

A woman with long dark hair, wearing a white face mask and a dark top, is looking down at a bottle of green hand sanitizer she is holding in her hands. She is in a pharmacy or store, with shelves of various products visible in the background. The image has a soft, slightly faded overlay.

 stanpa

MEMORIA

2020

Año de pandemia:
Solidaridad e
Innovación

ÍNDICE

- [Carta de la Presidencia](#)**
- [Informe de la Dirección General](#)**
- [La industria se moviliza frente al COVID-19](#)**
- [Plan Estratégico 20/23](#)**
- [Fundación Stanpa](#)**
- [Academia del Perfume](#)**



En 2020 Stanpa fue más importante que nunca.

Ante el durísimo reto que nos marcó la pandemia, Stanpa reaccionó de manera inmediata, asumiendo de forma ágil y contundente la voz del sector de la perfumería y la cosmética, resultando fundamental su liderazgo en la interlocución con el Gobierno y todas las administraciones públicas en la gestión de la crisis sanitaria.

Stanpa se hizo más visible, más presente, indispensable y necesaria para todas nuestras empresas. Y lo hizo a todos los niveles, resultando fundamental tanto para la Dirección como para los equipos operativos. Se encargó de realizar un continuo seguimiento, apoyo y prestación de servicios que permitió dotarnos a todos de las herramientas de trabajo necesarias para gestionar la seguridad de nuestros trabajadores, garantizar la implementación de todas las recomendaciones sanitarias en las fábricas, así como facilitar el teletrabajo y todas las medidas de flexibilización.

Supimos ayudar, apoyar e influir. Se nos tuvo en cuenta y, desde el Gobierno, se nos dio las gracias públicamente por nuestra labor. Hemos demostrado nuestra esencialidad a través de la solidaridad y la sociedad nos lo ha reconocido; pues hemos sido, somos y seremos un sector competitivo, dinámico, innovador y sostenible, que en momentos duros en los que había que ayudar a la sociedad, ha estado a su lado, poniendo de relieve la esencialidad del servicio que prestamos. No sólo cubrimos las necesidades básicas de higiene y salud, sino que somos y seremos la pieza clave para garantizar el bienestar de la población actual y de las generaciones futuras.

Junto a esa reacción, el desarrollo del Plan Estratégico 20-23 ha continuado y se han alcanzado todos los objetivos planeados, gestionando con eficacia y obtenido excelentes resultados.

Ahora toca coger impulso, mirar hacia adelante y enfocar la senda de la recuperación bajo el paraguas del compromiso con la sostenibilidad y la inversión en innovación.

España aspira a ser climáticamente neutra en 2050 y movilizará casi 70 mil millones de € previstos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, priorizando la inversión en proyectos maduros y con un fuerte potencial tractor y la industria de la belleza quiere y debe ser parte de esa transformación social.

Hay grandes oportunidades para acometer las inversiones y ser ambiciosos en los alcances de los proyectos. La industria cosmética española está entre los líderes mundiales del sector. Toca reiniciar y reinventarse para no perder nuestra posición como Top 10 exportadores mundiales de productos de belleza; incluso me atrevo a decir que es nuestro momento para ganar velocidad y protagonismo.



Verónica Fisas, Presidenta de Stanpa

1. Carta de la Presidencia

2. Informe de la Dirección General

//

2020 pasará a la historia como un punto de inflexión en nuestras vidas y creo que también en la trayectoria de Stanpa.

El año del miedo y la incertidumbre ha sido a su vez el año de la escucha, la reacción y la solidaridad de un sector que de la noche a la mañana se volcó para ayudar ante la emergencia sanitaria.

Sin duda, la pandemia ha congelado una parte de nuestras vidas, pero no nos ha frenado como industria. Hemos sido, somos y seremos un sector competitivo, dinámico, innovador y sostenible, y una pieza clave para garantizar el bienestar de la población actual y de las generaciones futuras.

Nos sentimos orgullosos de representar a un sector que ha sabido demostrar su enorme compromiso con la sociedad.

Valga esta Memoria como agradecimiento y reconocimiento al esfuerzo realizado por las más de 400 entidades que aglutina nuestra Asociación.



Val Díez, Directora General de Stanpa

[Ver Informe completo](#)



VÍDEOS



Val Díez, Informe de la Dirección General



Pilar García, Área Técnica



Feeling Innovation | The Valley



Susana Arranz, Área Internacionalización



Presentación Feeling Innovation



Óscar Mateo, Área de Estudios



Digitalización de Stanpa



Clara Pi, Comunicación



Jorge López, Jurídico



Sostenibilidad, palanca estratégica



Humanizando la sanidad | Fundación Stanpa



Smell Film | Academia del Perfume Stanpa

3. La industria se moviliza frente al COVID-19

El sector cosmético y del perfume se vuelca para hacer frente a la pandemia, incluso antes de la declaración del Estado de Alarma.

La industria cosmética es reconocida como estratégica en la lucha contra el COVID-19, e inicia un cambio de 180° para adaptar sus líneas de producción a la fabricación de geles hidroalcohólicos.

Apoyo constante a todos los sectores esenciales para asegurar su sostenibilidad económica y social.

Solidaridad y compromiso de todo el sector para garantizar la seguridad de los trabajadores y los consumidores.



Fotografía cedida por Puig

La industria cosmética es reconocida como estratégica en la lucha contra la pandemia

Desde el inicio de la crisis sanitaria, la industria de perfumes y cosméticos respondió a la llamada de las Autoridades ofreciendo su capacidad productiva para asegurar el suministro de soluciones hidroalcohólicas higienizantes, uno de los elementos de protección necesarios en hospitales, centros sociosanitarios, residencias, trabajadores y sociedad en general.

Con el fin de asegurar el suministro al Sistema Nacional de Sanidad, Stanpa identificó 5 grandes fabricantes con suficientes reservas de alcohol propias, quienes, en apenas cuatro días, transformaron sus capacidades de producir perfume y cosméticos en producción de geles y soluciones hidroalcohólicas.

