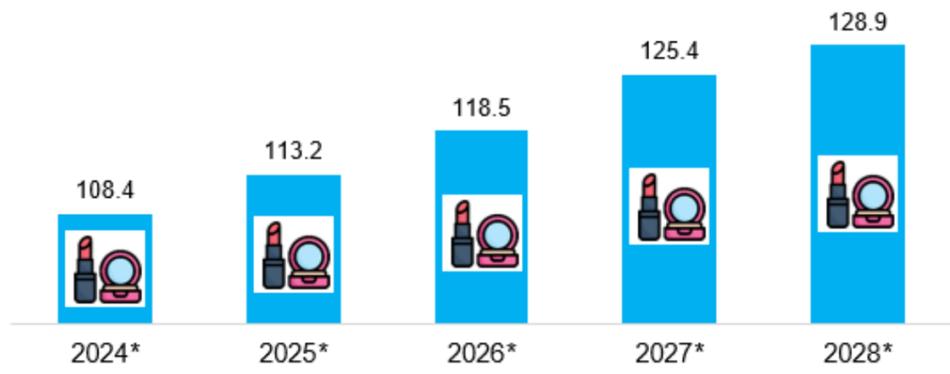
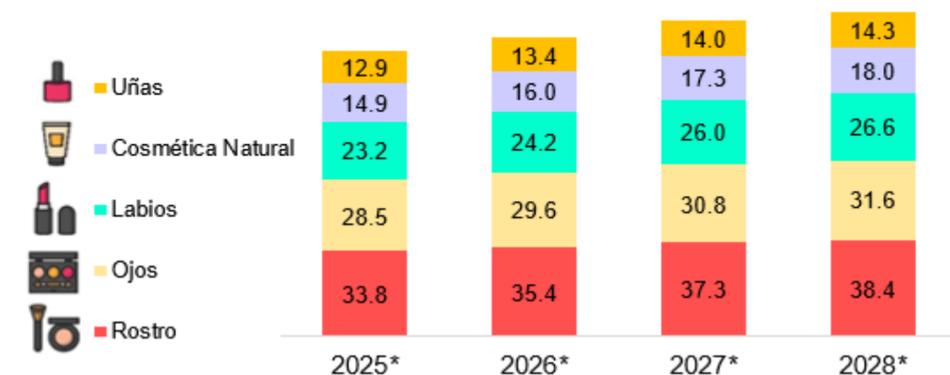


