



Ma del Val Díez

Directora General de Stanpa y Vicepresidenta de Cosmetics Europe

“ESPAÑA ES UNA DE LAS PRINCIPALES POTENCIAS DEL MUNDO EN LA PRODUCCIÓN Y LA EXPORTACIÓN DE PERFUMES Y COSMÉTICOS”

El sector emplea a más de 35.000 trabajadores directamente, a los que hay que añadir más de 200.000 puestos de trabajo indirectos.

STANPA es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, que agrupa a más de 400 entidades implicadas en la fabricación y distribución de perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal en España, representando

a más del 90% de las empresas del sector. Para analizar la situación del sector y conocer más sobre esta asociación, el equipo de Industria Cosmética ha entrevistado a su Directora General, Val Díez.

¿Cuáles son los objetivos de Stanpa y qué acciones desarrolla para alcanzarlos?

Stanpa es la asociación que representa en España y en Europa a las compañías de perfumes, cosméticos y productos

de cuidado personal de nuestro país. Su principal finalidad es fomentar el desarrollo de una industria profesional, líder e innovadora, que ofrece productos de la más alta calidad a la sociedad.

¿Quiénes forman parte de la asociación?

Fundada en 1952, Stanpa integra en la actualidad a cerca de 300 entidades que representan a más de 400 empresas de perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal en nuestro país.

Stanpa representa a todos, grandes y pequeños, fabricantes a terceros, esencias, materias primas, productos naturales. Todo aquél que esté en relación directa con esta industria tiene cabida en Stanpa, que representa ampliamente a más del 90% del sector.

¿Cómo son las empresas del sector cosmético en España en cuanto a su tipología y dinámica?

Existe una gran diversidad empresarial, puesto que, junto con las grandes multinacionales, algunas de las cuales con importantes plantas de producción en nuestro país, conviven más de un 80% de PYMES, muchas de ellas empresas familiares y algunos proyectos emprendedores altamente innovadores.

Gracias al gran dinamismo de los productos, la diferenciación de los diferentes canales existentes y la variada distribución, estamos ante una industria muy diversa, que comprende desde el lujo al gran consumo, la dermofarmacia, la peluquería y la estética profesional. Productos altamente especializados ha obligado a especializarse a las empresas, en perfume, tratamiento de la piel, el cabello o el maquillaje principalmente.

Podemos decir con satisfacción que en general ésta no es una industria

deslocalizada, y que aporta gran valor a la economía nacional y europea. De hecho, el sector emplea a más de 35.000 trabajadores directamente, a los que hay que añadir más de 200.000 puestos de trabajo indirectos (comercio minorista, peluquerías y centros de belleza, farmacias y parafarmacias, manipulación y packaging, logística, publicidad, medios de comunicación, etc).

¿En qué estado de salud se encuentra la industria nacional de la cosmética? ¿En qué posición se encuentra en el marco europeo? ¿Y en el mundial?

España es una de las principales potencias del mundo en la producción y la exportación de perfumes y cosméticos por lo que tenemos motivos para sentirnos orgullosos como país.

El consumo de productos cosméticos en España alcanzó durante el año 2015 los 6.450 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 1,5% en relación al año anterior.

En cuanto a las exportaciones, el sector creció un 8,6%. Actualmente, España es el 6º exportador mundial de perfumes y cosméticos con un volumen de venta al exterior de 3.270 millones de euros. Este potencial ha posicionado al sector español en 179 países, con especial foco en Estados Unidos, Oriente Medio, Latinoamérica y Asia Pacífico, situando el valor de las exportaciones de perfumería y cosmética por encima de sectores tan emblemáticos como el vino, el calzado o el aceite.

Además de 6º exportador mundial de productos de perfumería y cosmética, España ocupa la 4ª posición en la exportación mundial de perfumes. En concreto, los perfumes son la categoría estrella de las exportaciones representando el 40% de las mismas.

La industria de la cosmética siempre ha tenido un fuerte componente de I+D, pero da la sensación de que la cosmética actual está a la vanguardia en la aplicación de los últimos avances en campos como la biotecnología. ¿Es una percepción o es cierto?

España cuenta con gran tradición y cultura cosmética basada en la química y la farmacia, lo que ha generado una industria muy sólida y consolidada. Por supuesto, el I+D sigue siendo un pilar fundamental para esta industria. De hecho, el sector cosmético español invierte en I+D+i alrededor de 120 MM de € al año.

Los consumidores exigen productos cada vez más innovadores y eficaces, lo que obliga a mantener una actitud de mejora continua. Cada año, se suelen reformular la cuarta parte de los productos que se fabrican siendo la vida máxima de un producto cosmético no superior a los cinco años.

Mantener este grado de innovación sólo es posible contando con un respaldo científico, capaz de incrementar la eficacia de los ingredientes cosméticos y sus fórmulas, garantizando ante todo la seguridad de los consumidores. Tras cada lanzamiento hay un largo recorrido de investigación, test y análisis de seguridad que seguramente no conozcamos. Es envidiable el trabajo que hacen.

Sin ser un mercado tan regulado como el Farmacéutico, lo cierto es que el sector cosmético tiene un grado de regulación importante. ¿Qué pasos se están dando desde las autoridades y qué implicaciones tendrán para los fabricantes?

Así es, la legislación europea sobre cosméticos es una de las legislaciones de las más avanzadas y exhaustivas del mundo. Entre otros aspectos, garantiza la calidad, seguridad y eficacia de los

Val Díez es Directora General STANPA, Vicepresidenta de Cosmetics Europe, Miembro del Comité Ejecutivo y Junta Directiva de CEOE; Vicepresidenta de la Subcomisión de Igualdad de Oportunidades y no Discriminación de CEOE y Presidenta del Jurado de los Premios de la Academia del perfume.



ingredientes, la composición, el proceso de fabricación y el envase.

Al ser el sector cosmético tan dinámico, las mejoras de la regulación son constantes bien sea por el uso de nuevos ingredientes y reevaluaciones continuas del valor añadido y la seguridad. Estamos en un entorno donde se ha instalado una cierta quimicofobia, se crean dudas o cuestionamientos muchas veces carentes de base científica pero que se expanden rápidamente por redes sociales o por ONGs que tienen otro tipo de objetivos, loables, pero a veces sin una formación o información rigurosa en cuanto a nuestro sector. Esto crea un nivel

SOLO LAS MARCAS RECONOCIDAS, IDENTIFICABLES Y SERIAS PUEDEN ESTAR AVALADAS POR CERTIFICACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES, Y GARANTIZAN LA SEGURIDAD, CALIDAD Y BENEFICIOS PARA EL CONSUMIDOR

de concienciación enorme en cuanto a la necesidad de disponer de información rigurosa alejada de la demagogia y ha dotado a las empresas de una cultura de la responsabilidad impresionante. De hecho, cada nuevo cosmético pasa por un examen completo de seguridad antes de llegar al mercado. Toda esta información se vuelca a una base de datos

única europea, a la que tienen acceso las autoridades nacionales de control y los centros de toxicología. De este modo se garantiza la seguridad del consumidor y la transparencia de la información.

Por ello, cobra vital importancia adquirir los perfumes y cosméticos en puntos de venta autorizados y de confianza, no imitaciones ni copias, ni falsificaciones. Solo las marcas reconocidas, identificables y serias pueden estar avaladas por certificaciones nacionales e internacionales, y garantizan la seguridad y beneficios para el consumidor que un producto cosmético o un perfume han de ofrecer ■