Ante la situación de desabastecimiento del alcohol de uso cosmético, Stanpa y la patronal química, FEIQUE, trabajaron conjuntamente en el abastecimiento de geles durante las primeras semanas de pandemia, así como en la búsqueda de fuentes alternativas como alcohol apto para uso oral o el bioetanol.

4,5MM

de litros de gel hidroalcohólico se produjeron en las 5 primeras semanas de pandemia

+70

empresas de Stanpa se volcaron en la producción de geles

+18MM

de unidades de geles se entregaron de forma altruista a hospitales, centros sociosanitarios, Fuerzas de Seguridad y ONG en las 5 primeras semanas de pandemia



Apoyo constante a todos los sectores esenciales

En la prevención frente al COVID-19

El compromiso de la industria con la seguridad y la salud de las personas trabajadoras fue la principal prioridad de la Asociación. Por ello, como actores del Diálogo Social del Sector de Perfumería y Cosmética, UGT, CCOO y Stanpa, suscribimos conjuntamente la Guía de Buenas Prácticas con las medidas de prevención frente al Covid-19 en la industria de perfumería y cosmética.

El elemento clave para afrontar con éxito la reapertura de los salones de peluquería, centros de estética y puntos de venta tras el Estado de Alarma fue también la elaboración de unas Guías de Buenas Prácticas basadas en el establecimiento de estrictas medidas necesarias para asegurar la protección de trabajadores y clientes. Por su rigor han sido, incluso, empleadas en otros países de la Unión Europea.



VER
GUÍA



VER
GUÍA



VER
GUÍA



VER
GUÍA

Apoyo a la peluquería y la estética profesionales

La peluquería ha sido protagonista en la pandemia desde el momento en el que el Estado de Alarma reconoció su esencialidad. Ha sido uno de los sectores más afectados. Una situación preocupante que ha contado con el firme apoyo de Stanpa, que ha trabajado con otros agentes del sector, con el objetivo de que la administración reconociera su grave situación y facilitase medidas como la bajada temporal del IVA, como una de las posibles soluciones para garantizar su sostenibilidad.

Gracias al esfuerzo conjunto se ha logrado que en el Congreso y el Senado se hayan aprobado hasta tres proposiciones no de ley de recuperación del IVA reducido para el sector de la imagen personal.

El sector de la estética profesional, representado por los centros de estética profesional y la industria cosmética, se unió en una actuación sin precedentes para poner de manifiesto el firme compromiso con la seguridad de los centros de estética, trabajadores y clientes, y defender y reivindicar su futuro.

Con el lema #PorSeguirCuidandoTuPiel el sector creó una campaña con el objetivo de poner en valor la profesionalidad, la seguridad y el trabajo de todos los profesionales.

Conoce la
campana



Fotografía cedida por Natura Bissé

Una industria solidaria y comprometida

Premio especial a la industria de perfumería y cosmética por su solidaridad durante la pandemia

La cabecera Mujer Hoy quiso reconocer en sus IX Premios de Belleza con su galardón más especial a la industria de la perfumería y cosmética en su conjunto por la labor solidaria realizada durante la pandemia. Este galardón pretende ser un reconocimiento a la rápida respuesta de la industria para hacer frente a la crisis sanitaria en España de manera altruista y solidaria.

La cosmética y la perfumería comparten sus iniciativas para afrontar la situación por el COVID19

En SICUR Especial COVID, el evento de IFEMA de apoyo a la reactivación de la economía a partir del contacto entre oferta y demanda de protección para la bioseguridad, Stanpa presentó y compartió las medidas aplicadas por el sector durante la crisis sanitaria.

Stanpa, en el Homenaje de Estado a las víctimas del coronavirus

En la figura de la directora general de la Asociación, Stanpa acude al acto de Homenaje de Estado a las víctimas del COVID-19, representando a todas las empresas que, de forma tan altruista y profesional, contribuyeron a la producción de geles hidroalcohólicos y productos de higiene y cuidado personal.



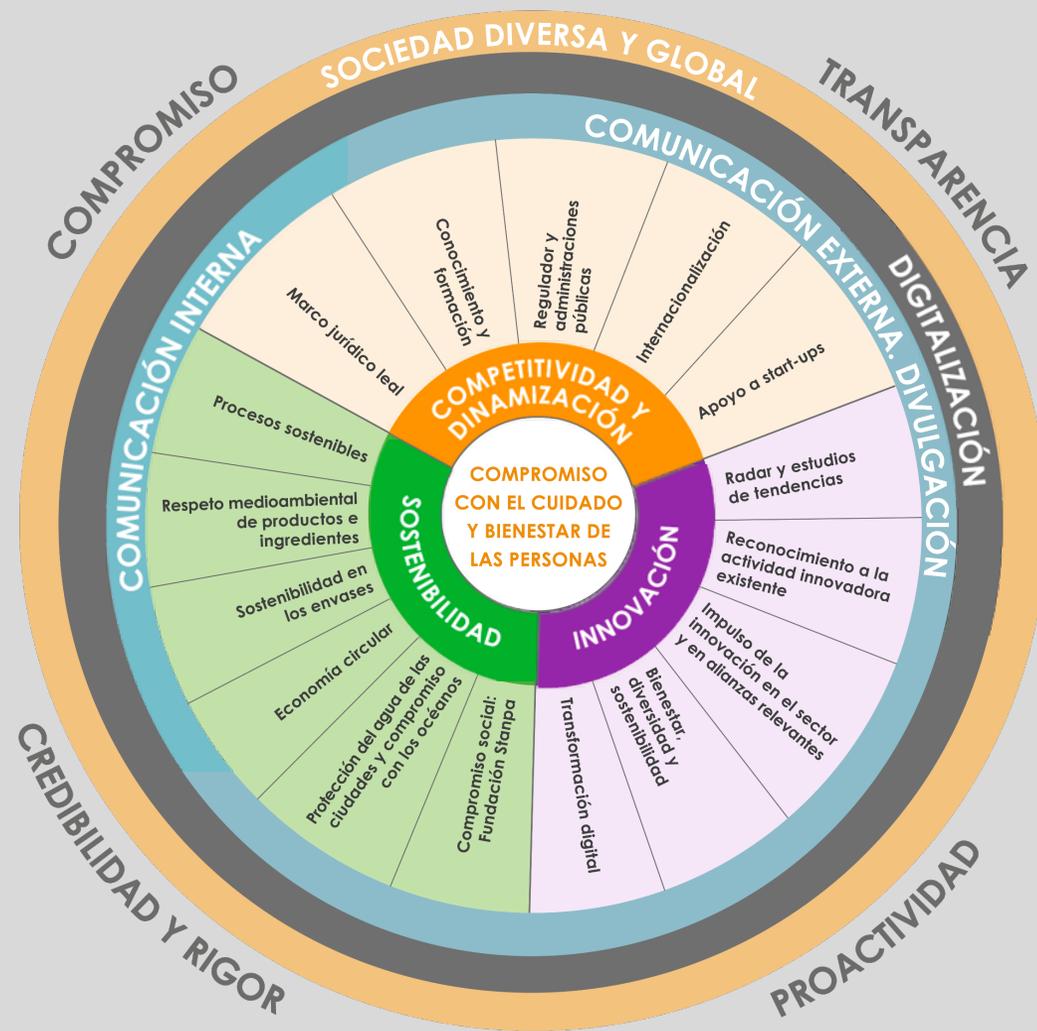
Premio especial a la industria otorgado por el Grupo Vocento, recogido por Juan Matji, vicepresidente de Stanpa | Noviembre 2020

