

David García,

*nuevo presidente
del Beauty Cluster
y director general de
Laboratorios Ximart*

“Queremos que el sector de la belleza sea reconocido por su aportación económica, social y exportadora”

Con más de 250 socios y un ecosistema que reúne a fabricantes, pymes, laboratorios, multinacionales, distribuidores, centros tecnológicos y talento emergente, el Beauty Cluster inicia una nueva etapa bajo la presidencia de David García. Director general de Laboratorios Ximart y profundo defensor del tejido empresarial diverso —también el que se desarrolla más allá de los grandes polos de Barcelona y Madrid—, García quiere reforzar al clúster como socio estratégico: más innovación colaborativa, más proyección internacional, más alianzas institucionales y mayor representatividad real para todas las voces de la industria *beauty*. Digitalización, sostenibilidad, vigilancia regulatoria y formación especializada (con proyectos como *Beauty Business School* o el *Barcelona Perfumery Congress*) forman parte de la hoja de ruta que impulsa esta nueva presidencia. Pero por encima de los programas, García lanza un llamamiento que resume su visión: construir una comunidad abierta, innovadora, influyente y cohesionada donde ciencia, empresa y creatividad trabajen de la mano para una industria de la belleza más fuerte, más sostenible y con mayor proyección internacional. “Tenemos mucho que aportar como país, y juntos llegaremos más lejos”.

Acabas de asumir la presidencia del Beauty Cluster tras tu etapa como vicepresidente. ¿Qué significa este nombramiento para ti y cómo asumes este nuevo reto?

Para mí supone un compromiso firme con la industria de la belleza en España, un sector que admiro profundamente no solo por su capacidad de innovar, adaptarse y crecer, sino también por su generosidad. Es una industria en la que las empresas colaboran entre sí de forma abierta, comparten conocimiento y trabajan juntas por objetivos comunes, algo poco habitual en otros sectores. Lo asumo con ilusión, pero también con la conciencia de que estamos en un momento clave para consolidar nuestro posicionamiento nacional e internacional. Quiero poner al servicio del clúster toda mi experiencia y visión estratégica.

El Beauty Cluster se ha consolidado con más de 250 socios y una actividad intensa en eventos y proyectos plurianuales. ¿Cuál será

tu principal foco para esta nueva etapa?

Mi principal foco será convertir al clúster en un socio estratégico de referencia para todos los actores del sector, tanto a nivel nacional como internacional. Queremos reforzar nuestra capacidad de generar impacto, tanto a través del conocimiento como de la colaboración. Apostaremos por un crecimiento más inclusivo, más transversal y por una mayor visibilidad institucional.

No se trata solo de crecer en número de socios o proyectos, sino también en diversidad y representatividad: integrar pymes, *startups*, laboratorios, proveedores, distribuidores, centros tecnológicos; tener presencia territorial más allá de Barcelona y Madrid; y dar voz a perfiles diversos como jóvenes talentos, mujeres líderes, científicos, expertos en sostenibilidad o digitalización.

Innovación, internacionalización, alianzas, representatividad... ¿Qué iniciativas concretas tienes en mente en cada uno de estos ámbitos?

En innovación, seguiremos impulsando proyectos colaborativos y tecnológicos, especialmente ligados a la ciencia del producto y a la digitalización.

En internacionalización, queremos fortalecer nuestra red de *partners* europeos y acompañar a las empresas en su acceso a mercados clave. En cuanto a alianzas, consolidaremos vínculos con asociaciones estratégicas, así como centros tecnológicos e instituciones. Y en representatividad, trabajaremos para que el sector belleza tenga voz propia en los espacios donde se define la economía y la industria del país.

Como ex vicepresidente del clúster, participaste en la implementación del plan estratégico 2024-2027 y en proyectos como la *Beauty Business School* o el *Barcelona Perfumery Congress*. ¿Cómo evolucionarán ahora bajo tu presidencia?

Son iniciativas muy valiosas que vamos a seguir desarrollando con una mirada evolutiva. La *Beauty Business School* debe consolidarse como la



'MI PRINCIPAL FOCO SERÁ CONVERTIR AL CLÚSTER EN UN SOCIO ESTRATÉGICO DE REFERENCIA PARA TODOS LOS ACTORES DEL SECTOR'

referencia formativa del sector. En cuanto al *Barcelona Perfumery Congress*, queremos proyectarlo aún más internacionalmente, atrayendo talento, ciencia y negocio. El plan estratégico 2024-2027 seguirá siendo nuestra hoja de ruta, pero lo adaptaremos a nuevas oportunidades que vayan surgiendo en un contexto muy dinámico.

