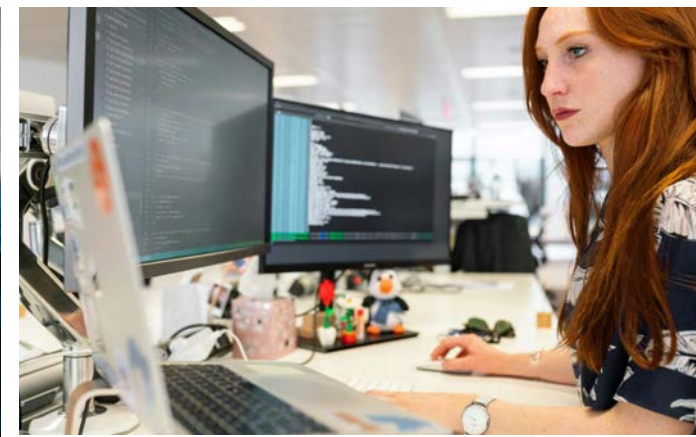


#Verdades al sol:

Guía contra la desinformación
sobre fotoprotección



Iniciativa de



Con el apoyo de



Con la colaboración de



Índice

1.

Promover la
fotoprotección
para una sociedad
consciente

2.

Radiografía de
la industria de
la fotoprotección

3.

Temas de
conversación
detectados y
principales bulos

4.

Claves para
comunicar
con rigor.
Termómetro
Sun-checking

5.

Recursos



A periodistas, divulgadores y creadores de contenido que informan sobre protección solar:

Advertencias, mitos, negacionismo, tendencias virales, análisis de productos sin rigor científico... La conversación sobre la importancia de la protección solar, a pesar de las evidencias científicas, de las recomendaciones de expertos acreditados y de la creciente concienciación de la ciudadanía española, en ocasiones gira en torno a preguntas, inquietudes y dudas; a mensajes que confunden y contribuyen a generar alarma o desinformación; a desproteger al consumidor y, por tanto, poner en peligro la salud pública.

Para hacer frente a estas cuestiones, desde la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa), hemos creado, con el apoyo de la Academia Española de Dermatología y Venereología, la Fundación Piel Sana y el Consejo General de Colegios de Farmacéuticos y la colaboración de Newtral, el presente documento. Esta guía ofrece a los profesionales que canalizan la información y la opinión pública una herramienta útil para entender mejor el trasfondo de la fotoprotección, un ámbito altamente complejo y en el que España es un país de referencia por su desarrollo e innovación, tras el que hay equipos humanos altamente cualificados: el 21% de profesionales que forman parte del sector cosmético español es de perfil científico.

Como señala la Organización Mundial de la Salud (OMS), la desinformación sobre temas que conciernen a la salud pública es un tipo específico de riesgo informativo que, a diferencia de la información errónea, se origina con la intención maliciosa de sembrar la discordia, la división y la desconfianza en los organismos oficiales, los expertos científicos, los organismos de salud pública, el sector privado y las fuerzas del orden, entre otros grupos objetivo.

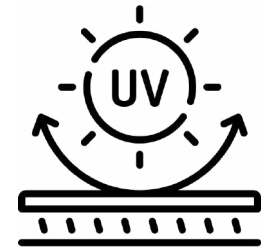


Clara Pi
Periodista y
Directora de Comunicación de Stanpa

Junio 2025

1. Promover la fotoprotección

para una sociedad consciente
y comprometida con su salud



Cuidar de la piel es una necesidad del día a día

La protección solar es un tema que puede resultar complejo por su condición científica y su vinculación con el desarrollo tecnológico y la innovación, pero que requiere ser tratado con rigor y claridad debido a su impacto en la salud pública, ya que la exposición prolongada y sin protección a la radiación solar puede provocar daños cutáneos, envejecimiento prematuro y aumentar el riesgo de cáncer de piel.

¿Cómo prevenir los efectos dañinos del sol?