4. Plan estratégico 20/23

Nuestro objetivo: El compromiso con el cuidado y bienestar de las personas.

Representamos e impulsamos una industria del perfume y la cosmética **competitiva, dinámica, innovadora y sostenible**, comprometida con el cuidado y bienestar de las personas en una sociedad diversa y global.

Misión, visión,
valores y palancas
estratégicas



Haz clic en una palanca estratégica para ir directamente a esa sección.

Innovación

Feeling Innovation by Stanpa, radar de oportunidades y de tendencias en I+D+i.

Visibiliza y reconoce la actividad innovadora de las empresas y el sector en su conjunto.

Apuesta por el impulso de la innovación en el sector y alianzas estratégicas.

Territorios de innovación relevantes para la sociedad: bienestar, diversidad y sostenibilidad.

Impulso de la transformación digital del sector.

Transformación digital de Stanpa.



Feeling Innovation by Stanpa: El gran salto hacia la innovación

Stanpa redobla la apuesta por la innovación abierta y da la bienvenida a la nueva entidad, Feeling Innovation by Stanpa

Tras la gran apuesta de Stanpa por la innovación y como respuesta a la necesidad de estructurarla a través de una nueva entidad, en septiembre, Feeling Innovation by Stanpa fue presentada a sus asociados en The Place Madrid ante más de 140 asistentes de compañías del sector y entidades en un acto que contó con el apoyo del Director General de Industria y de la pequeña y mediana empresa.

La Asociación Feeling Innovation by Stanpa para la innovación en perfume, cosmética y cuidado personal, trabaja en torno a cuatro compromisos: el bienestar, la sostenibilidad, la diversidad y, de manera transversal, la digitalización. Un proyecto que ha contado con el respaldo permanente de la Junta Directiva de Stanpa.

Así, en octubre, se constituía formalmente la entidad Feeling Innovation by Stanpa con 19 entidades fundadoras y, en diciembre, se celebró la **I Asamblea General donde se constituyó la Junta de Innovación** y en la que se nombró a Val Díez directora general de la nueva entidad.



“ Quiero mostrar públicamente el apoyo y agradecimiento del Ministerio de Industria al sector de la perfumería y la cosmética por dar un paso al frente y ponerse a disposición de las instituciones para contribuir en la salud de las personas en aquel momento tan complicado. ”

**Galo Gutiérrez Monzonís,
 Director General de Industria y de la pequeña y mediana empresa**

Feeling Innovation by Stanpa



Motor del sector para promover la innovación a través de la colaboración entre empresas, centros de conocimiento y entidades de investigación, potenciando las sinergias y amplificando las oportunidades multidisciplinares y la colaboración público-privada.



Punto de encuentro entre entidades, aportando conocimiento en I+D+i y poniendo en valor la innovación del sector a través de la construcción y posicionamiento de la marca España.



Catalizador de oportunidades de los próximos programas de ayudas europeos, nacionales y regionales en torno a 7 ejes clave: digitalización, industria conectada, sostenibilidad, economía circular, ingredientes, *packaging* y proyectos estratégicos para la recuperación y la transformación económica aplicados al sector de la perfumería, la cosmética y el cuidado personal.



Programa de formación técnica continua a los trabajadores del sector de perfumería y cosmética, así como a sectores vinculados de la cadena de valor en el ámbito de la I+D+i.



Los compromisos en los que se asienta Feeling Innovation by Stanpa - bienestar, diversidad y sostenibilidad- y las más de 15 iniciativas estratégicas que se van a poner en marcha están completamente alineadas con el Plan Estratégico de Stanpa, así como con los próximos programas europeos y nacionales en el ámbito de la innovación.

La innovación, estratégica en cosmética

Feeling Innovation by Stanpa nace con el objetivo de promover la investigación, el desarrollo y la innovación en el sector del perfume, la cosmética y el cuidado personal de cara a aportar a la sociedad futura nuevos productos para un mejor cuidado y bienestar, una mayor sostenibilidad y dar respuesta a la diversidad y retos del mañana.