### Ventas Mundiales de Cosméticos (Mil. Mill. US\$)



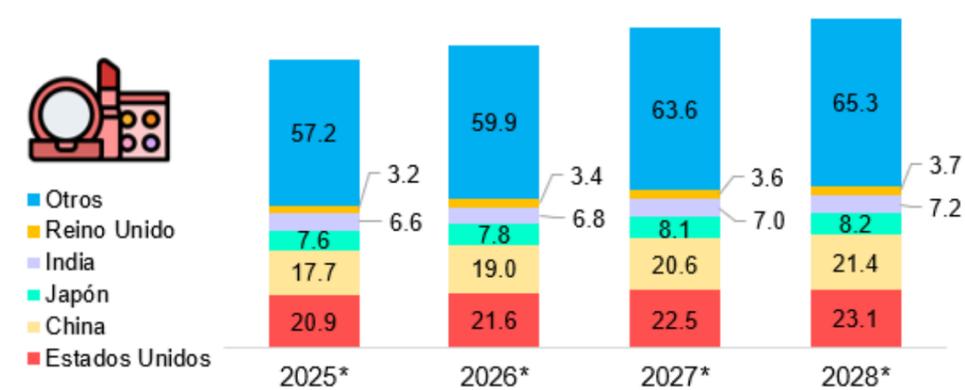
Fuente: Statista

### Ventas Mundiales de Cosméticos por categorías (Mil. Mill. US\$)



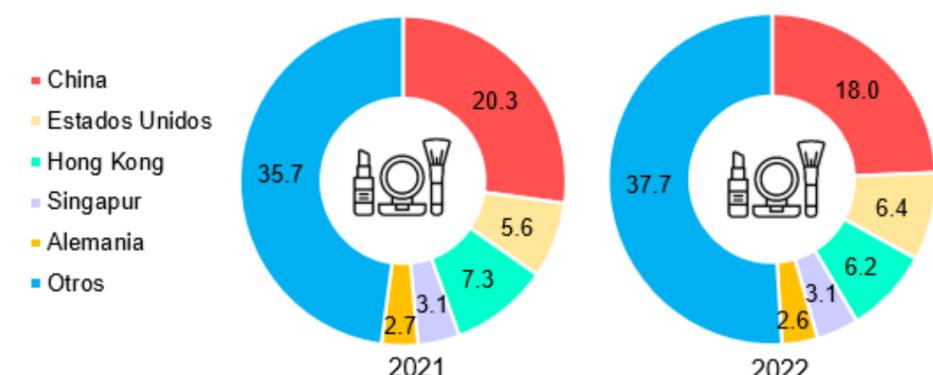
Fuente: Statista

### Ventas Mundiales de Cosméticos por principales mercados (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

### Importaciones\*\* Mundiales de Cosméticos por principales compradores (Mil. Mill. US\$)



\*\* Se consideró el subcapítulo 3304  
Fuente: Trade Map

### Mercado mundial de cosméticos

El mercado de cosméticos cubre la cosmética decorativa para el rostro, labios, ojos, uñas y cosmética natural que abarca productos como maquillaje, lápiz labial, rímel y esmaltes de uñas.

En 2024, las ventas mundiales de cosméticos alcanzarían los US\$ 108.4 mil millones (o 16.8% de las ventas mundiales de productos de belleza y cuidado personal). Este sector lograría ventas por US\$ 128.9 mil millones en 2028, que se traduciría en un crecimiento promedio anual de 4.4% entre 2024 y 2028.

Las ventas de este sector son lideradas por las preparaciones de belleza para el rostro. En 2025, esta categoría alcanzaría los US\$ 33.8 mil millones (29.9% del total) y en 2028, las ventas se situarían en US\$ 38.4 mil millones, lo que reflejaría un crecimiento promedio anual de 4.3% en el intervalo analizado.

En segundo lugar, el segmento de los productos decorativos para los ojos concentraría el 25.1% de las ventas totales en 2025 (US\$ 28.5 mil millones). En 2028, se realizarían ventas por US\$ 31.6 mil millones y tendría un crecimiento promedio anual de 3.6% entre 2025 y 2028.

Las preparaciones de belleza para los labios se posicionarán como la tercera categoría. En 2025, alcanzarían los US\$ 23.2 mil millones (20.5% del total estimado) y los US\$ 26.6 mil millones en 2028, lo que reflejaría un crecimiento promedio anual de 4.7% entre 2025 y 2028.

Los productos de cosmética natural realizarían ventas por US\$ 14.9 mil millones en 2025 (13.1% del total), mientras que las estimaciones del 2028 reflejarían ventas de US\$ 18.0 mil millones (crecimiento promedio anual de 6.6% entre 2025 y 2028, el más alto de todas las categorías).

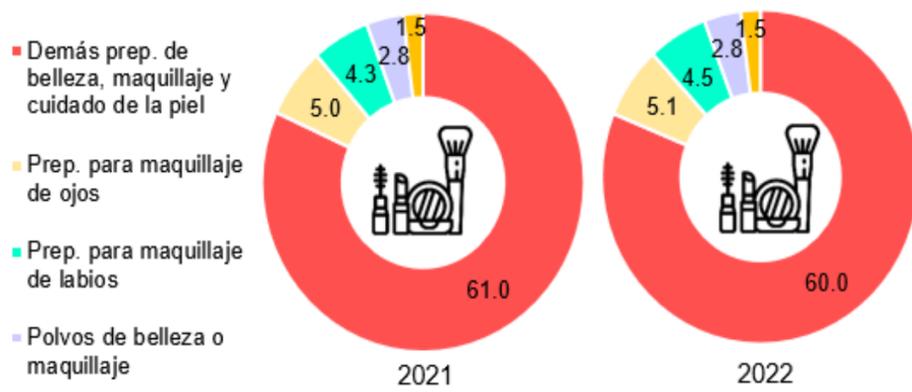
Finalmente, el segmento de preparaciones para uñas alcanzaría ventas por US\$ 12.9 mil millones en 2025, acumulando el 14.3% de ventas totales del sector. Se estima que al 2028 las ventas serían de US\$ 14.3 mil millones.