Utilizando un fotoprotector o protector solar, es decir, cualquier preparado, ya sea en crema, fluido, aceite, gel, etc., de aplicación sobre la piel cuya finalidad exclusiva o principal es la de protegerla de la radiación UV absorbiéndola, dispersándola o reflejándola.

Cada fotoprotector garantiza un nivel de protección solar específico basado en los resultados de las pruebas de Sun Protection Factor (SPF). El SPF, por sus siglas en inglés, o Factor de Protección Solar (FPS) hace referencia al cociente entre la cantidad de energía necesaria para generar un eritema en una piel protegida por un fotoprotector y en la misma piel sin proteger. Cuanto mayor es el FPS de un producto, mayor es la cantidad de energía necesaria para provocar un eritema en la piel.

Los niveles de protección solar se indican generalmente en la etiqueta del producto y se basan en los resultados de las pruebas de medición del FPS.

- Protección Baja: SPF 6,10
- Protección Media: SPF 15, 20, 25
- Protección Alta: SPF 30, 50
- Protección Muy Alta: SPF 50+

* Clases de protección solar y FPS correspondientes de acuerdo a la Recomendación de 2006 de la Comisión Europea relativa a la eficacia de los productos de protección solar y las declaraciones sobre los mismos (2006/647/CE).

¿Qué impacto tiene la radiación solar en la salud de la piel?

Existen varios tipos de radiación, clasificados según la forma en que la energía se propaga y su naturaleza. Las radiaciones más energéticas son absorbidas por la capa de ozono de la atmósfera, mientras que el resto alcanzan la superficie de la tierra pudiendo llegar y penetrar en la piel:

- Las radiaciones UV o ultravioleta tienen múltiples efectos biológicos, pueden afectar al sistema inmunológico y contribuyen al riesgo de desarrollar cáncer de piel. Se distinguen dos tipos:

- La radiación UVB (ultravioleta B), de longitud de onda más corta, es más energética, pero menos penetrante. Es la principal responsable de la síntesis de la melanina y el color bronceado de la piel. Es responsable de la inflamación cutánea o quemadura solar y el subsiguiente enrojecimiento de la piel (eritema).

- La radiación UVA (ultravioleta A) presenta una longitud de onda más larga, es menos energética, pero penetra más profundamente y genera radicales libres, por lo que es la principal responsable del envejecimiento cutáneo.

- La radiación visible cercana a la radiación UVA (luz violeta-azul*) produce radicales libres y contribuye al envejecimiento de la piel y a las manchas en pieles de fototipos oscuros.

- La radiación infrarroja* cercana o de tipo A, que denominamos IRA, tiene una acción calorífica y puede provocar radicales libres, contribuyendo también al envejecimiento de la piel.

* No se ha demostrado que produzcan mutaciones y cáncer de piel. Las mutaciones en el ADN sólo las producen las radiaciones UV.

¿Cuáles son los filtros solares empleados para proteger la piel de la radiación?

Los filtros solares son ingredientes regulados y su eficacia y seguridad está avalada por el [Reglamento Cosmético Europeo](#) y el [Comité Científico para la Seguridad de los Consumidores \(SCCS\)](#). Esta regulación reta a los expertos en el proceso de formulación de los fotoprotectores, tratándose de un proceso complejo cuya etapa de investigación previa a su materialización puede llegar a extenderse hasta 10 años, con el objetivo de garantizar la eficacia y seguridad óptimas del producto a lo largo de todo su ciclo de vida.

En este sentido, el rigor científico y la apuesta por la innovación son dos piezas clave para hacer frente a los retos que plantea el territorio de la fotoprotección. De hecho, antes de llegar al producto final, los expertos de I+D de las compañías que pueden llegar a realizar más de 500 prototipos que no solo persiguen la máxima eficacia y calidad del producto, sino que también ponen a prueba su resistencia y aplicabilidad. Un largo camino innovador que pone en el centro las necesidades y preferencias de las personas para que se sientan seguras a la hora de usar su fotoprotector favorito.