3,4%

I+D+i de la facturación del sector

307

millones de € es el total dedicado a innovación por el sector



Paso a paso: 1 año de Feeling Innovation by Stanpa

Feeling Innovation by Stanpa cuenta ya con 80 entidades adheridas, con una representatividad de más del 70% de los fabricantes de perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal y una alta presencia de PYMES, empresas de ingredientes y packaging (cadena de valor). También cuenta con la adhesión de centros de investigación, tecnológicos y de conocimiento como AINIA, AIMPLAS, THE VALLEY, LEITAT, AITEX, la Universidad de Alcalá (UAH), IQS, la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y asociaciones intersectoriales y plataformas tecnológicas como ASEBIO, ASPACK y PACKNET.



80

entidades
forman parte de
Feeling Innovation
by Stanpa



FEB 2020

●
Aprobación JD de Stanpa del proyecto de innovación
Nueva área de Innovación de Stanpa

30 SEPT 2020

●
Presentación del proyecto Feeling Innovation by Stanpa al los asociados e invitación a formar parte del mismo

26 OCT 2020

●
Firma y Constitución de la Asociación Feeling Innovation by Stanpa

15 DIC 2020

●
Primera Asamblea General
Constitución Junta Feeling Innovation by Stanpa
1ª Junta de Innovación

23 DIC 2020

●
Presentación solicitud AEI al Ministerio de Industria

2021

●
Inicio de la actividad

Competitividad y Dinamización

Hablamos de regulación garantista, por un diálogo colaborativo con el regulador y las Administraciones públicas.

Apostamos por la formación: asegurando y compartiendo el conocimiento actualizado y de utilidad.

Por un marco jurídico estable y que promueva una competencia leal.

Desarrollo del mercado internacional.

Apoyo a emprendedores y atracción de nuevos operadores (*start-ups*).



Técnico y Regulatory

Stanpa es un nexo permanente entre las autoridades, el rigor de la fabricación y la disponibilidad de productos para los consumidores



Pilar García
Directora Científico-Técnica

Los geles hidroalcohólicos: ese aliado técnicamente tan complejo

Stanpa ha asumido un papel clave para sus miembros en la búsqueda de soluciones durante la crisis sanitaria. Ha informado y asesorado de manera incondicional sobre las instrucciones técnicas y regulatorias relativas a la fabricación y comercialización de geles hidroalcohólicos, siendo el eje central del diálogo con las autoridades. Cabe destacar la organización de tres jornadas monográficas sobre geles hidroalcohólicos y una jornada sobre geles antisépticos para pieles sanas.

Los geles hidroalcohólicos son y seguirán siendo un gran aliado contra la pandemia; su calidad y la seguridad que ofrecen los han convertido en un elemento esencial de protección para la población española.

En 2020 ha quedado patente la relevancia y solidez del papel asesor que el ámbito técnico de la Asociación juega en el desarrollo del sector, pues la fabricación de los geles hidroalcohólicos no habría sido posible sin un conocimiento científico-técnico previo, que se ha convertido en un referente en la industria.

+3.9K
consultas técnicas atendidas

74
notas informativas

12
ponencias y congresos

45
reuniones internacionales

+300
empresas han recibido formación

Red de expertos



Los avances de la regulación cosmética

En 2020, el Comité Científico de Seguridad de Consumidores (CCSC) ha publicado 9 nuevos mandatos y 6 opiniones finales sobre la seguridad de ingredientes cosméticos. Además, la Comisión publicó unas orientaciones sobre la legislación aplicable a los limpiadores y desinfectantes que no se aclaran para las manos y un documento técnico sobre reivindicaciones en geles hidroalcohólicos que no se aclaran en el contexto de la pandemia por COVID-19.



Consultoría técnica, regulatoria y científica



Grupos de trabajo con organizaciones empresariales nacionales, europeas e internacionales



Comité Técnico: órgano consultivo para abordar las necesidades concretas de las empresas y consumidores



Stanpa apuesta por la divulgación científica como motor para el desarrollo de la industria

Stanpa informa: los consumidores pueden usar productos cosméticos con total confianza

Durante 2020 STANPA ha realizado un análisis exhaustivo de tres categorías de productos: labiales, lociones corporales y protectores solares. El sector cosmético está firmemente comprometido con ofrecer una información veraz y precisa a los consumidores y empresas.

Actualización regulatoria virtual

En noviembre tuvo lugar el I congreso de actualización regulatoria, donde se abordaron los principales retos regulatorios actuales a los que se enfrenta el sector: regulaciones transversales como CLP y REACH, sustancias CMR, nanomateriales, disruptores endocrinos y *claims* respetuosos con el medioambiente. Contamos con expertos de la Comisión Europea como Salvatore D'Acunto y Candela Vidal y Rosa Martínez del Instituto Nacional de Toxicología.



Análisis de mercado: Un año atípico que no admite comparaciones



En 2020 España se sigue situando como el **5º mercado europeo** de productos de belleza y alcanzó **7.761 millones €** de consumo de productos *beauty*.



El impacto del Covid-19 en nuestros hábitos ha producido un descenso del 10% en el mercado, desde la caída del 7% de los productos de higiene hasta caídas superiores al 20% en productos más sofisticados de belleza y perfume.



La pandemia ha creado una categoría de productos antes casi inexistentes: los geles hidroalcohólicos, que han experimentado un **crecimiento del 300%**, consolidando el **hábito de la higiene de manos sin agua** en los ciudadanos.



La Farmacia y Gran Consumo fueron los canales menos afectados por la pandemia, ya que permanecieron abiertos en todo momento. El carácter esencial de la Peluquería Profesional y la Estética Profesional aseguró reaperturas tras el confinamiento, pero ambos sectores están muy dañados, con caídas del 17% y el 19,5% respectivamente. **El canal más beneficiado ha sido el online, que ha crecido más de un 54%.**



La transformación del sector se ha basado en la digitalización, la sostenibilidad e innovación, palancas clave para la reactivación y futuro de la belleza, avanzando hacia una omnicanalidad que demuestra la alta capacidad de una **industria que evoluciona al mismo ritmo que lo hace la sociedad.**

Competitividad
Dinamización

El cuidado personal sufre un gran impacto como consecuencia de la pandemia

El COVID-19 ha impactado en nuestros hábitos: los cierres, las restricciones a la vida social, la reducción del aforo y la falta de turismo han afectado gravemente a un sector eminentemente sensorial. Aún así, Stanpa confía en una rápida recuperación.

