



## Juan Mediavilla director general de Mixer & Pack

“España exporta más perfumería que productos tan icónicos como pueden ser zapatería, aceite de oliva o vinos”

Nuestro país está asociado a productos estrella como la zapatería o el aceite de oliva. Son, sin duda, parte de la Marca España, de la que también es una fundamental representante la perfumería. Los datos hablan por sí mismos: España es el segundo exportador mundial, solo superado por Francia. Sin embargo, este sector no ha sido inmune al impacto económico que ha supuesto (y aún está suponiendo) la pandemia por COVID-19. De todo ello hemos hablado con Juan Mediavilla, director general de Mixer & Pack.

## LA INTERNACIONALIZACIÓN, I+D+I Y LA DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS CLARO QUE SON IMPORTANTES Y CLAVE PARA EL SECTOR DE LA PERFUMERÍA

### ¿En qué situación se encuentra actualmente el sector de la perfumería en España?

Tras unos datos positivos en el cierre de 2019, cuando presumíamos de un crecimiento de +2,12% en valor y +0,96% en volumen a favor de una revalorización de la categoría y continuando con un buen inicio de año, la categoría de perfumería, al igual que otras muchas fuera y dentro del sector de belleza, se ha visto directamente afectada por el confinamiento y cierre de comercios por la COVID-19, tanto a nivel español como europeo y mundial.

Esto, sin duda, ha provocado un parón en la venta y, por tanto, en toda la cadena de valor, a favor de un online que no ha sabido cubrir dicha caída por las especificidades del producto. Sin embargo, y desde un punto de vista positivo, ha forzado al sector a plantearse las necesidades del nuevo mercado y del nuevo consumidor.

### ¿A nivel internacional, nuestro país está en una buena posición de fortaleza?

Sin duda alguna, las cifras de España como exportador de belleza muestran la posición de fortaleza que tenemos frente a otras grandes potencias. Pero es en perfumería donde España adquiere el máximo protagonismo, donde tiene el orgullo y responsabilidad de presumir ser el segundo exportador de perfumería más importante del mundo con más de 2000 millones de euros, tras Francia, y por encima de Estados Unidos, en tercera posición.

España exporta más perfumería que productos tan icónicos para la mente del español como pueden ser zapatería, aceite de oliva o vinos. España es perfumería y cuenta con grandes insignias y grandes representantes y defensores de la alta calidad y las buenas prácticas de fabricación. Mixer & Pack sin duda, día a día, intenta representar estos valores tan importantes para la exportación en los más de 120 países del mundo donde se comercializan los productos que en nuestras instalaciones fabricamos.

### ¿La crisis de la COVID-19 ha hecho que un sector como este gane visibilidad y demuestre su importancia?

El sector de perfumería, desde el inicio, se volcó en poder ayudar y ralentizar los efectos tan devastadores que estaba teniendo la COVID-19 para la sociedad española.

Por ello, el sector y en especial 6 grandes multinacionales de cosmética entre las que tenemos el orgullo de estar, fueron seleccionadas y autorizadas por la AEMPS para poder servir geles hidroalcohólicos al Ministerio de Sanidad y a sus hospitales, clínicas, residencias y Fuerzas Armadas para que su personal médico y sanitario estuviera protegido.

Al inicio de la llegada de la COVID-19 a territorio nacional, y anticipándonos a la alta necesidad y demanda que pudiera tener esta tipología de producto, Mixer & Pack inició conversaciones con el Ministerio de Sanidad, el Ministerio de Industria, la AEMPS y Stanpa, con el fin de ofrecer su capacidad productiva, líneas de producción y equipo humano, para satisfacer la necesidad de geles y soluciones hidroalcohólicas higienizantes del Ministerio de Sanidad para su personal sanitario.

Para ello se apostó por formatos altamente industrializables, fáciles de uso para el usuario y que se adaptaran perfectamente a las líneas de producción existentes.

Mixer & Pack se volcó desde el comienzo de estas conversaciones en agilizar el proyecto, derivando todos los recursos necesarios a la producción inmediata de soluciones y geles higienizantes hidroalcohólicos en sus instalaciones situadas en Meco, Madrid.

Acto, a día del hoy, del que seguimos muy orgullosos.

### ¿Las claves para el éxito en el sector de la perfumería son la internacionalización, la I+D+i y la digitalización de procesos?