Laboratorios Ximart aporta la perspectiva de una empresa familiar ubicada fuera de los grandes núcleos. ¿Cómo quieres reflejar ese enfoque en la estrategia del clúster? ¿Y cómo equilibrar el apoyo a grandes empresas con el desarrollo de pymes y laboratorios?

Mi experiencia al frente de una empresa familiar me ha permitido comprender profundamente el valor y el legado de las pymes, auténtico motor del tejido industrial español. Representan más del 99% del tejido empresarial, generan la mayor parte del empleo y aportan una parte esencial del PIB nacional. Son, además, clave en la innovación y la cohesión social.

Por eso, uno de mis objetivos es que el clúster refleje esta realidad y se convierta en una red diversa y cohesionada, donde todas las voces cuenten y el legado de las pymes sea reconocido y potenciado. Impulsaremos iniciativas específicas para su desarrollo y digitalización.

Además, promoveremos que las grandes empresas actúen como tractores del ecosistema, generando oportunidades para que el crecimiento y la innovación lleguen a todo el sector. Así el clúster será un espacio donde se equilibre el apoyo a grandes compañías con el impulso a pymes y laboratorios.

¿Cómo valoras la colaboración del clúster con otras entidades y clústers como Stanpa, AEIC, SEQC o institutos para reforzar el ecosistema cosmético?

Es fundamental. Ninguna organización puede afrontar sola los retos que hoy plantea el mercado. La colaboración con entidades como Stanpa, AEIC, SEQC o con institutos tecnológicos es una palanca clave para sumar capacidades, compartir conocimiento y proyectar unidad. Queremos que esas alianzas se traduzcan en proyectos tangibles que beneficien directamente a las empresas del sector.

La digitalización y la sostenibilidad son exigencias crecientes. ¿Qué iniciativas impulsará el Beauty Cluster para apoyar a las empresas en esta transición?

Vamos a lanzar iniciativas para asegurar formación y acompañamiento en sostenibilidad y digitalización, enfocadas en que nuestras empresas puedan implementar mejoras reales en sus procesos y productos. Además, trabajaremos en identificar buenas prácticas y casos de éxito que sirvan de inspiración. El clúster debe ser un facilitador de esta transformación.

El Beauty Cluster ha ganado representatividad en foros institucionales. ¿Cómo te propones aumentar aún más su influencia en la agenda económica del país?

Queremos que el sector de la belleza sea reconocido por su aportación económica, social y exportadora. Para ello, fortaleceremos nuestras relaciones con administraciones públicas, participaremos activamente en plataformas multisectoriales y aportaremos datos e informes que

evidencien el peso real de nuestra industria. También queremos ser un interlocutor propositivo en el desarrollo de políticas industriales y de innovación.

La industria está en constante cambio regulatorio y tecnológico. ¿Qué herramientas ofrecerá el clúster a las empresas para anticiparse a normativas globales y tendencias disruptivas?

Uno de los grandes valores del clúster es su capacidad para actuar como radar y como guía. Vamos a reforzar nuestros mecanismos de vigilancia tecnológica y regulatoria, poniendo a disposición de los socios informes específicos, jornadas técnicas y alertas sectoriales que les permitan adelantarse a los cambios. Además, queremos generar espacios de diálogo con expertos, organismos reguladores, asociaciones y otros clústers europeos para compartir información de primera mano. Nuestra misión es que ninguna empresa, por pequeña que sea, se sienta sola frente a normativas complejas o nuevas tecnologías que transforman el mercado.

Para cerrar, ¿qué visión quieres transmitir al sector cosmético español? ¿Qué debe caracterizar al Beauty Cluster en esta nueva etapa?

Quiero transmitir un mensaje de unidad, ambición y orgullo de sector. El Beauty Cluster debe ser una comunidad abierta, innovadora, influyente y cohesionada. Un punto de encuentro donde ciencia, empresa y creatividad trabajen de la mano para construir una industria de la belleza más fuerte, más sostenible y con mayor proyección internacional. Tenemos mucho que aportar como país, y juntos llegaremos más lejos 🌱



**Special
chemicals**

Innovación y ciencia en cada ingrediente

Accede a nuestro catálogo completo



C/Muntaner, 479 Ent.1
08021 BARCELONA



+34 93 414 70 84

www.special-chemicals.es

informacion@special-chemicals.es

