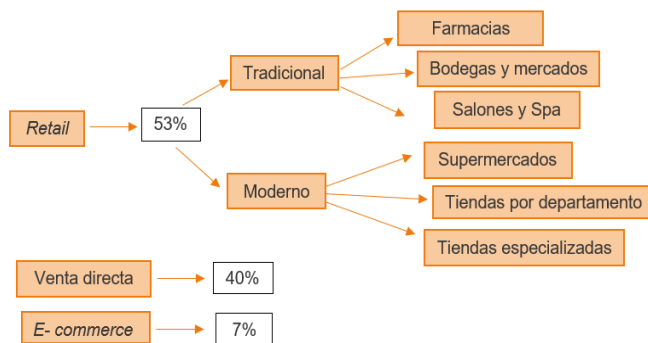
• La percepción de los productos españoles y europeos en Perú es muy positiva, asociados con calidad, innovación y altos estándares de seguridad.

• **España destaca en dermatocosmética**, siendo el principal país de origen en esta categoría, con un **36 % de las importaciones**.

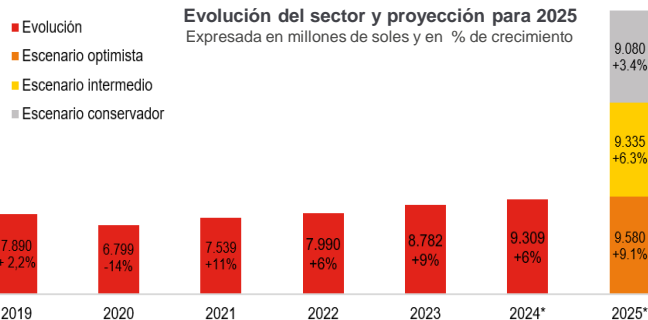
• Las marcas españolas son conocidas por sus productos dermatológicamente probados, especialmente en protección solar, hidratación y antiedad. También tienen importante presencia en perfumería higiene personal y bucal.



Canales Distribución



Perspectivas del sector



Acceso al mercado

Fiscalidad Gravamen similar al IVA español, compuesto por dos impuestos que en conjunto suman un 18 %: **Impuesto General de Ventas (IGV) 16 % + Impuesto de Promoción Municipal (IPM) 2 %**

Normativa

- **Decisión 706 CAN:** regula el etiquetado
- **Decisión 833 CAN:** armonizar requisitos y procedimientos de productos importados

Oportunidades

PENETRACIÓN DE MERCADO POR CATEGORÍA, RESULTADOS 2023

Categoría	% Participación Categoría	Penetración de mercado	Mercado virgen
Trat. facial	12	34 %	66 %
Trat. corporal	8	38 %	62 %
Fragancias	21	50 %	50 %
Maquillaje	13	50 %	50 %
Capilares	20	64 %	36 %
Higiene personal	25	75 %	25 %

• Las **mascarillas faciales** solo cuentan con una **penetración de mercado del 17 %**.

• Los **bloqueadores solares** poseen un **mercado virgen del 70 %**.

• La categoría de **higiene personal** está **altamente saturada**, con penetraciones de mercado superiores al 90 % para productos como champús, geles de baño y pastas dentales.

Información práctica

Ferias

Cosmo Beauty Professional Lima
<https://feriacosmobeauty.com/>

Expo Farma y Cosmética
<https://www.expofarmaycosmetica.com/peru/>

Asociaciones

Comité Peruano de Cosmética e Higiene – COPECOH www.copecoh.org

Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados www.apeim.com.pe

Asociación de Bodegueros del Perú www.asociaciondebodegueros.com

Sociedad Nacional de Industrias www.sni.org.pe

Más info

[Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Lola Fuentes Egea

05 de noviembre de 2024
Lima

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima

<http://peru.oficinascomerciales.es>

Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es
www.icex.es