

Stanpa presenta la Radiografía del sector de la perfumería y cosmética 2021

## **La industria cosmética crece un 11% en el arranque del año consolidándose como motor de la recuperación económica**

Madrid, 24 de mayo de 2022

- **Tres presidentes de compañías han analizado y repasado las principales cifras del sector correspondientes al año 2021 en un acto celebrado en la sede de Stanpa y conducido por el periodista Javier Ruiz.**
- **El evento ha contado con la participación de Verónica Fisas, CEO de Natura Bissé y presidenta de Stanpa; Juan Alonso de Lomas, CEO de L'Oréal en España y Portugal; y Juan Matji, presidente de Cantabria Labs y de Feeling Innovation by Stanpa.**
- **Val Díez, Directora General de Stanpa, ha destacado que 2021 ha sido un año de recuperación. Con un aumento del +7,38%, el consumo supera la barrera de los 8.200 millones de euros, situándose apenas tres puntos por debajo de las cifras de 2019.**
- **La industria cosmética nacional supera en exportaciones a sectores tan emblemáticos como el vino, el calzado o el aceite de oliva, y se sitúa en el Top 10 mundial de exportadores de perfumes y cosméticos. En concreto, es el segundo exportador mundial de perfumes, solo por detrás de Francia y por delante de Alemania y Estados Unidos.**

Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, ha presentado hoy **la Radiografía del sector de la perfumería y la cosmética en España 2021**, un completo análisis de la situación de la industria que aborda las principales magnitudes en materia de consumo, exportaciones, empleo, innovación y sostenibilidad, entre otras.

El encuentro, celebrado en la sede de Stanpa, ha estado conducido por Javier Ruiz, redactor jefe de Economía de la Cadena SER y presentador en TVE, quien ha desgranado las principales conclusiones de la radiografía con Val Díez, directora general de Stanpa.

Val Díez ha destacado aspectos como la recuperación que ha vivido el sector en 2021, marcada, entre otros, por un fuerte crecimiento de las exportaciones, que alcanzaron los 5.384 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del +22,71% con respecto a 2020 y del +3,14% respecto a 2019.

“El comportamiento del sector es muy similar al de la economía general, y la explicación es que los nuestros son productos esenciales para la vida cotidiana”, ha destacado Díez. “En ese sentido, vemos una recuperación clara con un crecimiento superior al 7% en 2021 y un comienzo de año espectacular, con crecimientos del 11% en el primer trimestre. Esto demuestra que las ganas que tenemos de volver a relacionarnos están abriendo las expectativas del sector, superando todos los pronósticos en categorías como solares, cuidado de la piel y, muy especialmente, el perfume”.

Calidad y rigor, diseño y competitividad en precio. Estas son las claves que convierten a la cosmética española en una potencia mundial, según ha explicado la directora general de Stanpa, que también ha querido destacar el músculo de una industria que supone cerca de 300.000

empleos, entre directos e indirectos, dentro de un ecosistema en el que conviven pymes (el 84% del total) con grandes empresas internacionales, muchas de ellas de origen español.

Como muestra de ese ecosistema diverso, el acto ha dado pie a continuación a una mesa redonda en la que **Verónica Fisas, CEO de Natura Bissé y presidenta de Stanpa**; **Juan Alonso de Lomas, CEO de L'Oréal en España y Portugal**; y **Juan Matji, presidente de Cantabria Labs y de Feeling Innovation by Stanpa**, han compartido desde sus propias experiencias profesionales los factores que explican por qué la cosmética nacional ha llegado a superar en exportaciones a sectores tan emblemáticos como el vino, el calzado o el aceite de oliva, posicionándose entre los líderes mundiales de la industria.

Durante la conversación, el primer ejecutivo de L'Oréal ha destacado la apuesta por España y ha puesto en valor el papel de la Fábrica Internacional de Productos Capilares de Burgos como punta de lanza de la compañía en industria 4.0 sostenible. Este innovador centro produce cada día cerca de un millón de artículos que se exportan a 52 países de todo el mundo y es todo un referente en sostenibilidad.