Con el objetivo de proteger la piel y prevenir los posibles riesgos derivados de la exposición a la radiación solar, como las quemaduras y otros efectos nocivos de la radiación UV, se usan dos tipos de filtros solares, necesarios e importantes:

- Los filtros solares orgánicos, que absorben la radiación UV, la transforman en calor y forman un escudo protector invisible en la capa superior de la piel.

- Los filtros solares inorgánicos o minerales absorben la radiación UV que llega a la piel, la reflejan y la dispersan.

A close-up photograph showing a hand holding a blue and yellow sunscreen bottle, dispensing white cream onto a person's arm. The background is a blurred beach scene with sand and water.

La fotoprotección es necesaria durante todo el año

Aunque la intensidad de la radiación solar pueda variar en función del momento y el lugar, esta persiste; por lo que el usuario debe incluir un fotoprotector en su rutina diaria para cuidar su piel y prevenir los riesgos asociados a la exposición solar.

El correcto uso del fotoprotector implica su reaplicación. Los productos solares no están planteados para realizar un único uso previo a la exposición solar intensa, sino que este deber ser reaplicado tantas veces como sea necesario para garantizar una protección efectiva y duradera.

RECUERDA: El Factor de Protección Solar (FPS) hace referencia a la diferencia entre la cantidad de energía necesaria para generar un eritema en una piel protegida por un fotoprotector y en la misma piel sin proteger. De este modo, cuanto mayor es el FPS de un producto, mayor es a cantidad de energía necesaria para provocar un eritema en la piel.

¿Dónde debo adquirir mi fotoprotector?

Los fotoprotectores se presentan en una amplia gama de precios y formulaciones, adaptándose a diversas necesidades y presupuestos, lo que permite a todas las familias acceder a ellos. Su disponibilidad en múltiples canales de distribución, como supermercados, farmacias, parafarmacias, perfumerías y grandes superficies, permite a cualquier persona adquirir estos productos. Esta amplia distribución y diversidad de opciones aseguran que la protección contra los efectos nocivos del sol esté al alcance de todos.

El consumo de productos de protección solar ha aumentado un 55% en los últimos 5 años, además los datos de mercado muestran que los productos más usados son los que ofrecen protección más elevada (FPS 30, 50 y 50+ representan hoy día más del 80% del mercado de solares y casi el 100% de los productos especiales para niños). Todo esto confirma que los bulos no han calado de manera general y que la población es cada vez más consciente de la importancia de su uso para evitar el daño solar.



Cada piel es única

Se puede utilizar un fotoprotector con un FPS u otro en función del tipo de piel o fototipo. El fototipo clasifica los diferentes tipos de piel en función de su reacción a la luz del sol. Esta reacción depende del color de la piel (blanca, morena o negra) y el resultado de la exposición a la radiación ultravioleta (bronceado). En este sentido, hay personas que pueden utilizar un FPS 30 con menor riesgo, mientras que otras, como las personas con un fototipo 1 y 2, es decir, piel clara y sensible, precisan un FPS 50+ para hacer frente a una radiación similar, ya que son más vulnerables. En cualquier caso, se recomienda usar siempre un FPS más alto en las primeras exposiciones al sol.

Si se trata de una piel sensible es recomendable optar por fórmulas sin fragancia que contengan ingredientes hipoalergénicos. Para pieles grasas o propensas al acné, funcionan mejor las fórmulas no comedogénicas, libres de aceite; y, para la piel seca, fórmulas que incluyan principios activos hidratantes como el ácido hialurónico.

Aun así, son muchos los usuarios que desconocen qué tipo de piel tienen y, por tanto, qué protector solar es el más adecuado. Por ello, como cada piel tiene sus particularidades, el primer paso para una correcta protección es trasladar cualquier consulta relacionada a los profesionales sanitarios (dermatólogos, médicos de atención primaria, pediatras, farmacéuticos, profesionales de enfermería).

Toda actividad conlleva cierta exposición

El tipo de la actividad y el entorno, además del tipo de piel, influirá en la elección del fotoprotector. Si no se sabe qué tipo de piel se tiene o qué protector solar es más adecuado, es recomendable buscar el consejo de un experto.

