

MERCADO DE VALORES

IAQ	S&P 500	SPBLPGPT	SPBL25PT	SPBLBGPT	DOW JONES	NASDAQ	S&P 500	SPBLPGPT	SP
52	-0.10	0.04	-0.19	-0.01	-0.17	-0.52	-0.10	0.04	-

Jueves, 02 de noviembre del 2017

Contáctenos

Buscar en Gestión

Suscríbete

Portada

Economía

Empresas

Mercados

Tu Dinero

Inmobiliaria

Management

Política

Opinión

Tecnología

Tendencias

Blogs

ESTÁS EN

PORTADA

ECONOMÍA

¿Cuánto gastan las mujeres peruanas en cosméticos al año?

Martes, 31 de octubre del 2017

ECONOMÍA

06:11

De acuerdo al presidente del Gremio Peruano de Cosmética e Higiene (Copecoh), Ángel Acevedo, la proyección para los próximos años llegaría hasta cerca del 10%.

¿Cuánto gastan las mujeres peruanas en cosméticos al año?

Gestion.pe

65

Me gusta

Compartir

Twitter

G+

2

Compartir

0

Guardar

El consumo de productos de higiene y cosméticos, principalmente liderado por las mujeres, puede mover cantidades enormes en el Perú.

De acuerdo al Gremio Peruano de Cosmética e Higiene (Copecoh), el año pasado dicho mercado movió S/ 6.8 mil millones y, según sus proyecciones, podría llegar hasta los S/ 9.8 mil millones para el 2021.

Y es que hasta el primer semestre de este año, el mercado peruano de cosméticos e higiene personal llegó hasta los S/ 3 198, lo que representa un crecimiento de 2% interanual.

Pero ¿cómo se compone la torta de los principales productos consumidos por las mujeres peruanas?

“Hay tres grandes categorías que comprenden el 75% del mercado. Estas son higiene personal, capilares y fragancias. Perú tiene la peculiaridad de que el mercado de fragancias es la cuarta parte del mercado total cosa que no sucede en la mayoría de países en América Latina”, explica Ángel Acevedo, presidente de Copecoh.

ÚLTIMA HORA

VER TODAS

05:02 | ¿América Latina se recupera? 9 datos de JP Morgan que responden esa duda

05:15 | ¿Cree que la pena de muerte es disuasiva?

05:22 | Exportación de cacao en grano se redujo a US\$ 92 millones entre enero y agosto del 2017

05:25 | ¿Cuáles son los aeropuertos más ajetreados?

05:30 | ¿Qué aplicaciones nos facilitan la disposición de nuestro dinero en la banca móvil?

05:44 | Nuevos líderes, indaguen sobre la empresa antes de implementar su visión

05:45 | Las diez apps más descargadas del mundo incluyen rival (desconocida) de WhatsApp

05:48 | Costos del SOAT y de seguros de créditos vehiculares bajarán cuando opere la central de siniestralidad

06:00 | Hay Festival, las letras y un plan de expansión

06:10 | La ciberholgazanería o la tentación de desviar la mirada y la mente del trabajo

06:20 | Itinerario a medida,

BLOGS

VER TODOS

LAS MÁS LEÍDAS

1

Estos son los 30 lugares que debe visitar en el Perú

2

Estas son las 19 carreteras de vértigo que puede recorrer en Europa

3

10 cosas que deberías borrar (o no publicar) en tu Facebook

4

Los cuatro errores más torpes que la gente comete con el dinero

5

Perú - Nueva Zelanda: Conozca la nueva modalidad para adquirir las entradas

6

El nuevo FXX-K Evo con 1050 CV que Ferrari lanzó en su 70 aniversario

7

JP Morgan: Perú crecerá 6% anualizado el cuarto trimestre, una velocidad “bastante respetable”

8

Esta es la colección completa de las monedas Riqueza y Orgullo del Perú que lanzó el BCR

9

Donald Trump celebra Halloween en la Casa Blanca

10

Los 25 mejores hoteles de lujo de América del Sur, según TripAdvisor

MULTIMEDIA

De acuerdo a la data que manejan, al cierre del primer semestre del presente año, el 25.3% de productos consumidos eran capilares; el 25% de fragancias; y el 22.2%, higiene personal. En cuarto lugar están los productos de maquillaje con un 13.6%.

Ahora, ¿cuánto gasta una mujer peruana en productos **cosméticos** y de higiene al año?

“El consumo per cápita de la mujer peruana es de US\$ 540 anuales. Esto medido con el descremado de **mujeres** en el grupo de población urbana y de un rango de edad desde los 15 a los 40 años”, detalla Acevedo.

“Esto también medido a paridad de poder adquisitivo. El mercado no es un transformar de moneda nacional a dólares sino también una conversión para estandarizar los valores de mercado”, agrega.

Canales

En cuanto a los canales preferidos de consumo de la mujer peruana, existen tres grandes grupos: Retail, Venta directa y el E-Commerce. Si bien este último ítem está en 1% y la situación no ha variado mucho en los últimos años, sí existe un cambio en cuanto a la relación de los otros dos canales.

Y es que hasta el año pasado, las **mujeres** preferían consumir estos productos vía la venta directa. Pero desde el 2014, el sector retail superó al canal tradicional. Esto debido a la mayor cantidad de puntos de venta dentro de las zonas urbanas.

El canal moderno no ha logrado disminuir anular al canal tradicional. Este último, que está representado por las bodegas, mercados y farmacias, tiene mucha vigencia y comprende más del 35% del 50% que significa la venta por retail”, anota Acevedo.

Respecto a los departamentos que más dinamizan este sector de consumo, luego de Lima, Arequipa es la ciudad en la que más se consume con un 6.5%. Después viene La Libertad con 4.8% y Cusco con 4.5%. Tras estos, la lista continúa con Piura (4.1%), Junín (3.5%), Ica (3.3%) y Áncash (2.8%).

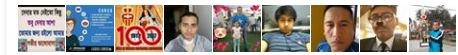


Diario Gestión
 746 618 Me gusta

Encuesta: ¿Qué celebran los peruanos el 31 de

Me gusta esta página Registrarte

A 3 amigos les gusta esto.



TAGS: Copecoh, mujeres, cosméticos



El cine es un espejo
Raúl Ortiz Mory

La luz en el cerro



Mirando los Negocios al Revés
Jorge L. Boza

HECHO EN
CHECOSLOVAQUIA



El deporte de hacer negocios
Luis Carrillo Pinto

El sorprendente
resultado del análisis
de Bi...



Riesgos Financieros
Gregorio Belaunde

Reconstrucción con
Cambios: Mejorar,
No Invo...



Millennials
Pamela Romero Wilson

Mariella Ruiz de
Somocurcio:
"Reclamo justici...

PREGUNTA DEL DÍA

¿Cree que la pena
de muerte es
disuasiva?

Envíenos sus
comentarios

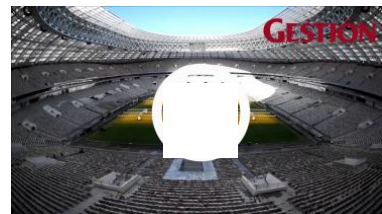
WALL STREET VER TODOS



Será noticia

JOSÉ ANTONIO
MONTENEGRO

VIDEOS FOTONOTICIAS GESTIONTV



Perú - Nueva Zelanda: Conozca la nueva modalidad para adquirir las entradas [Ver más](#)

CARICATURA



Por Lavida

Martes 28 de junio del 2016