Puesto que se trata de una crisis global sanitaria, se espera que en 2021 se detenga la contracción experimentada por el mercado. No es posible regresar a los volúmenes de la era pre COVID mientras no se recupere una cierta normalidad y seguridad en nuestra forma de vivir, pero se confía en que en 2/3 años el mercado regrese a su estatus previo. Describir el mercado en este contexto obliga a diferenciar 3 estados: actual, pre y post COVID.

Hasta 2019, el sector de perfumería y cosmética evolucionaba anualmente en positivo, hasta alcanzar un máximo de consumo en ese año de 8.500 MM€, *online* integrado. Asistimos al primer año en el que la crisis originada por la pandemia ha golpeado al sector, que registra una caída del 10%, en línea con la histórica caída del 11% registrada por el PIB en 2020.

Leer nota de
prensa



5°

mercado
europeo de productos
de belleza



2°

exportador
mundial de
perfumes



154

€/año
consumo per cápita



Top10

exportador
mundial de productos
de belleza



Óscar Mateo

Director de Conocimiento y
Estudios de Mercado



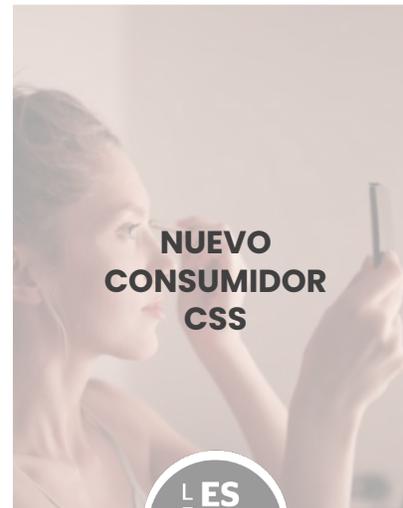
Estudios de mercado

Dada la situación excepcional vivida, Stanpa ha contado con un refuerzo de los servicios de información de mercado por parte de sus *partners* de manera incondicional. Además, Stanpa ha monitorizado de forma continua el mercado desde el primer mes de pandemia.

Ante la situación tan singular que ha vivido el mercado con cierres forzosos de los puntos de venta claves de canales como el selectivo, la peluquería o la estética, el análisis del mercado se reforzó con informes prácticamente mensuales y *ad hoc* en un intento por mantener informado al sector casi a tiempo real de lo que iba aconteciendo.

Dada la necesidad de las empresas de hacer los ajustes oportunos para garantizar la sostenibilidad y adaptarse a las nuevas condiciones del mercado se elaboraron curvas de proyección que se actualizaban mensualmente para anticipar el cierre de ejercicio.

Estas curvas de proyección que se iniciaron en el mes de junio estimaron el cierre con un 95% de acierto y en septiembre la proyección que se hacía era de un acierto del 99%.



LESTU
LEER
DIO



VPRE
SEN
ERTAC
IÓN



LESTU
LEER
DIO

Competitividad
Dinamización

Internacionales pese al COVID19

El avance de la pandemia por COVID19 a nivel mundial y las restricciones de viajes tuvieron como consecuencia la cancelación de ferias internacionales.

Aun así, se mantuvieron todas las reuniones B2B programadas, se ha monitorizado la regulación cosmética de más de 140 países y se han digitalizado todos los procesos.

Stanpa, con el apoyo de ICEX, organizó un año más el Programa Internacional de Compradores Salón Look. Por primera vez, se ha celebrado de forma virtual y ha contado con la participación de 10 compradores de la región LATAM y más de 30 marcas españolas de belleza.

+100

reuniones *online* B2B en los 3 días de Salón Look

+1.200

participantes en las formaciones ofrecidas por Stanpa

122

reuniones B2B organizadas en las misiones comerciales

23

webinars sobre actualización regulatoria: Brexit, EE.UU., LATAM, ASEAN y Reino Unido



Susana Arranz, Directora Internacional y de Innovación de Stanpa; Julián Ocaña, Director de la Alliance Française de Madrid y Julia González, Directora de las ferias de moda, belleza y estilo de vida de IFEMA (izq. a dcha.)

INFORME DIRECTIVO
 España, líder exportador de belleza



Competitividad
 Dinamización

Conocimiento del mercado internacional

Jornada Euromonitor “World Market for Beauty and Personal Care” y formación sobre las principales actualizaciones regulatorias: Brexit, Asia Pacífico, LATAM y Oriente Medio

Stanpa, junto con la consultora internacional Euromonitor, celebró esta jornada *online* en la que consultores especializados analizaron las perspectivas actuales y el pronóstico 2020-2024 de la industria global de la belleza y cuidado personal. Las previsiones 20-24 apuntan que Asia Pacífico seguirá siendo un motor de crecimiento, con un claro predominio de la categoría cuidado de la piel, concretamente en China, donde se incrementa de media un 6%. Las categorías más afectadas por la crisis sanitaria, como cosmética de color o perfumes, experimentarán crecimiento a partir de 2024.

Stanpa ha aproximado la nueva actualidad regulatoria en China (CSAR), el impacto del Brexit y la actualización regulatoria de la FDA en EE.UU. Además, desde el inicio de la pandemia, Stanpa realizó una monitorización sobre el impacto de la crisis sanitaria a nivel mundial, ofreciendo a las empresas asociadas información actualizada de los mercados internacionales de perfumería y cosmética post COVID-19.

Guía Brexit



Búsqueda de oportunidades comerciales en China e Indonesia

Stanpa, con el apoyo de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Shanghái y Yakarta, organizó por primera vez dos misiones directas virtuales a China e Indonesia con más de 15 empresas españolas fabricantes de perfumería y cosmética. El objetivo: analizar las oportunidades económicas y el establecimiento de relaciones comerciales con las principales empresas importadoras de productos de belleza de estas regiones.