- Para el uso diario, incluso si la predicción climática advierte de cielos mayormente nubosos o lluvias, se recomienda incluir en la rutina una fórmula ligera y de rápida absorción que se pueda usar bajo el maquillaje.
- Para la playa o actividades al aire libre es esencial un protector resistente al agua y al sudor.
- Para deportes y actividades físicas existen protectores solares que resisten al agua y al sudor.
- En zonas de montaña, es decir, de alta altitud o con superficies reflectantes como la nieve o el agua, es necesaria una protección frente a las radiaciones UVB y UVA muy alta.

Asimismo, se recomienda complementar la aplicación -y reaplicación- del fotoprotector con el uso de gafas de sol homologadas, sombreros o gorras, ropa de manga larga e hidratación, ya que el sol también afecta negativamente a otras zonas del cuerpo, como los ojos, el cuero cabelludo o el cabello, además de fomentar la deshidratación.

2.

Radiografía

de la industria de la fotoprotección

Un producto sujeto a una estricta regulación

Todos los filtros UV están regulados, es decir, han sido objeto de estudios científicos y están sujetos a la más estricta regulación europea. Los filtros solares autorizados para ser usados en los fotoprotectores se encuentran listados en el Anexo VI del Reglamento Cosmético. En España, tanto los ingredientes como los productos de protección solar están sujetos a una serie de normativas y regulaciones que garantizan su seguridad, eficacia y calidad. Estas regulaciones están en consonancia con las directrices de la Unión Europea (UE).

A continuación, se detallan algunas de las normativas y regulaciones clave que se aplican a los fotoprotectores en nuestro país:

- Reglamento (CE) N° 1223/2009 sobre los productos cosméticos.
- Real Decreto 85/2018 por el que se regulan los productos cosméticos.
- Recomendación de la Comisión Europea (2006/647/CE) relativa a la eficacia de los productos de protección solar y las declaraciones sobre los mismos.
- UNE-EN ISO 24444: Describe el método estándar para la determinación del factor de protección solar (SPF) en productos de protección solar.
- UNE-EN ISO 24442: Determinación in vivo de la protección UVA de un producto solar.

- UNE-EN ISO 24443: Determinación in vitro de la protección UVA de los protectores solares.

Nuevas normas publicadas a finales de 2024:

- Norma 23675:2024 o método de doble placa: permite la determinación in vitro del SPF. Actualmente, solamente para emulsiones y preparaciones alcohólicas monofásicas.
- Norma ISO 23698:2024, o también llamado HDRS (método híbrido de espectrofotometría de reflectancia difusa): permite determinar el factor de protección solar (FPS), el factor de protección UVA (PF-UVA) y de longitud de onda crítica (CW). Actualmente, solo se puede utilizar para emulsiones y preparaciones alcohólicas monofásicas.

Cabe destacar que los fotoprotectores fabricados y comercializados en España y Europa contienen exclusivamente los filtros solares considerados aptos para ser usados en este tipo de productos y que están regulados en el Anexo VI del Reglamento Cosmético, relativo a la lista de los filtros ultravioleta admitidos en los productos cosméticos.

Etiquetado claro y comprensible

Los fotoprotectores deben cumplir con una serie de requisitos de etiquetado para proporcionar información clara y comprensible que garantice a los consumidores la seguridad y la eficacia. Estos incluyen:

Factor de Protección Solar (FPS), que mide la protección contra la radiación UVB

La clase de protección solar (baja, media, alta o muy alta).

Listado de ingredientes

Fecha de duración mínima y/o PAO (Periodo de uso tras la apertura o *Period After Opening*)

El nombre o la razón social y la dirección de la persona responsable del producto dentro de la UE



Protección UVA

Generalmente se muestra con un logotipo circular con las letras "UVA" dentro de un círculo.