Como ha explicado Juan Alonso de Lomas, Burgos ha sido desde hace muchos años un ejemplo de innovación para L'Oréal. Se trata de la primera planta del grupo en alcanzar la neutralidad de emisiones de CO<sub>2</sub> y en convertirse en una fábrica "seca" o "waterloop", al contar con un sistema de circuito cerrado que la recupera y recicla de su fase de producción. "En 2020 lanzamos un programa mucho más ambicioso, L'Oréal For The Future, que abarca toda una serie de compromisos adquiridos en materias tales como reducción de gases de efecto invernadero, prescindir del plástico virgen o uso de ingredientes naturales procedentes de fuentes sostenibles, pero también cómo transportamos los productos y etiquetados que empoderan al consumidor".

Por su parte, Fisas ha compartido las claves tras el éxito de una compañía de origen familiar como Natura Bissé en un mercado de la dimensión y particularidades del chino, donde la firma goza de una gran acogida y reputación dentro de la categoría de lujo. "Desde nuestros comienzos hicimos una apuesta por la exportación, y podemos decir que el gran cambio como compañía fue internacionalizarse. Empezamos en 1994 llegando a EE UU y siendo uno de los primeros en entrar en ese mercado. Gracias a una gran apuesta por encontrar la excelencia, saberla transmitir y rodearnos del equipo humano necesario, ahora contamos con cinco filiales: EE UU, México, Oriente Medio, Reino Unido y ahora China", ha desgranado.

En palabras de Fisas: "La manera de afrontarlo ha sido aprender en cada mercado, adquirir un conocimiento y una experiencia específica para localizarla en cada uno de esos mercados. Porque la manera de cuidarse en Asia no es la misma que la de EE UU o Europa".

En el caso de Cantabria Labs, Juan Matji ha abordado el compromiso de su compañía que, fiel a sus orígenes, sigue apostando por su fábrica en el municipio cántabro de Villaescusa con la innovación y la sostenibilidad como estandartes. Prueba de ello son los 150 puestos de trabajo creados en Cantabria a raíz de la puesta en marcha del nuevo centro de innovación y producción ecosostenible inaugurado en 2019. Además, como ha puesto de manifiesto el presidente de Cantabria Labs, más del 90 % del calor utilizado en sus instalaciones de La Concha proviene de la energía solar y geotérmica, contribuyendo de manera definitiva a que el 93% del total de la energía eléctrica consumida por la compañía para la fabricación de sus productos sea de origen renovable.

Así lo ha descrito el propio Matji: “Cuando en 2019 inauguramos nuestra nueva planta de innovación y producción en Cantabria buscamos un emplazamiento distinto, muy cerca del Parque de la Naturaleza de Cabárceno, donde fluye un manantial termal que nos permite hacer nuestra fábrica ecosostenible gracias a la geotermia”.

“Obviamente, esto es más caro que ubicarse en un polígono industrial”, ha detallado, destacando un compromiso local que “se traduce a su vez en generación de empleo. En estos años hemos creado más de 150 puestos de trabajo de científicos y técnicos, así como en industrias auxiliares”.

## 2021, el año de la recuperación

Como pone de relieve la radiografía, 2021 ha sido un año de recuperación. Un ejercicio marcado por la capacidad del sector para sobreponerse a un contexto social y económico muy difícil y en el que la mejora en el bienestar del consumidor ha quedado patente dada la correlación entre la evolución de la pandemia y los índices de consumo de los productos de perfumería y cosmética.

Tras una caída del mercado del -10% en 2020 (la del PIB fue del -11%, lo que deja constancia de hasta qué punto el sector actúa a modo de termómetro social), la buena evolución de todos los indicadores ha llevado a cerrar el ejercicio con un crecimiento del +7,38%.

Con estos datos, el consumo roza las cifras de 2018 y se mantiene apenas un -3% por debajo del pico de la serie histórica más reciente, marcado por los 8.460 millones de euros alcanzados en 2019. En términos porcentuales, **el consumo alcanzó los 8.211 millones de euros el pasado ejercicio.**

En lo que se refiere a consumo per cápita, el documento refleja cómo la confianza regresa poco a poco. Si en 2019 cada español gastó 177 euros en el sector y en 2020 la cifra cayó a 154 euros, ahora se sitúa en 166, colocando a **España como el quinto mercado europeo de productos de belleza.**

España también se sitúa actualmente en el Top 10 mundial de los países exportadores de perfumes y cosméticos. En concreto, es el **segundo exportador mundial de perfumes**, solo por detrás de Francia y por delante de Alemania y Estados Unidos, y registra una balanza comercial positiva desde 2006, con un saldo de 1.737 millones de euros.

[Stanpa.com](https://www.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) / Claudia Vázquez [cvazquez@kreab.com](mailto: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.