1º Estudio del Mercado de Perfumería y Cosmética en España

Análisis en detalle del comportamiento y la evolución del sector durante el periodo 2015-2019, con especial atención en el último ejercicio y en el impacto que el COVID19 ha tenido para la industria en los últimos meses.

Este estudio es una guía de referencia fundamental para compañías ya asentadas en el mercado nacional y de especial interés para empresas de nueva creación, marcas internacionales y otros *partners* con interés en el sector de la perfumería y cosmética en España.



LEER
 ESTUDIO

Stanpa, al lado de los autónomos

El sector del comercio, junto al turismo, han sido los sectores más castigados por la crisis derivada de la Covid-19 y en el que el porcentaje de autónomos supera el 20%. Las peluquerías y centros de estética suman 78.200 salones.

Del total de 237.000 profesionales, el 85% son mujeres, y en gran parte, en régimen de autónomos, con un mayor riesgo de desempleo, como demostró la crisis de 2008. En este contexto, Stanpa se une a la petición realizada por ATA y la CEC con el objetivo de paralizar el incremento de deuda que ya sufre este colectivo en un año especialmente convulso y cimentar el camino hacia la recuperación.

Stanpa, en el Consejo Estratégico de ICEX

Val Díez fue nombrada vocal del Consejo de Orientación estratégica de ICEX. La directora general de Stanpa forma ya parte de este órgano consultivo presidido por la Ministra de Industria, Comercio y Turismo, y lo integran la Secretaria de Estado de Comercio, la Consejera Delegada de ICEX y 23 vocales que cuentan con reconocida experiencia y prestigio en el ámbito de la internacionalización, entre ellos, 9 asociaciones sectoriales consideradas prioritarias en la internacionalización empresarial.

Este nombramiento toma especial relevancia para el sector teniendo en cuenta el contexto actual, en el que toma gran importancia el refuerzo de la imagen de España en el exterior. Se evidencia la importancia estratégica del sector en el comercio exterior del país, y la larga y estrecha relación que Stanpa mantiene con ICEX a través del Plan Sectorial de Exportación anual que ambas entidades organizan conjuntamente.

El nuevo Real Decreto Ley de Trabajo a Distancia, actualizaciones sobre los ERTE y medidas de flexibilización

La pandemia trajo consigo numerosos retos especialmente en materia laboral, ante la necesidad de proporcionar seguridad a los trabajadores y dotar de un marco jurídico estable a la figura del teletrabajo. En este sentido, fue aprobado el Real Decreto-Ley 28/2020, de 22 de septiembre, de Trabajo a Distancia, cuyos principios inspiradores fueron la voluntariedad de las partes para prestar servicios en este régimen y los principios de igualdad y no discriminación. Asimismo, el Ministerio de Trabajo y los agentes sociales cerraron diversos acuerdos para la prórroga de la vigencia de los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE). Desde Stanpa se adquirió el compromiso inmediato de monitorizar las normas y acuerdos que las autoridades iban aprobando al respecto, manteniendo informados a las empresas asociadas en todo momento sobre estas cuestiones.



Liderazgo empresarial

El apoyo a las empresas, a los empresarios y autónomos es fundamental para el desarrollo sostenible de la industria.

Competitividad Dinamización

Sostenibilidad

Sostenibilidad medioambiental de los procesos.

Sostenibilidad de los envases.

Economía circular.

Respeto medioambiental de productos e ingredientes.

Protección del agua de las ciudades y compromiso con los océanos.

Sostenibilidad para las personas.



Una nueva dirección de sostenibilidad

Haciendo frente a los nuevos retos medio ambientales

Actualmente la sostenibilidad es un reto para la sociedad en todos los niveles, tanto de la sociedad civil como de las empresas y de los gobiernos, y con afectación en diferentes dimensiones (social, económica y ambiental). Consciente de ello, la Comisión Europea publicó a finales de 2019 la estrategia del European Green Deal para lograr una transformación de los retos climáticos y medioambientales en oportunidades en todos los ámbitos políticos y poder alcanzar una transición justa e integradora para todos. Con esa misma visión desde Stanpa estamos trabajando para que sea efectiva y eficiente para nuestras empresas y lograr un sector cosmético y de la perfumería circular.

Comité de Medio Ambiente

En Stanpa contamos con un Comité de Medioambiente desde hace más de 10 años con un perfil muy cualificado que cubre todos los ámbitos del producto desde el *packaging*, pasando por logística, calidad, prevención de riesgos laborales y por supuesto medioambiente. Perfiles muy cualitativos y representativos de una materia tan desafiante como la sostenibilidad en la que se necesita esa visión multidisciplinar. Este Comité se ha visto reforzado en los últimos años y seguirá trabajando para abordar los retos del presente con una mirada en el futuro.



Pacto Verde
para una Europa
climáticamente neutra
y sostenible



La industria cosmética
ha reducido de forma
voluntaria el uso de
microesferas plásticas



Innovación
tecnológica en
envases y embalajes

**INFORME
DIRECTIVO**
Nueva
dirección de
sostenibilidad



Sostenibilidad

Digitalización

Trascender la distancia y llegar a todas las empresas.

Aulas virtuales, una nueva forma de entender la formación en Stanpa.

El nuevo paradigma de la digitalización es parte del ADN de la Asociación.



La digitalización de la formación ha permitido trascender la distancia y llegar a todas las empresas

Stanpa, siendo fiel a su filosofía de dar el mejor servicio posible, puso todos sus medios para continuar con esta actividad adaptándose a las restricciones de reuniones y presencia de personas en el aula, activando aulas virtuales desde el mes de abril y hasta la actualidad.

El resultado de esta rápida adaptación es que, si bien en 2019 Stanpa llegaba en formación presencial hasta las 1700 personas, en 2020, a través de las aulas virtuales, hemos llegado a casi 8500 participantes.



