

## Un estudio de Stanpa revela que la categoría del lujo impulsa la reactivación de la belleza con un aumento significativo del 10%

Madrid, 9 de agosto de 2021

- En el primer trimestre de 2021, el mercado de perfumería y cosmética creció al ritmo que lo hacía antes de la pandemia.
- La previsión de datos muestra una tendencia al alza que se mantendrá hasta el cierre del año.
- Uno de los factores que ha favorecido el buen comportamiento del mercado es el aumento significativo del canal selectivo, que ha crecido aproximadamente un 10%.
- Por categoría de producto, los perfumes son el segmento que más crece en valor, con un 24,7%.

La Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) presenta las principales conclusiones del “**Estudio del mercado de Perfumería y Cosmética en España**”, que analiza los datos de consumo del primer trimestre de 2021 y vislumbra la estabilización del mercado y su integración en el contexto global de la situación marcada por la pandemia.

### **Evolución del mercado: crecimiento del sector de perfumería y cosmética para 2021**

Antes de la irrupción de la pandemia, el mercado nacional de la perfumería y cosmética era saludable y dinámico, con un crecimiento interanual sostenido. Esta tendencia se mantuvo intacta durante los meses de enero y febrero de 2020 -inmediatamente previos a la irrupción del virus- con una evolución que superaba las cifras del mismo periodo del año anterior. En este sentido, los datos del primer trimestre del año del “**Estudio del mercado de Perfumería y Cosmética en España**”, observan una tendencia que ya refleja datos positivos desde el mes de enero, situado apenas dos décimas por debajo que el mismo mes de 2020 -todavía sin rastro de la pandemia-. Uno de los principales factores que ha favorecido este resultado ha sido la destacable **recuperación del canal selectivo o de lujo, que ha experimentado un aumento del 10%**.

Asimismo, el mes de marzo muestra una evolución positiva del sector con un crecimiento de un 11% con respecto al mismo mes del año anterior. De este modo, el estudio augura el mantenimiento del comportamiento de mercado experimentado en marzo, con tendencias y evoluciones que comienzan a asemejarse a las de 2019.

En palabras de Val Díez, directora general de Stanpa, *“los datos del estudio son notablemente esperanzadores para el sector, que comienza a recuperar impulso a través de las palancas transversales de sostenibilidad e innovación. La ciudadanía está reviviendo las emociones dormidas durante la pandemia y retomando unas rutinas de autocuidado que suponen un catalizador hacia la normalización social, favoreciendo la vuelta de la perfumería y cosmética a la senda del crecimiento en España”*.

### **Evolución por categorías de producto: los perfumes, el segmento que más crece**

Prestando atención a la evolución por categoría de producto, **destaca el comportamiento de los perfumes, con un crecimiento en valor del 24,7%** respecto al año pasado. Entre los meses de enero y marzo de 2021, todavía marcados por la huella de la pandemia en los hábitos de consumo de la ciudadanía, se consumieron **10 millones de unidades de fragancias femeninas** -superando los 9,7 millones consumidos en 2020-, lo que

supone un incremento del 3% y deja patente la variable social del perfume, cuyo consumo aumenta cuando lo hace la interacción social.

Asimismo, destaca también **la evolución en positivo de los productos de cuidado de la piel, que crecen a un ritmo del 7,7%** en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior. Por su parte, el protagonista indiscutible de la pandemia, el **gel hidroalcohólico**, comienza a verse relegado en el mercado a raíz del avance de la vacunación y los buenos datos epidemiológicos, experimentando un **descenso del consumo del 40% con respecto a 2020**

Dentro de la categoría de la **cosmética de color**, si bien el consumo de labiales se ha visto resentido por la imposición de la mascarilla, el consumo de cosméticos que nos ayudan a realzar las zonas no ocultas por ésta, como el color de ojos, la máscara de pestañas o el color de cejas y uñas lo ha compensado, creciendo por primera vez desde el inicio de la alarma sanitaria.

En este sentido, **el informe prevé un cierre en positivo del ejercicio anual respecto a 2020**, en línea con una recuperación del sector que se espera que sea acelerada tras una crisis global causada por un factor exógeno a los mercados.

### **La apertura de los mercados internacionales favorecerá el crecimiento del mercado mundial de la belleza**

El Covid-19 ha impactado de forma directa en los mercados internacionales, causando una recesión mundial en 2020 debida, entre otros factores, al cierre de fronteras, la paralización de las economías y los cambios en las necesidades de los consumidores. Concretamente, la industria mundial de la belleza disminuyó un 1,3%, siendo Europa y América del Norte las regiones más afectadas.

No obstante, las previsiones actuales del mercado mundial de la perfumería y cosmética son optimistas dado el buen ritmo de vacunación en países estratégicos como EE.UU., EAU, Reino Unido o los mayores mercados de la UE. **En esta línea, según estimaciones de Euromonitor, se prevé un crecimiento del mercado mundial de la belleza del 14% para el periodo 2021-2025.**

### **El Estudio de Mercado de Perfumería y Cosmética en España, referencia en el sector**

La Asociación Española de Perfumería y Cosmética, Stanpa, publica la segunda edición de su 'Estudio de Mercado de Perfumería y Cosmética', un extenso informe que analiza en detalle el comportamiento, la evolución y las perspectivas del sector durante el último año y que ya se asienta como referente entre las compañías de la industria.

Con un foco especial en el impacto del Covid-19 en el sector durante el último año, el informe realiza un análisis exhaustivo de la situación general del mercado, examinando en detalle los datos de las distintas categorías de producto; los canales de distribución; el perfil del consumidor y las perspectivas a medio y largo plazo del sector en España.

[Stanpa.com](http://Stanpa.com)  [Instagram](#)  [Twitter](#)  [Youtube](#)  [Linkedin](#)

Para más información de prensa:

**STANPA** Clara Pi [clara.pi@stanpa.com](mailto:clara.pi@stanpa.com) / Nuria Cuenca Octavio [stanpacomunicacion@stanpa.com](mailto:stanpacomunicacion@stanpa.com) / Tel. 91 571 16 40

**KREAB** Sara González [sgonzalez@kreab.com](mailto:sgonzalez@kreab.com) / Pablo Ibáñez [pibanez@kreab.com](mailto:pibanez@kreab.com) / Idoia Solano [isolano@kreab.com](mailto:isolano@kreab.com) / Tel. 91 702 71 70

---

**Stanpa** es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 400 entidades que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de higiene y cuidado personal en nuestro país.