El contenido nominal en el momento del acondicionamiento, indicado en peso o en volumen

Instrucciones de uso y precauciones particulares de empleo

El número de lote, permite asegurar la trazabilidad del producto

La función del producto, salvo si se desprende de su presentación

Firme apuesta en I+D+i

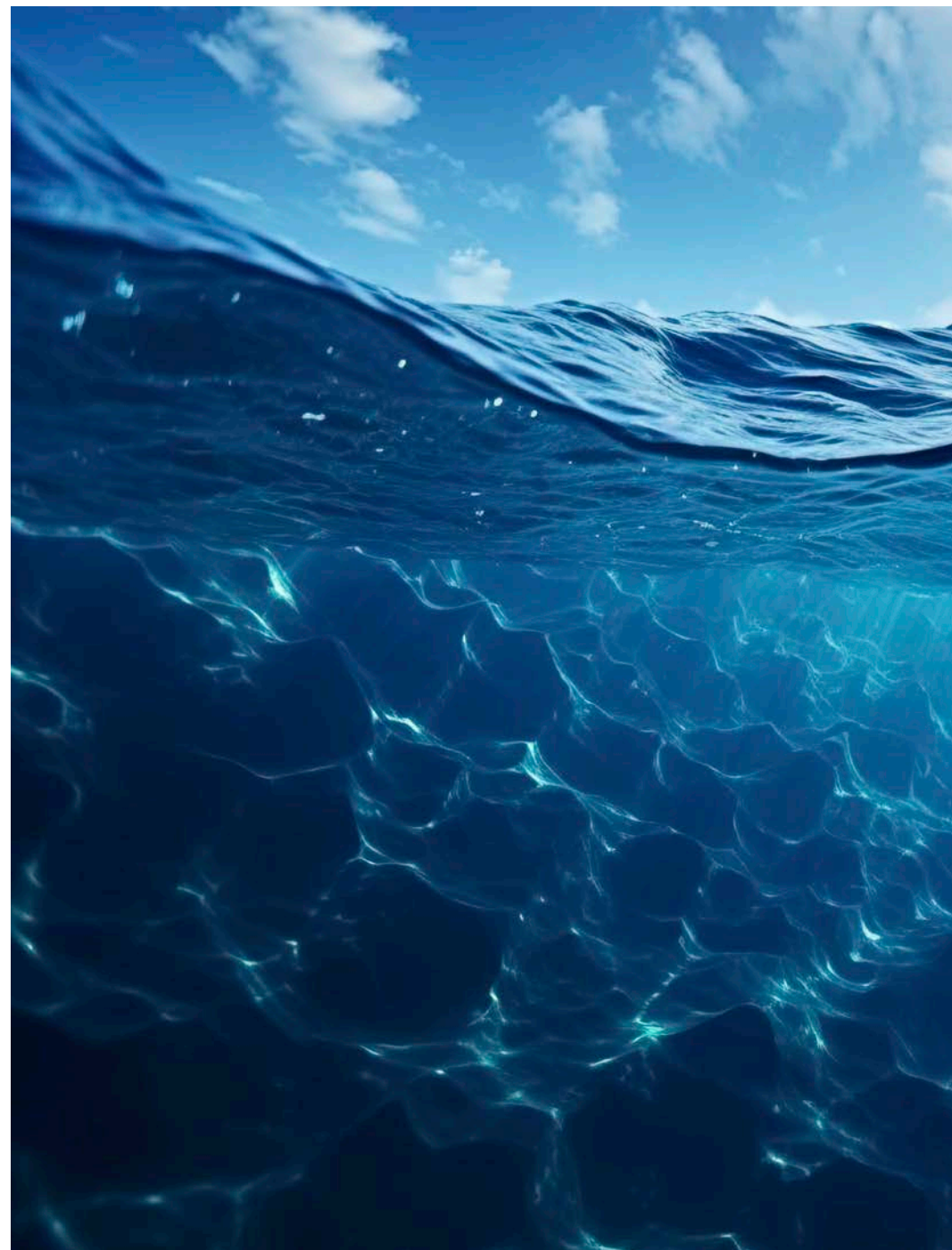
La industria cosmética española invierte una media de 330 millones de euros al año, que equivale al 3,4% de su facturación anual, en I+D+i; posicionándose como uno de los sectores con mayor inversión en innovación. Además, cabe destacar que el 55,7% de las empresas han generado nuevas patentes o fórmulas en los dos últimos años.