8.500

participantes

+400%

participantes
con respecto a 2019

80

alumnos
de media por aula virtual

129

acciones
formativas

+5K

visualizaciones
de las sesiones formativas

INFORME DIRECTIVO
La digitalización en Stanpa



Digitalización

El sector de la belleza se vuelve digital

La pandemia solo ha acelerado las tendencias que ya se venían produciendo como es la penetración del *e-commerce* en el consumo de productos de belleza en España y el auge de la omnicanalidad. Desde 2014, el sector no había experimentado un incremento tan acuciado en el consumo *online* como en el año de la pandemia, alcanzando los 8,4 millones de compradores *beauty*, lo que supone un incremento del 36% de nuevos compradores respecto a 2019. A cierre de 2019 el *online* pesaba un 6,15% del total del sector, mientras que, en 2020 el canal *online* ha tenido un peso superior al 10%, con un crecimiento del +54%. Sin embargo, aunque el crecimiento de las ventas en *online* es llamativo, no es un incremento que compense la contracción general experimentada por el mercado. Los crecimientos más significativos dentro del canal *online* pertenecen a las categorías de cuidado del cabello (87%), aseo e higiene personal (80%), cuidado de la piel (62%) y perfumes y fragancias (32,5%).

+54%

crecimiento del canal
online en *beauty*

+8

millones de
compradores *beauty*

36%

crecimiento en nuevos
compradores *online*



Comunicación y Divulgación

Elevado conocimiento científico técnico, rigurosos datos y estándares reconocidos.

Somos referente de credibilidad y rigor de la industria del perfume, la cosmética y el cuidado personal.

Nos apoyamos en expertos y ofrecemos información veraz y contrastada.

Queremos ser fuente de conocimiento y ser accesibles a la sociedad.



Los datos de cobertura en 2020 han sido de récord

Stanpa ha demostrado la esencialidad del sector de la belleza. Ha conseguido incrementar su capacidad de influencia consolidando una posición referente: desde un primer momento Stanpa estuvo absolutamente ligada a la actualidad de la crisis sanitaria.



Clara Pi

Directora de Comunicación

+337K

visitas a la web,
un **+407%** respecto al
año anterior

+70,5%

de impactos:
+3.550 impactos
en medios

12 MM€

de Valor Publicitario:
+24,6% respecto al
año anterior

+16K

seguidores
en los canales
sociales

El papel de la comunicación de la Asociación ha sido fundamental para incidir en la agenda público-social durante un momento tan convulso como una pandemia mundial.

Stanpa ha demostrado la esencialidad del sector de la belleza. Ha incrementado la capacidad de influencia entre nuestros *stakeholders*, consolidando una posición referente y generando adhesión. Uno de los ejemplos más notorios ha sido lograr la reapertura de los centros de estética en Cataluña gracias a la campaña en redes sociales #PorSeguirCuidandoTuPiel.

Todo este esfuerzo en comunicar nos ha destacado en un estudio donde se analiza la comunicación digital y se ha posicionado a **Stanpa el 1º en el ranking de Instagram y en el TOP 10 de LinkedIn.**

Nos hemos acercado a la población más que nunca, entendiendo sus nuevos hábitos de consumo y dando las herramientas al sector para mantener su compromiso con ellos y seguir acompañándoles en esta nueva etapa.

Además, Stanpa ha apostado por una nueva forma de comunicación con sus asociados dentro de su estrategia de comunicación interna para mantener a las empresas informadas de forma periódica de la actualidad de la asociación y sus actividades.

Ver informe:
Stanpa, ejemplo a
seguir en RRSS



5. Fundación Stanpa



Humanizando la sanidad: al lado de los pacientes y los sanitarios

El inicio de la pandemia por COVID-19 afectó de forma significativa al programa de la Fundación Stanpa, que realizaba su actividad de forma presencial y totalmente ligada a personas vulnerables en un entorno hospitalario.

Sin embargo, en un giro de 180° para reenfocar el plan de acción, se instauraron los nuevos talleres *online* y se implantó una nueva estrategia de redes sociales para mantenernos cerca de las pacientes.

+870 **560K**
personas **usuarios alcanzados**
 con cáncer atendidas en IG y FB durante el mes del cáncer de mama



Talleres y sesiones *online*

La implantación de los talleres en formato online se ha consolidado, pero manteniendo la estrategia ya establecida con los talleres presenciales. Este nuevo formato se ha implantado en el 95% de los hospitales. Además, hemos realizado sesiones especiales para los sanitarios de oncología directamente relacionados con el programa, y en Navidad, un taller Iberoamericano de cuidado de piel, maquillaje y vestuario, en coordinación con LGFB Ecuador y Colombia.

Apuesta firme por las RRSS

Se lanzan los nuevos perfiles en Instagram, Twitter y Youtube, que se suman al ya activo canal de Facebook, que cuenta con más de 9,5K seguidores.

Durante el confinamiento, nos sumamos a #YoMeQuedoEnCasa, acompañando a los pacientes en redes sociales través de píldoras informativas muy prácticas, en colaboración con las voluntarias, que explicaban los diferentes pasos de cuidado de la piel y maquillaje y también asuntos sobre cosmética generales.

Más cerca que nunca de los pacientes

Hablemos de #CosméticayCáncer

Con el objetivo de abordar en mayor profundidad ciertos temas de interés relacionados con la cosmética para los pacientes con cáncer, voluntarios, profesionales sanitarios y sociedad en general surge esta iniciativa, un nuevo programa *online* de sesiones divulgativas impartidas por un profesional sanitario y un profesional cosmético, moderado por la Fundación Stanpa.

El impacto y acogida de la acción, así como el propio interés de las compañías cosméticas, han hecho que esta iniciativa se haya consolidado como parte de la actividad de la Fundación Stanpa. En 2020 han participado Coty, L'Oréal y la Fundación VMV y esperamos que más empresas del sector se sumen en próximas ediciones.

