

Según un estudio realizado por *Cosmetics Europe* sobre una base de 6.000 consumidores de 10 países, entre ellos España

## **Siete de cada diez europeos consideran que los productos cosméticos y de cuidado personal repercuten directamente en su calidad de vida y autoestima**

Madrid, 15 NOV 2022

- Los europeos utilizan de media siete productos cosméticos y de cuidado personal diferentes al día y casi 13 a la semana, según un estudio realizado por *Cosmetics Europe*, la principal asociación europea de la industria, de la que forma parte Stanpa.
- El 62% de los consumidores considera que estos productos juegan un papel relevante en el modo en cómo son vistos por los demás e influyen directamente en su forma de relacionarse.
- La mayoría de las mujeres encuestadas considera el maquillaje (60%) y los perfumes (68%) como parte importante o muy importante de su vida cotidiana.
- La percepción de los hombres sobre la importancia de los cosméticos ha aumentado hasta en cinco de las siete categorías de producto (cuidado corporal, de la piel, solar, perfume y maquillaje), con un incremento de 5,5 puntos porcentuales de media.
- La protección frente al sol sube con fuerza en esta lista: en 2017 era considerada importante por el 54% de los consumidores, cifra que escala ahora hasta el 62%, casi 10 puntos más en apenas cinco años.

Los cosméticos forman parte de nuestro día a día, pero ¿hasta qué punto son importantes en nuestra vida? Esta es la pregunta que se ha hecho *Cosmetics Europe*, la principal asociación europea de la industria, de la que forma parte Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, y la conclusión, basada en la percepción de los consumidores, es que son esenciales. De acuerdo con un estudio<sup>1</sup> realizado por este organismo, los europeos utilizan de media siete productos diferentes al día y casi 13 a la semana, y consideran (así lo afirma más del 70%) que los productos cosméticos y de cuidado personal son importantes para mejorar su calidad de vida y reforzar su autoestima.

Cifras que concuerdan en gran medida con las de nuestro país. Según datos de Stanpa, cada español usa diariamente entre siete y nueve productos cosméticos y aproximadamente 28 distintos en todo el año. Si nos guiamos por los datos de consumo per cápita, a comienzos de 2022 gastábamos 166 euros en el sector, y se prevé que las cifras se asemejen cada vez más a las anteriores a la pandemia, razón detrás de la caída del consumo desde los 177 euros en 2019 a los 154 en 2020.

*“Más allá de indicadores económicos, formamos parte de una industria que se mueve por las sensaciones, y estudios como el que ahora nos presenta *Cosmetics Europe* ponen de relieve que esas sensaciones tienen que ver sobre todo con el bienestar, tanto físico como emocional, con nuestra capacidad de socializar y con la forma en que queremos ser percibidos por los demás”,* explica Val Díez, directora general de Stanpa.

### **Los cosméticos influyen directamente en nuestra forma de relacionarnos**

Volviendo al conjunto de Europa, el 62% de los consumidores considera que los productos de cuidado personal y cosméticos juegan un papel importante o muy importante en el modo en como son vistos por los demás, el mismo porcentaje que reconoce que influyen directamente en su forma de relacionarse con los demás.

Aunque en ocasiones se tienda a asociar los cosméticos únicamente a determinadas categorías de producto como el maquillaje o los perfumes, lo cierto es que éstos cubren un espectro mucho mayor que va desde

<sup>1</sup> Para la realización de este estudio se ha entrevistado a 6.000 consumidores de países como Bulgaria, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia, España, Suecia y Reino Unido.

nuestra higiene y nuestra salud a sentirnos más seguros de nuestra apariencia. Así es como lo perciben también los consumidores europeos, que consideran que los productos para el cuidado personal (según el 86%), de la piel (84%) y del cabello (81%) forman parte del grupo de los cosméticos y el cuidado personal.

El 91% de consumidores considera importante o muy importante el cuidado bucal, seguido del corporal (88%) y el del cabello (82%). Además, la protección frente al sol sube con fuerza en esta lista: en 2017 era considerada importante por el 54% de los consumidores, cifra que escala ahora hasta el 62%, casi 10 puntos más en apenas cinco años. En este mismo periodo, la percepción de los hombres sobre la importancia de los cosméticos ha aumentado hasta en cinco de las siete categorías de producto (cuidado corporal, de la piel, solar, perfume y maquillaje), con un incremento de 5,5 puntos porcentuales de media.

Y, con independencia del impacto de la pandemia y los cambios coyunturales en las tendencias de comportamiento, resulta significativo que la mayoría de las mujeres considere el maquillaje (60%) y los perfumes (68%) como parte importante o muy importante de su vida cotidiana. Para poner este dato en el contexto de España no hay más que acudir al estudio *"El perfume y su vínculo con la persona"*, realizado por Kantar para Stanpa, que concluía que el perfume es un complemento esencial tanto para mujeres como para hombres (el 94,6% de los españoles lo utiliza con mayor o menor frecuencia), incluso imprescindible (el 54,7% lo usa a diario).

### Relación directa entre el uso de productos cosméticos y de cuidado personal y nuestro bienestar

El estudio de *Cosmetics Europe* hace especial énfasis en la relación entre los cosméticos y los productos de cuidado personal con nuestro bienestar. Para los europeos, el acceso a una buena higiene personal se encuentra entre los factores que mejoran la calidad de vida, refuerzan la autoestima y desempeñan un papel importante en las interacciones sociales. En este sentido, los cosméticos y los productos de cuidado personal cumplen un papel esencial, ya que nos ayudan a mantenernos limpios, a conservar nuestro cuerpo en buenas condiciones y a protegerlo.

Siguiendo esta lógica, el 88% de los consumidores está de acuerdo en que estos productos son eficaces para garantizar su higiene personal. En este orden, los cuatro factores más importantes para mejorar la calidad de vida son la buena salud (86,8%), la relación positiva con los demás (82,8%), el acceso a una buena higiene personal (82,6 %) y la estabilidad financiera (82,5%). Además, el 72% de los consumidores europeos alude a la confianza basada en la propia apariencia como otro de los factores que más contribuyen a la calidad de vida y el aumento de la autoestima.

*"En 2017 llevamos a cabo el informe Consumer Insights con el objetivo de conocer la opinión de los consumidores de toda Europa sobre los productos cosméticos y su impacto en aspectos de la vida como el bienestar, la autoestima, la calidad de vida y las interacciones sociales, con resultados que mostraron la alta valoración de los cosméticos y su contribución a la mejora de la vida de los ciudadanos europeos. Cinco años más tarde, esta nueva investigación realizada en colaboración con Ifop nos ha permitido ahondar en esas tendencias con datos cuantitativos actualizados y complementarios que nos permiten apreciar mejor el grado de esencialidad de nuestro sector de acuerdo con la percepción de los consumidores"*, explican desde Cosmetics Europe.

Para más información de prensa:

**STANPA**

Clara Pi | [clara.pi@stanpa.com](mailto:clara.pi@stanpa.com)

Nuria Cuenca Octavio | [nuria.cuenca@stanpa.com](mailto:nuria.cuenca@stanpa.com)

[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