La innovación en fotoprotección es una apuesta en firme y está presente en todo el ciclo de vida de los protectores solares: desde la investigación previa al desarrollo y la materialización del producto hasta la distribución del mismo y la eliminación de los residuos derivados; dando lugar a nuevos formatos y tipos de fotoprotectores cada vez más efectivos y prácticos para cada ocasión que son agradables para la piel y contribuyendo, a su vez, a la preservación del medio ambiente.

Así, partiendo de que cualquier protector solar, sea cual sea su fórmula o textura, cumple con la normativa que aplica a este tipo de productos

cosméticos y, por tanto, su nivel de fotoprotección está garantizado; el sector apuesta por la innovación en la formulación de la presentación de los fotoprotectores para facilitar su aplicación, mejorar la experiencia de uso y promover su reaplicación frecuente, con el objetivo de que el consumidor lo introduzca de manera consciente y recurrente en su rutina, pudiendo encontrar un protector solar adecuado para cada situación.

En este sentido, la incorporación de fotoprotección al maquillaje es una de las grandes tendencias del sector en materia de innovación. Tanto este como el protector con color son buenas alternativas que, además de proteger, permiten dar con el tono deseado en zonas como el rostro. Como mínimo, un SPF 15 es el recomendado por los expertos para garantizar la protección en maquillaje para uso diario y a horas de radiación media. En cualquier caso, si la exposición al sol va a ser prolongada, se recomienda el uso de un fotoprotector con FPS más elevado.



Fotoprotección para el cuidado de la piel y del entorno

El reto de la industria cosmética es la salud y el cuidado personal, pero también la protección del planeta.

Para las empresas del sector el cuidado del entorno en contacto con la piel es clave para mantenerla en buen estado. Por ello, la eficiencia energética, la descarbonización, la gestión eficiente del agua a través de la implantación de tecnologías digitales innovadoras y la liberación de los océanos de residuos plásticos son los principales ejes de trabajo para la industria en términos de sostenibilidad.

Hacia un océano libre de envases de plásticos

Los envases de los fotoprotectores son necesarios para contener, proteger y transportar el producto en condiciones óptimas de estabilidad, seguridad y eficacia; y también son esenciales para informar al consumidor a través de la etiqueta sobre las características del mismo y su correcto uso.

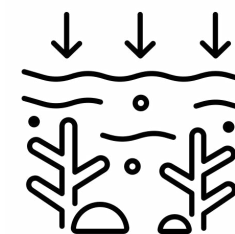
Las empresas de la industria cosmética son conscientes de la necesidad de diseñar productos y procesos que minimicen su huella ambiental y contemplan en su hoja de ruta estrategias corporativas y de producto que contribuyen a la mejora de la sostenibilidad. En este sentido, el sector está aunando esfuerzos para anticiparse a los objetivos en materia de plásticos que persigue el Plan de Acción sobre la Economía Circular en Europa del Pacto Verde Europeo, que establece que en el 2030 todos los envases serán reciclables y reciclados, así como el implementar el ambicioso Reglamento de envases y residuos de envases.

Por ello, se sigue apostando desde el sector por envases con plástico reciclado, envases reutilizables y biobasados así como la mejora en el ecodiseño, teniendo en cuenta todas las fases del ciclo de vida del producto para mejorar su perfil ambiental. Actualmente ya hay grandes iniciativas empresariales que reflejan el gran esfuerzo que hay detrás, como la fabricación de envases con plástico 100% reciclado o envases que introducen plástico recogido de las playas y mares. Además, las empresas promueven iniciativas voluntarias de recogidas de residuos plásticos y colaboran con entidades sin ánimo de lucro para la protección o la mejora de nuestros mares y océanos.