En 2025, a nivel de ventas por países, los principales mercados para el sector de cosméticos serían Estados Unidos, China, Japón, India y Reino Unido, que acumularían el 49.5% de las ventas mundiales en el mencionado año.

Estados Unidos se mantendría como el país con mayores ventas internas de cosméticos a nivel mundial. En 2025, este país facturaría US\$ 20.9 mil millones (o 18.4% de las ventas mundiales). Asimismo, en 2028, Estados Unidos alcanzaría los US\$ 23.1 mil millones, lo que se traduciría en una tasa de crecimiento promedio anual de 3.5% entre 2025 y 2028.

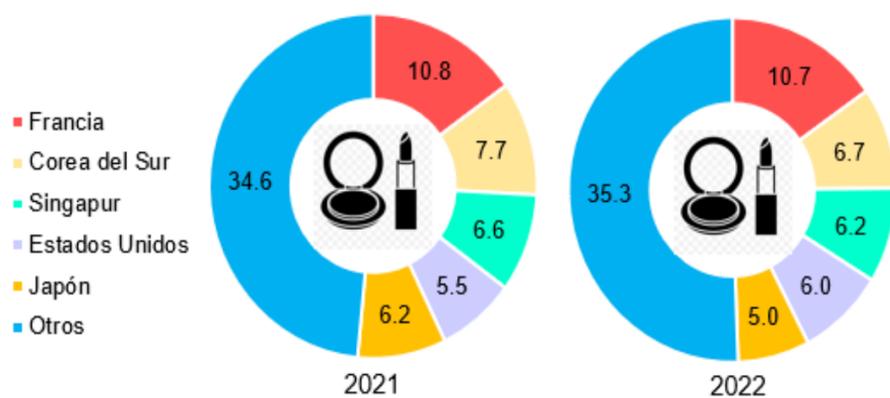
Dentro del top 5, se destaca la proyección del crecimiento promedio de ventas anuales de cosméticos de China con una tasa de +6.6% entre 2025 y 2028. De esta manera, con la tasa de crecimiento promedio anual más alta, este país alcanzaría ventas por US\$ 21.4 mil millones en 2028, por encima de otros mercados de consumo importantes, como Japón, India y Reino Unido.

## Importaciones\*\* Mundiales de Cosméticos por principales subpartidas (Mil. Mill. US\$)



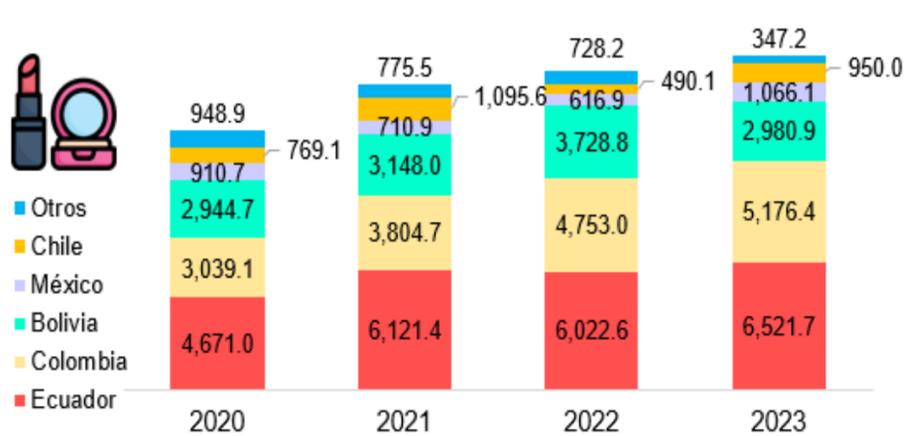
\*\* Se consideró el subcapítulo 3304  
Fuente: Trade Map