La internacionalización, I+D+i y la digitalización de procesos claro que son importantes y clave para el sector de la perfumería, pero también para el resto de sectores que no se quieren quedar atrás.

No obstante, hay más factores clave que son relevantes y empiezan a ser decisivos para segmentar qué empresas crecen y cuales se quedan atrás. La industria 4.0, tan clave para dicha digitalización y entendida como una estrategia global de grupo, así como la reinterpretación tan

importante de la perfumería para el nuevo consumidor; que más que nunca tiene que estar en el centro de todo; no solo en el centro de la marca, sino en el centro de toda la cadena de valor.

**'ES EN PERFUMERÍA DONDE ESPAÑA ADQUIERE EL MÁXIMO PROTAGONISMO, DONDE TIENE EL ORGULLO Y RESPONSABILIDAD DE PRESUMIR SER EL SEGUNDO EXPORTADOR DE PERFUMERÍA MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO CON MÁS DE 2000 MILLONES DE EUROS, TRAS FRANCIA, Y POR ENCIMA DE ESTADOS UNIDOS'**

**¿Cuáles son las principales tendencias actuales en el ámbito de la perfumería?**

En Mixer & Pack, como grandes expertos en el desarrollo de perfumería y cosmética para terceros, ya estamos dando un paso más pensando en las necesidades del nuevo consumidor y cómo conseguir que las marcas a las que nosotros fabricamos puedan cubrir dichas necesidades.

Desde un punto de vista aromático, el nuevo consumidor va a avanzar hacia familias olfativas que le trasladen a un mundo interior, más íntimo y privado. El nuevo consumidor ya empieza a revalorizar al perfume dando más importancia al hecho de perfumarse y volviéndose a perfumar más para sí mismo que para los demás.

Sin embargo, son varias las tendencias que desde un punto de vista de desarrollo asoman ya en algunos de nuestros clientes y presumen ser tendencia para el futuro: está el avance hacia una formulación vegana; la filosofía 'plastic free', evitando el uso del plástico al máximo y en la medida de lo posible tanto en el packaging primario como el secundario; y cómo no, la gran realidad cada vez más viable e industrializable, que es la personalización de un perfume para cada consumidor. Es, sin duda, una vuelta a los orígenes del concepto de perfumería.

**Quizás la situación actual no es la idónea para hacer**

**previsiones. Pero, ¿qué retos tiene ahora mismo por delante el sector?**

Desde Mixer & Pack creemos que la recuperación de las previsiones reside en esa nueva adaptación al consumidor; reenamorarle con nuestra categoría y potenciar el incremento de consumo individual.

Si el hábito de consumo vuelve a la normalidad, no será capaz de recuperar al sector. Tenemos que apostar por un incremento de hábito, incremento de cesta de compra (que el consumidor compre más perfumes) a través de ofrecer variedad, perfumes novedosos, desarrollos atractivos, diseños conquistadores y en definitiva, nuevos perfumes con nuevos valores.

**'LA INTERNACIONALIZACIÓN, TANTO A NIVEL INTERNO COMO EXTERNO, SIGUE SIENDO NUESTRO GRAN OBJETIVO, ASÍ COMO LA APUESTA FIRME DE LA MODERNIZACIÓN DE PROCESOS E INVESTIGACIÓN'**

**¿Y más concretamente Mixer&Pack, qué objetivos se ha marcado en un futuro próximo?**

Los objetivos largoplacistas, que teníamos marcados a principios de año y que por tanto configuran una estrategia fuerte detrás, se siguen manteniendo.

La internacionalización, tanto a nivel interno como externo, sigue siendo nuestro gran objetivo, así como la apuesta firme de la modernización de procesos e investigación, gracias a la futura planta que actualmente ya se está construyendo en Cabanillas del Campo y que presume ser la fábrica de perfumería más moderna de Europa.

Además, como diseñador, desarrollador y fabricante de perfumería y cosmética para terceros, el éxito de Mixer & Pack reside principalmente en el éxito de nuestros clientes.

Son muchas las firmas internacionales de moda, así como los grandes grupos cosméticos que dependen de nosotros en su categoría de producto, por lo que nuestro objetivo es ayudarles a incrementar ventas, recuperar al consumidor y volverle a enamorar con valores de marca, en forma de perfume 