La protección de los corales

El incremento de la temperatura del agua y la acidificación de los océanos propiciadas por el cambio climático se reconocen como los principales causantes de la decoloración del coral a escala global. Además, factores como la sobrepesca, la contaminación de aguas residuales y la aportación masiva de nutrientes inorgánicos, entre otros, pueden impactar negativamente a las reservas naturales de corales.

Gracias a la innovación, desde la industria cosmética se trabaja por ampliar el conocimiento sobre la influencia de los filtros UV en la decoloración de los corales a partir de estudios científicos basados en ensayos in vitro que tienen como objetivo dar respuesta a la gran complejidad que supone simular las condiciones que se dan in situ en los arrecifes de coral debido a su alta variabilidad.



3.

Temas de conversación y bulos principales

Los debates en torno a la fotoprotección abarcan desde la efectividad de los filtros solares hasta las preocupaciones sobre su impacto en la seguridad y el medio ambiente. La conversación social, en muchos de los casos sin base ni argumentación científica, encuentra a menudo un altavoz en los medios de comunicación, sobre todo por su repercusión en redes sociales, lo que ha derivado en el fenómeno de la desinformación. A continuación, desmitificamos algunos de los bulos más virales:



#Mito1

“Si te pones protección solar no absorbes vitamina D”

Los bajos niveles de vitamina D en gran parte de la población han fomentado el mensaje de que es necesario tomar el sol sin protección para que el cuerpo sintetice la cantidad necesaria de vitamina D, ya que, según este mito, el fotoprotector impide la absorción de esta vitamina. Sin embargo, las personas que utilizan protector solar también logran sintetizar vitamina D de forma adecuada. Esto se debe a que, al usar fotoprotección, el eritema provocado por la exposición solar tarda más en aparecer, lo que permite permanecer más tiempo al aire libre y, por tanto, estimular durante más tiempo la síntesis de precursores de vitamina D. El uso de protector solar ayuda a prevenir el envejecimiento prematuro de la piel y otros daños derivados de la radiación solar, como la aparición de manchas, además de contribuir a la prevención del cáncer de piel.

#Mito2

“Algunos filtros no son seguros”

Algunos creadores de contenido publican en redes sociales informaciones específicas sobre filtros solares indicando, bajo su propio criterio y sin mención a fuentes expertas, cuáles son “tóxicos” y/o “perjudiciales”, cuestionando su seguridad y recomendando no utilizar determinados productos que los contienen. Los filtros solares están estrictamente regulados. No se incorporan de forma arbitraria, sino que deben cumplir con la normativa europea, considerada una de las más exigentes del mundo en materia de seguridad. Para que un filtro solar pueda ser utilizado, su seguridad debe estar respaldada por el Comité Científico de Seguridad de los Consumidores (SCCS), autorizado por la Comisión Europea y recogido en el Anexo VI del Reglamento sobre productos cosméticos, el cual enumera únicamente los filtros solares cuya seguridad ha sido evaluada, respaldada por expertos y aprobada para su uso en cosmética.



#Mito3

“No pasa nada por quemarse alguna vez”

Durante la infancia y la adolescencia se recibe entre el 50 y el 80% de toda la radiación solar que se acumulará a lo largo de la vida. El daño solar en la piel es acumulativo, por lo que no utilizar protección solar en etapas tempranas puede derivar en problemas a largo plazo. La exposición solar tiene efectos negativos para la salud que pueden manifestarse como resultado de exposiciones intensas, con efectos a corto plazo como quemaduras cutáneas y lesiones oculares, o resultado de una exposición crónica, que provocan envejecimiento prematuro, aparición de manchas y un aumento del riesgo de cáncer de piel. Son especialmente perjudiciales las exposiciones sin protección durante la infancia y la juventud, ya que se asocian con un mayor riesgo de desarrollar cáncer cutáneo en la edad adulta.