## Exportaciones\*\* Mundiales de Cosméticos por principales proveedores (Mil. Mill. US\$)



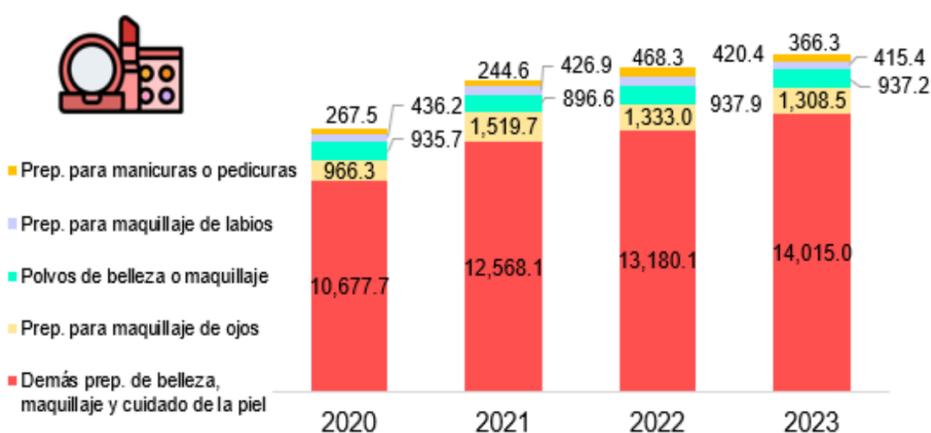
\*\* Se consideró el subcapítulo 3304  
Fuente: Trade Map

## Exportaciones\*\* Peruanas de Cosméticos por principales destinos (Mil. US\$)



\*\* Se consideró el subcapítulo 3304  
Fuente: Aduanas Perú

## Exportaciones\*\* Peruanas de Cosméticos por subpartidas (Mil. US\$)



\*\* Se consideró el subcapítulo 3304  
Fuente: Aduanas Perú

## Importaciones mundiales de cosméticos

En 2022, los principales países importadores de cosméticos fueron China, Estados Unidos, Hong Kong, Singapur y Alemania, los cuales registraron compras acumuladas por US\$ 36.3 mil millones, equivalentes al 49.0% de las importaciones mundiales del sector.

China fue el principal país importador de cosméticos en 2022 y registró compras internacionales por US\$ 18.0 mil millones (-11.2% frente al 2021) con una participación de 24.4% en las importaciones mundiales de estos productos.

Estados Unidos fue el segundo comprador mundial de cosméticos (8.6% del total de compras mundiales) alcanzando los US\$ 6.4 mil millones en 2022 (+14.3% frente al 2021, el mayor incremento entre los 5 principales importadores mundiales).

En la tercera posición, Hong Kong registró una caída interanual de 14.6% en sus importaciones 2022.

A nivel de subpartidas, las mayores importaciones realizadas a nivel mundial fueron de las demás preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel (330499) con compras internacionales por US\$ 60.0 mil millones en 2022 (81.2% del total importado de cosméticos) y con un decrecimiento de 1.6% frente a 2021.

La segunda subpartida más importada de la categoría fue preparaciones para maquillaje de ojos (330420), la cual acumuló el 6.9% del total importado en 2022 (US\$ 5.1 mil millones) y creció 2.5% frente al 2021.

## Exportaciones mundiales de cosméticos

En 2022, los principales países exportadores de cosméticos fueron Francia, Corea del Sur, Singapur, Estados Unidos y Japón. Estos cinco países registraron ventas internacionales acumuladas por US\$ 34.6 mil millones (o 49.4% de las exportaciones mundiales).

Francia fue el principal exportador de cosméticos en 2022, concentrando el 15.3% del total exportado (US\$ 10.7 mil millones), con una disminución de 0.9% frente al valor exportado en 2021.

Corea del Sur, segundo exportador de esta categoría en 2022, realizó envíos por US\$ 6.7 mil millones y representó el 9.6% del total exportado a nivel mundial. El envío de cosméticos coreanos tuvo una caída de 12.7% en 2022 frente al año anterior.

