

Stanpa y Deloitte ofrecen las claves para regalar de forma segura en el Día de la Madre

Madrid, 28 de abril de 2022

- **El Día de la Madre es uno de los momentos del año en los que más nos gusta regalar perfumería y cosmética cuyo consumo roza ya las cifras prepandemia.**
- **Dado el incremento del comercio *online*, Stanpa ha llevado a cabo un *webinar* con la colaboración de Deloitte, centrado en la detección temprana de las falsificaciones en el entorno digital, así como su impacto y posibles soluciones.**

El Día de la Madre es uno de los momentos del año en los que más nos gusta regalar y a la hora de escoger tratamos de dar con ese regalo que refleje las particularidades y encaje con la personalidad de aquel a quien va dirigido. El perfume, con todos los valores que lleva asociados (sensoriales, emocionales), tiene este día marcado en el calendario como uno de los momentos especiales del año. Más aun teniendo en cuenta que su consumo aumentó un 26% en 2021, lo que se traduce en 79 millones de unidades consumidas, acercándose de nuevo a los niveles prepandemia. Todo esto ofrece unas perspectivas muy positivas de cara a esta fecha que apuntan a la consolidación de esa recuperación.

Efemérides como el Día de la Madre suponen un importante estímulo para el comercio físico y, cada vez más, también el *online*. Por ello, Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, ha querido contar con su *partner* Deloitte para fomentar las compras seguras en la red en la jornada virtual "Soluciones para la lucha contra las falsificaciones y el fraude en el entorno digital".

El grupo de expertos de Deloitte ha ofrecido una amplia visión sobre el problema actual de las falsificaciones y otros fraudes que se producen a día de hoy a través de los canales digitales. El equipo de Deloitte, liderado por el socio de Risk Advisory, Ignacio García, y Silvia Zamorano, asociada principal de Deloitte Legal, ha planteado soluciones preventivas del fraude y respuesta legal mediante la utilización de tecnologías innovadoras como la inteligencia artificial. Además, los expertos han puesto sobre la mesa los problemas de la regulación en el entorno digital y las nuevas tendencias digitales, como el metaverso, que traerán otros retos a los que enfrentarse.

Durante la sesión se han abordado, además, distintos aspectos relacionados con el fraude y la falsificación con el hilo conductor de los riesgos presentes en el entorno digital. En este sentido, uno de los puntos más destacados ha consistido en la comparación de diferentes sectores del *retail* y el impacto económico, distribución geográfica, vulnerabilidades y consecuencias del fraude en ese ámbito.

El sector de la perfumería y la cosmética, uno de los más expuestos al riesgo de las falsificaciones

Como recuerda Stanpa, los productos de perfumería y de cosmética son algunos de los más afectados por el impacto de las falsificaciones, que 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).

Además, la Confederación Española de Consumidores y usuarios (CECU) advierte de que la compra de falsificaciones puede conllevar graves riesgos para la salud: un perfume falsificado puede ocasionar dermatitis, alergias o incluir metales pesados en su composición.

[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 / Claudia Vázquez cvazquez@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.