

“El perfume y su vínculo con la persona”, estudio de Kantar para Stanpa
Claves para acertar con un perfume por San Valentín

Madrid, 14 de febrero de 2022

- El conjunto del perfume en el mercado nacional cerró el año con un crecimiento en valor del 26%: las fragancias femeninas han crecido al 26,7% y las masculinas lo han hecho al 29,2%.
- En 2021 se vendieron casi 80 millones de perfumes en España: un dato que confirma la recuperación del sector.
- El estudio de Kantar refleja que el perfume lleva asociados valores muy personales que pueden poner a prueba la química entre el que regala y el que es regalado.
- **Nuestro perfume nos hace sentir seguros de nosotros mismos, cómo nos sentimos y nos hace sentir poderosos. Por eso, antes de regalar es muy importante conocer los gustos de la otra persona.**

Cuando regalamos en San Valentín, uno de los principales criterios a la hora de escoger es dar con algo que ponga de relieve la sintonía con nuestra pareja. Por eso, el perfume, con todos los valores que lleva asociados (sensoriales, emocionales), tiene esta fecha marcada en el calendario como uno de los momentos estrella del año. Más aun teniendo en cuenta que, después de un 2020 tan complicado para el sector y para el conjunto de la economía, el consumo de perfume aumentó un 26% en 2021, lo que se traduce en 79 millones de unidades consumidas, acercándose de nuevo a los niveles prepandemia. Con todo esto en cuenta, y ante unas perspectivas positivas de cara a San Valentín que apuntan a la consolidación de esa recuperación, el sector ha llevado a cabo una radiografía que ayuda a comprender mejor qué es lo que convierte al perfume en un regalo redondo para ocasiones especiales.

De acuerdo con el estudio “El perfume y su vínculo con la persona”, realizado por Kantar para Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, el perfume es un complemento esencial (el 94,6% de los españoles lo utiliza con mayor o menor frecuencia), incluso imprescindible (el 54,7% lo usa a diario).

Es por esto que es una opción tan versátil a la hora de regalar. Pero, aunque de primeras pueda parecer una elección socorrida, tal y como refleja el estudio, el perfume lleva asociados valores muy personales que pueden poner a prueba la química entre el que regala y el que es regalado.

Por eso, igual de importante que la elección de un perfume como regalo es conocer los gustos de la persona a la que se regala, ya que para más de la mitad (el 56,2%), nuestro perfume nos hace sentir seguros de nosotros mismos, y en un porcentaje algo menos elevado refleja cómo nos sentimos (44,6%), o nos hace sentir poderosos (38,4%).

Tal es ese sentimiento de identificación que el precio no resulta el factor más decisivo (solo el 34,9% lo considera muy importante); ni siquiera la recomendación de un tercero, que esté de moda, que sea un clásico o todo lo contrario, nuevo. **Lo que más nos mueve a la hora de comprar un perfume es la fragancia, tal y como reconoce el 84% de los españoles**

Regalamos perfume en ocasiones especiales y confiando en que sea un acierto seguro

Cuando regalamos perfume, lo hacemos sobre todo en ocasiones especiales (así lo afirma el 62,4%), y lo solemos hacer porque sabemos que es algo que gusta (55,8%), porque nos parece un regalo especial (34,1%) y porque confiamos en que sea un acierto seguro (19,5%).

Eso sí, el estudio desvela que, en materia de perfume, nos gusta la variedad. El 71,2% de los encuestados alterna habitualmente entre varios diferentes, especialmente en función de la ocasión (66,5%), pero también del estado de ánimo o la estación del año. Pero, aunque vayamos variando, cuando damos con uno que nos gusta, nos quedamos con él durante más de un año (33,1%), y muchos incluso más tiempo (el 30,1% sigue utilizando el mismo aroma después de un lustro). Lo cierto es que, cuando damos con un perfume que nos gusta, éste se convierte en fundamental para nosotros, como explica el 60,8% de los consultados, y en una parte esencial de nuestra rutina diaria (56,6%).

La perfumería se recupera con casi 80 millones de unidades vendidas en 2021

La recuperación que vivió esta categoría en 2021, con casi 80 millones de unidades vendidas (51 millones de perfumes femeninos y algo más de 12 millones de perfumes masculinos), ha venido liderada por la perfumería selectiva (vinculada a las grandes marcas), que acapara la mayor parte del mercado (un 72,7%). En consonancia, el perfume de lujo concentró el pasado ejercicio unas ventas de 20 millones de unidades, 13 millones de unidades de perfumes femeninos y 7 millones de perfumes masculinos, **un crecimiento del 33% que sitúa a la categoría de lujo como dinamizadora del mercado.**

Según Val Díez, directora general de Stanpa, “el perfume está asociado a un fuerte componente social. Por eso, la recuperación que ha experimentado esta categoría en 2021, con un crecimiento del 26%, es uno de los mejores indicadores de que poco a poco vamos recuperando sensaciones, y fechas como la de hoy son otro tramo más en ese camino hacia la recuperación, la del sector y la de nuestro propio bienestar”.

Por ello, el sector confía en que este 14 de febrero constate la recuperación de un sector que fluctúa a la par que el nivel de actividad social, al estar estrechamente vinculado con las relaciones personales y la mejora en el bienestar del consumidor: “Esta efeméride se ha convertido en un punto de referencia para el sector. San Valentín saca a relucir la química dentro de la pareja y, como bien demuestra el estudio realizado por Kantar, nada pone más de manifiesto esa sintonía que regalar algo tan personal como un perfume, que casi se podría decir que forma parte de nuestro ADN”, explica Díez.

¿Cómo elegir un perfume? Trucos de aplicación y conservación de las fragancias

Descubre la Guía de la Academia del Perfume haciendo clic [aquí](#)

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

Para más información de prensa:

STANPA Clara Pi clara.pi@stanpa.com / Nuria Cuenca Octavio stanpacomunicacion@stanpa.com / Tel. 91 571 16 40

KREAB Sara González sgonzalez@kreab.com / Pablo Ibáñez pibanez@kreab.com / Idoia Solano 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.