## Exportaciones de cosméticos de Perú (1)

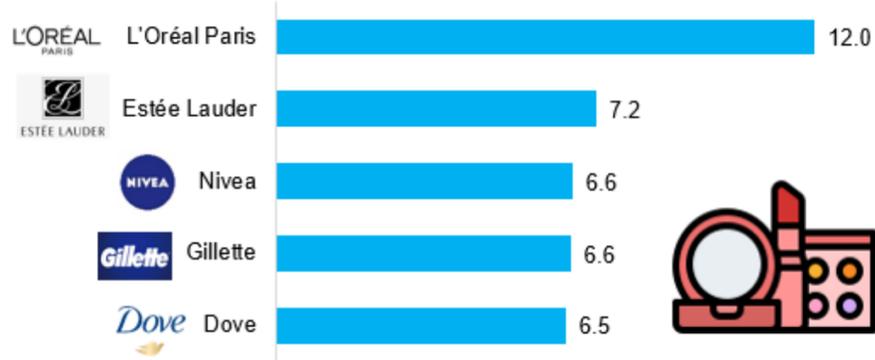
Las exportaciones peruanas de cosméticos alcanzaron los US\$ 17.0 millones en 2023, con una tasa promedio anual de 8.7% en el periodo 2020-2023.

Los 5 principales destinos de los envíos en 2023 fueron Ecuador, Colombia, Bolivia, México y Chile, los cuales acumularon el 98.0% del total exportado.

Ecuador fue el principal destino de las exportaciones peruanas de cosméticos en 2023 (38.3% del total exportado), con envíos valorizados en US\$ 6.5 millones, lo que representó un incremento de 8.3% frente al valor exportado en 2022.

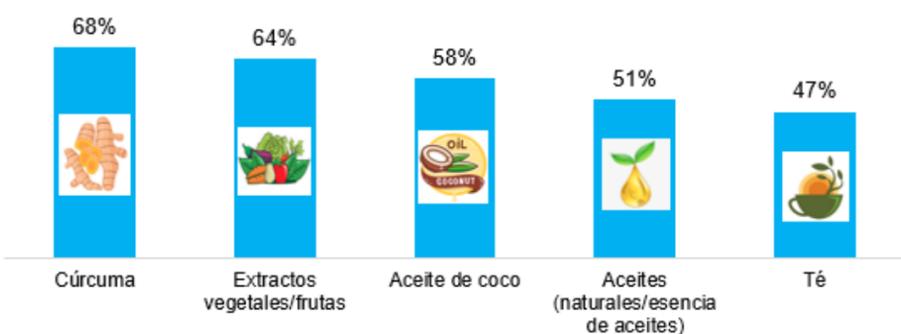
(1) En el caso de Perú existe data disponible hasta el 2023

