

## Stanpa advierte sobre el riesgo sanitario y económico que suponen los perfumes falsificados

Madrid, 2 de diciembre de 2021

- Los productos de perfumería y de cosmética son de los más afectados por el impacto de las falsificaciones.
- En la formulación de los productos falsificados suelen encontrarse disolventes industriales y componentes tóxicos, algo peligroso al tratarse de un producto que pasa horas en contacto con la piel.
- La directora general de Stanpa, Val Díez, advierte: “Hay falsificaciones que son evidentes, pero otras pueden llegar a engañarnos de verdad. Por eso, lo más fiable es tener en cuenta que todo lo que está comprado fuera del canal oficial es falso, ilegal o robado”.

Las falsificaciones suponen la pérdida de más de 2.200 millones de euros solo en España en los sectores de cosmética, medicamentos y productos farmacéuticos, bebidas alcohólicas y juguetes y juegos, según el estudio más reciente de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO, por sus siglas en inglés) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Esto convierte al sector de la perfumería en uno de los más afectados, algo que, como advierte la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa), no solo se traduce en un problema económico y en la destrucción de miles de puestos de trabajo, sino que también puede resultar en un problema de salud.

Esto se debe a que los perfumes falsificados tienen una composición muy distinta a los originales, y en su formulación suelen encontrarse disolventes industriales, componentes tóxicos o directamente prohibidos, algo peligroso al tratarse de un producto que pasa horas en contacto con la piel. **De acuerdo con un análisis comparativo de perfumes auténticos y falsificados llevado a cabo por Stanpa en un laboratorio internacional especializado con la técnica de Cromatografía de Gases/Espectrometría de Masas (CG/EM), existen múltiples diferencias en la composición entre los perfumes originales y los falsos.** Frente a los más de 80 componentes que tiene un perfume original, las falsificaciones no suelen tener más de 20 o 25, que son en su mayoría distintos (solo un 10% de los ingredientes encontrados en los productos originales aparecen también en los falsificados).

Stanpa incide en el riesgo que supone el hecho de que los perfumes y cosméticos que se comercializan ilegalmente carezcan de los controles sanitarios y de seguridad: no son probados en laboratorio y no pasan una batería toxicológica antes de ser puestos en el mercado, como sí lo hacen los productos auténticos, pudiendo incluir ciertos ingredientes no autorizados para su uso en cosmética que pueden desencadenar en dermatitis irritativas, alérgicas o reacciones acneiformes, intoxicaciones por inhalación, irritación ocular, dermatitis, reacciones alérgicas severas, manchas en la piel, fototoxicidad e, incluso, pueden provocar problemas más graves para la salud a largo plazo.

Pero las apariencias pueden llevar a engaño, y por eso, los consumidores siempre deben acudir a los puntos de venta oficiales. “Hay falsificaciones que son evidentes, pero otras pueden llegar a engañarnos de verdad”, advierte Val Díez, directora general de Stanpa. “Por eso, el consumidor ha de tener en cuenta que todo lo que compre fuera del canal oficial es falso, ilegal o robado”.

### En defensa de los “efectos secundarios” de comprar productos originales

“El fenómeno de la falsificación representa una gran amenaza para la innovación, el crecimiento económico, la creación de empleo y la salud, y su control requiere una acción coordinada, a todos los niveles tanto a nivel de la Unión Europea como a nivel global para ser abordada en su totalidad”, ha destacado recientemente la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, durante la presentación de la campaña de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) #efectossecundarios.

Coincidiendo con la proximidad de las fechas navideñas, esta campaña defiende los “efectos secundarios” derivados de comprar productos originales, como contribuir al empleo local, el desarrollo económico, el medio ambiente, la innovación y la seguridad. “Precisamente, la preocupación por la salud de forma integral es un factor de gran importancia para los consumidores, que se muestran más atentos y cuidadosos con su propio bienestar”, ha explicado Val Díez tras asistir a la presentación de la campaña.



En este contexto, Díez ha declarado: “En un momento como el actual, en el que el sector comienza a recuperar impulso a través de palancas transversales como la innovación, nuestra responsabilidad también consiste en poner de relieve la apuesta y el esfuerzo que realiza la industria en materia de I+D para producir productos no solo más innovadores; también más seguros, sostenibles y de mayor calidad, algo que nunca va a poder garantizar una falsificación”.

[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.