Ver lista completa de reproducción "Hablemos"



135

talleres
+60% en formato *online*

42

hospitales públicos
están adscritos a la Fundación Stanpa

140

voluntarios
forman parte de nuestro equipo

Acciones solidarias de compañías por la Fundación Stanpa

Acciones solidarias:

Formación a clientes y empleados:

Formación a voluntarios:

Conoce a todas las empresas Patrono y Colaboradoras



Apoyo de nuestros stakeholders y de los medios de comunicación

La estrecha relación con las delegaciones de la AECC nos permiten realizar múltiples actividades y seminarios en toda la geografía, con el objetivo de desmontar mitos en torno a la cosmética y promover el autocuidado como herramienta para sentirse mejor durante el tratamiento. Además, se han realizado jornadas y formación exclusiva para nuestra red de voluntariado.

La Fundación Stanpa ha estado presente en medios, permitiendo acercar el programa a personas en tratamiento oncológico de toda la geografía. Con una cobertura con un valor publicitario de más de 146K€, ha conseguido más de 120 impactos en *print*, radio y medios *online* durante este año.



Pilar Cairó, Directora del programa "Ponte guapa, te sentirás mejor", durante una sesión de *Hablemos*.

La Academia se reinventa con un potente impulso digital

Para adaptarse a la nueva situación de 2020, la Academia se ha reinventado digitalmente. Durante el confinamiento, puso énfasis en actividades que se podían realizar desde casa y se reforzaron los contenidos en redes sociales. Además, con el objetivo de poner en valor la cultura del perfume, se celebraron cinco semanas temáticas: la Semana Mundial de las Fragancias, la Semana de la Rosa, de la Historia, del Limón y de la Lavanda.

La *web* emprendió una importante transformación con la creación de nuevas secciones, como la “Biblioteca del Perfume” o la de “Historia del Perfume”, que recibió más de 38K visitas en 2020. Precisamente, el recorrido histórico virtual se ha ampliado con la participación de la Academia en el “I Encuentro Internacional de Historia del Perfume”, con la participación de instituciones educativas de España, Argentina, Canadá, Francia y Reino Unido.



“Los viernes del perfume”, un paso más por la divulgación

La Academia puso en marcha clases magistrales, directos de Instagram y talleres sobre el perfume bajo el paraguas “Los viernes del perfume”, que generaron un gran interés y altos niveles de participación, superando los 1700 asistentes en sus 15 sesiones. Entre ellos, cabe destacar la clase magistral sobre el olfato con una de las máximas autoridades científicas de nuestro país, la Dra. Mascaraque, doctora en neurociencia del CSIC; también, talleres formativos de iniciación al perfume, técnicas de extracción, clasificaciones olfativas, sostenibilidad y sobre el proyecto de investigación de la Rosa Narcea, entre otros.

Encuentro con los Académicos y Patronato

Para reforzar el conocimiento científico-técnico en relación con el perfume y debatir temas de interés en torno al mismo, en mayo tuvo lugar la reunión virtual en la que se actualizaron las actividades de la Academia. La tecnología permitió reunir a los Patronos y a los Académicos presentes en 2 continentes y 5 ciudades: Nueva York, Ginebra, París, Barcelona y Madrid. Se reforzó la implicación de los Académicos con los objetivos de la Academia y su colaboración en la divulgación a través de entrevistas e información para medios de comunicación, acercando la cultura del perfume a la sociedad.

6. Academia del Perfume



+10K
visitas
mensuales
a la *web*

+14K
seguidores
en los canales
sociales

240MM
audiencia y
2M de € en
Valor Publicitario



Los Premios más disruptivos de la historia de la Academia: Una Gala de Narices



Juan Pedro Abeniagar, Presidente de la Academia del Perfume; Val Díez, Directora Ejecutiva y Cristina de Catalina, Directora de Desarrollo (izq. a dcha.) durante la Gala.

Estreno del "Smell Film", una campaña que se hizo viral

Los premios más disruptivos de la historia de la Academia con una "Gala de Narices": la edición comienza con un récord de participación con un 34% más de candidaturas que el año anterior. La primera selección la realiza el jurado de la Distribución, formado por las 11 principales enseñanzas de la perfumería, eligiendo a los nominados que pasan a la votación online, en la que participaron casi 700 personas. Las votaciones presenciales se retoman con el jurado de la prensa, con más de 45 periodistas expertos en belleza, organizados en catorce turnos a lo largo de dos días, mostrando un apoyo masivo y su compromiso con la Academia.

La votación final, a cargo del Jurado de Arte y Cultura, reúne a doce disciplinas artísticas y culturales con un cualitativo elenco de representantes de la moda, el arte, la gastronomía, el vino y los cócteles, la fotografía o la arquitectura biónica, aportando un criterio vanguardista y multidisciplinar.

La tradicional ceremonia de entrega se reconvierte a una "Gala de Narices" virtual que reúne a toda la familia del perfume: 600 participantes entre Académicos, patronos, expertos del Jurado de Arte y Cultura, profesionales de la distribución y periodistas, repartidos en diferentes salas virtuales con conexiones en directo y simpáticos saludos con un toque de nariz.

El despliegue creativo incorpora el estreno del "Smell Film", un corto con el objetivo de captar la atención de la sociedad hacia la sensorialidad y poder de evocación del perfume, con códigos de comunicación actuales y con un elegante toque de humor con la actriz Macarena Gómez y su nariz agrandada como protagonistas.

Tras una cuidada estrategia de comunicación, se convierte en una pieza viral con más de millón y medio de visualizaciones y más de 300 artículos de prensa.

+1.5M

de visualizaciones obtuvo el **Smell Film**

600

asistentes a la Gala en directo

Ver Smell Film



Ver Gala



 stanpa

ME MO RIA 2020

Nos sentimos orgullosos de representar a un sector que ha sabido demostrar su enorme compromiso con la sociedad.

Valga esta Memoria como agradecimiento y reconocimiento al esfuerzo realizado por las más de 400 entidades que aglutina nuestra Asociación.