## Valor de marca de las top 5 marcas líderes mundiales de cosméticos 2023 (Mil. Mill. US\$)



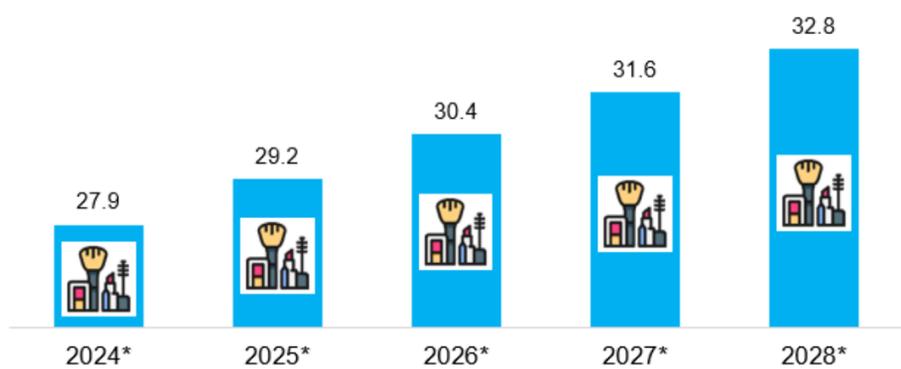
Fuente: Statista / Brand Finance

## Principales ingredientes naturales preferidos por los consumidores en los productos de belleza (%)



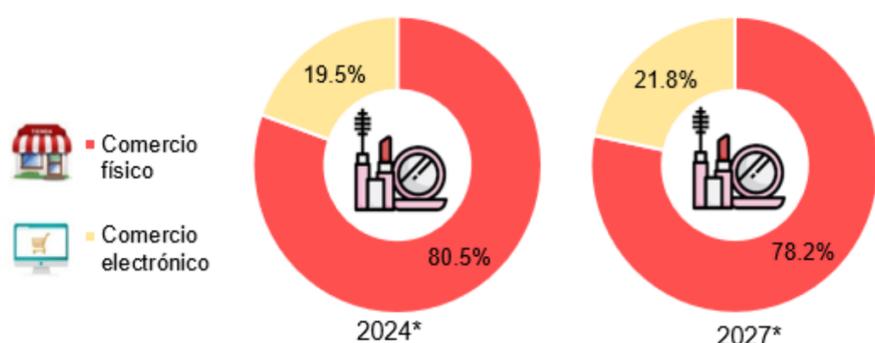
Encuesta 2019 a más de 29.000 encuestados de 40 países de todo el mundo  
Fuente: Statista / in-cosmetics Asia

## Ventas Mundiales del segmento de Cosméticos de Prestigio (Mil. Mill. US\$)



Los cosméticos de prestigio se destacan de los otros segmentos de lujo debido a su relativa asequibilidad (rango de precios super y premium)  
Fuente: Statista

## Ventas de Cosméticos por canales de comercialización (% part. mundial)



Fuente: Statista

### Notas:

\* Los valores del año 2024 en adelante son estimaciones.

Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.

A nivel desagregado, las demás preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel (3304990000) fueron la principal subpartida peruana de exportación del sector en 2023, la cual registró un crecimiento promedio anual de 9.5% entre 2020 y 2023, alcanzando los US\$ 14.0 millones (o 82.2% del total de envíos de cosméticos en 2023).

## Tendencias

### 1. Cosmética limpia y natural

Los consumidores han aumentado significativamente su demanda por cosméticos con ingredientes naturales y sin químicos, como los parabenos y fragancias sintéticas. Según Mintel, en países como Italia y España se reportó que el 48% de los consumidores compran productos de cuidado personal naturales y orgánicos porque consideran que son más saludables.

### 2. Sostenibilidad

Las marcas cosméticas están cambiando hacia prácticas más sostenibles, a través del uso de envases reciclables y la formulación de productos de bajo impacto ambiental.

Dentro de esta tendencia, la cosmética sin agua se está consolidando y tiene una alta proyección observada en cremas, sérums, aceites, entre otras fórmulas más concentradas, que requieren envases más pequeños, tienen mucha mayor duración y son igual de efectivas. Un ejemplo es la empresa coreana, *E Nature* que no utiliza agua en algunos de sus productos y la reemplaza por el jugo de abedul (que brinda humedad y nutrientes para mantener la hidratación). Además, esta empresa no utiliza ingredientes de origen animal y utiliza *packaging* ecoamigable.

Asimismo, existe interés por productos cosméticos energizantes y revitalizantes, muchos de los cuales incluyen ingredientes estimulantes, como la cafeína, manganeso, extracto de bambú, guaraná, centella asiática, ginseng, taurina, vitamina A, C y E, entre otros.

### 3. Mayor aplicación de tecnología

La utilización de la tecnología en la cosmética es más común. Se utiliza una amplia variedad de innovaciones tecnológicas, desde las aplicaciones móviles para encontrar el tono de base perfecto hasta los dispositivos de belleza de alta tecnología para tratamientos en casa. Según Mintel, el 48% de los usuarios de protección solar en Reino Unido estarían interesados en una aplicación para monitorear cambios en su piel o lunares.

### 4. Personalización

Los consumidores buscan productos cosméticos adaptados a sus necesidades individuales, como bases de maquillaje y cremas hidratantes personalizadas según el tipo de piel y edad. Esto implica que la industria cosmética se vuelva más inclusiva.

También está creciendo la oferta de marcas que ofrecen kits, denominados cajas de belleza y principalmente comercializados a través de suscripciones. En esta línea, a través de un análisis personalizado del consumidor, la empresa selecciona y envía periódicamente un conjunto de productos cosméticos que se adecuen a las necesidades de sus clientes.

### 5. Mayor comercio electrónico e impacto de redes sociales

Las ventas de productos de belleza en línea, a través de plataformas de e-commerce y redes sociales, están en alza. El marketing de *influencers* ha sido clave para la promoción digital de productos, gracias a la difusión de novedades y lanzamientos.