

Un horizonte de éxito para la industria cosmética

Con un índice de crecimiento positivo y de récord, un consumidor número uno en inversión en cosmética y perfumería en Europa y una envidiable posición en el Top 10 mundial de los países exportadores de estos productos, España se consolida como líder y referente en el mundo de la belleza internacional.

POR *Óscar Mateo*, DIRECTOR DE CONOCIMIENTO Y ESTUDIOS DE MERCADO DE STANPA



Aún es pronto para extraer conclusiones definitivas sobre

los resultados globales del sector

de la perfumería y la cosmética en 2023, pero los principales indicadores apuntan a un nuevo récord tras los excelentes resultados cosechados en los ejercicios más recientes. De mantenerse la tendencia actual, podemos prever un crecimiento del 10% a cierre de ejercicio, algo que, de primeras, puede parecer una ligera desaceleración respecto al 11,3% de 2022. Sin embargo, cuando presentamos la última Radiografía del Sector, desde Stanpa ya vislumbramos lo excepcional que resultaba ese nuevo techo que empleamos ahora como marco de referencia, y mantener un ritmo de crecimiento a doble dígito de forma sostenida es algo que está al alcance de muy pocos.

Y ese carácter excepcional, marcado por un dato de consumo de 9.250 millones de euros cosechado en 2022, marca el punto de partida a la hora de evaluar los datos de un

ejercicio, el de 2023, en el que todos los indicadores hacen prever que superaremos los 10.000 millones.

La explicación de esta tendencia desde una perspectiva sociológica la encontramos en un consumidor cada vez más orientado hacia los productos de alto valor, el autocuidado y el bienestar a corto y medio plazo. Y así lo refleja el dato de consumo per cápita; si en 2022 ya destacábamos el excepcional dato de casi 185 euros por persona y año, es muy probable que ahora se supere la barrera de los 200€.

Este dato de consumo per cápita nos deja hacia la parte medio-alta de Europa en términos absolutos -lo cual indica que aún el sector tiene margen para seguir creciendo-, pero al cruzar los resultados con la variable de la renta per cápita, podemos decir que España es ya el país europeo en el que más invierte el consumidor en cosmética y perfumería. Lo cierto es que todas las categorías de producto se han recuperado ya completamente del impacto sufrido en 2020, y estamos percibiendo un incremento del gasto muy marcado en categorías

como perfumes, cuidado de la piel y cosmética de color.

Precisamente, el perfume es uno de los productos estrella de la campaña de Navidad, puesto que el periodo desde el *Black Friday* a Reyes registra entre el 27% y el 30% del total de las ventas de todo el año. Por ponerlo en contexto, en 2022 las ventas totales de perfume en nuestro país alcanzaron los casi 1.600 millones de euros, concentrándose 470 millones de tales ventas solo durante las navidades.

Una campaña durante la cual se concentran aún más las ventas de perfumes de alta gama, que representa el 80% de las ventas del total del perfume. Estos datos, traducidos a unidades, significan que en 2022 se consumieron 90 millones de perfumes, hasta 22 millones de esas unidades durante la Campaña de Navidad.

Poniendo ya el foco en el presente ejercicio, los datos acumulados hasta el mes de septiembre mantienen esa tendencia de crecimiento acelerado. El conjunto del sector crece al 12,8%, mientras que el perfume lo hace al 16,7%. El de alta gama



crece a un ritmo incluso ligeramente superior al del conjunto del mercado, al 17%, y destaca el crecimiento del perfume de lujo masculino, que lo hace al 18,2%. Ante estos datos es de esperar que la Campaña de Navidad mantenga ese dinamismo y arroje unas tendencias de crecimiento muy positivas.

Como hemos señalado, aún es pronto para conocer los resultados completos del ejercicio 2023. Lo que sí podemos hacer es un balance del primer semestre, para el que contamos con indicadores como una cifra de exportación cercana a los 3.500 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento récord para este periodo del 23%, según los datos de Estatcom recogidos por Stanpa.

España se mantiene, por tanto, entre los líderes mundiales del sector de la belleza; y, más concretamente, en el Top 10 mundial de los países exportadores de perfumes y cosméticos. Se sigue manteniendo como el segundo exportador mundial de perfumes y

el cuarto mayor mercado de la UE. Además, fortalece su posición como exportador de esencias y aromas. Las ventas en el exterior de aceites esenciales han crecido un 12% en 2023 hasta los 277 millones de euros.

Durante el primer semestre de 2023, las exportaciones de perfumes y cosméticos han seguido registrando valores positivos en todos los sectores. La perfumería representa uno de los que más ha crecido, con un aumento del 28,9%, hasta los 1.400 millones de euros, seguido del cuidado de la piel con 28,7% y 730 millones.

De nuevo, por poner estas cifras en contexto, conviene contrastarlas con las del ejercicio anterior. En este caso, las exportaciones de perfumes, cosméticos, cuidado personal y aceites esenciales alcanzaron un volumen total de 6.515 millones de euros en 2022, un 21% más que en 2021 y un 25% más que en 2019. Fruto de estos resultados, la balanza comercial roza los 2.000 millones de euros en positivo, lo que significa que exportamos más que importamos.

Por tanto, de mantenerse la tendencia actual, podríamos estar hablando de unas cifras de exportación superiores a los 7.000 millones de euros a cierre de 2023, superando otra vez la cifra del ejercicio precedente y estableciendo un nuevo máximo.

Todos estos datos dejan constancia de la competitividad de una industria de la perfumería y cosmética que sigue creciendo de forma imparable año tras año batiendo todos los récords, y fruto de ello España exporta hoy más perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal que vino, calzado o aceite de oliva.

Prueba del prestigio de la cosmética española en el mundo es la variedad de destinos internacionales de nuestros productos. Hoy, el 51% de las exportaciones del sector se dirigen a la Unión Europea, mientras que el 49% tienen como destino el resto del mundo, siendo los principales mercados extracomunitarios EE. UU., Reino Unido, México, China, Emiratos Árabes Unidos, Chile, Hong Kong, Rusia, Brasil y Turquía.

La excelencia en la internacionalización del sector es resultado de la combinación de que algunas de las multinacionales más importantes del mundo tengan fábricas en España en las que invierten de forma muy cualitativa, y la existencia de un sólido tejido de empresas nacionales que compiten a nivel nacional, europeo e internacional, poniendo en el mercado mundial productos de alta calidad, innovadores y competitivos, fabricados conforme a rigurosos estándares europeos y buenas prácticas de fabricación 🌿