#Mito4

“Con ponerse un poco de protección por la mañana es suficiente”

Es importante utilizar algún tipo de protector solar durante todo el año, especialmente en verano o cuando pasamos más tiempo al aire libre, ya que la exposición a la radiación solar es mayor. Dado que factores como el sudor, el baño, el roce con la toalla o la actividad física pueden reducir la eficacia del protector solar, es fundamental reaplicarlo cada dos horas, y siempre después de bañarse, secarse o sudar. Además, se recomienda una protección adicional con medidas físicas, como el uso de ropa de manga larga, gorras o sombreros, y gafas de sol. Las autoridades sanitarias insisten en la importancia de aplicar una cantidad adecuada de protector solar y de reaplicarlo varias veces a lo largo del día.

#Mito5

“Algunos protectores solares alteran las hormonas”

Este mito está relacionado con algunos ingredientes presentes en los protectores solares, que a menudo son etiquetados erróneamente como tóxicos. Sin embargo, la clave no está en la sustancia en sí, sino en cómo se utiliza y en la dosis a la que se expone al organismo. No obstante, cuando se aplica por vía tópica, como ocurre con los protectores solares, y dentro de las concentraciones permitidas por la normativa europea, su absorción a través de la piel es mínima y no se asocia a efectos adversos. Es importante recordar que todos los filtros solares están rigurosamente evaluados por el Comité Científico de Seguridad de los Consumidores (SCCS) y regulados por la estricta normativa europea. Cada uno de ellos pasa controles exhaustivos de seguridad y eficacia, lo que garantiza que su uso es seguro para la salud.

Para conocer más información sobre los fotoprotectores y mitos, haz clic aquí

4.

Claves para comunicar con rigor

Cuando se tratan asuntos de salud pública, como es la fotoprotección, es necesario abordarlos con cuidado y cautela. El objetivo último de cualquier comunicación sobre protección solar debe ser informar sobre su importancia para prevenir los riesgos de la exposición al sol en la salud de las personas y, en este sentido, resulta fundamental trabajar de la mano de expertos para frenar mensajes confusos y erróneos que puedan promover tendencias y creencias tan temerarias como la de "no utilizar un fotoprotector porque es más peligroso que la propia exposición al sol".

Para comunicar con precisión sobre fotoprotección también es crucial comprender los términos y dudas claves expuestos en los anteriores apartados de esta guía sobre los que se recomienda profundizar, atendiendo a los siguientes puntos:

1.

Es necesario contrastar cualquier información susceptible de duda con la de fuentes oficiales, consultando a dermatólogos, farmacéuticos especializados y otros profesionales de la salud. Instituciones como la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) y organismos europeos proporcionan directrices claras sobre la eficacia y seguridad de los fotoprotectores.



2.

A evaluar estudios como los realizados por determinadas organizaciones de consumidores o contenidos de influencers sobre fotoprotección, es necesario considerar la procedencia del análisis, las fuentes utilizadas y la actualidad de los datos empleados. Se debe privilegiar estudios científicos revisados por fuentes acreditadas y publicaciones de entidades reconocidas en salud y dermatología, aportando pautas concretas para estos casos; evitando promover información sobre fotoprotección dudosa o no contrastada.

3.

La transparencia en la metodología y la independencia de los análisis son indicadores clave del rigor y la fiabilidad de la información presentada.

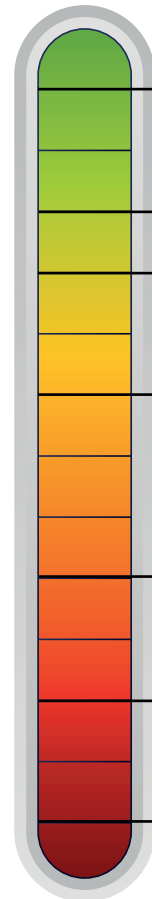
4.

Los usuarios están cada vez más concienciados con la importancia de la protección solar, pero, generalmente, se trata de un público inexperto que no está preparado para entender o asimilar toda la información relativa a esta cuestión. Por ello, cuando se aborden temas de este tipo, es necesario emplear un tono divulgativo con el objetivo de generar conocimiento sin contribuir a la confusión ni crear alarmas innecesarias.

5.

La comunicación debe ser clara y accesible para cualquier persona, adaptándola en función del colectivo al que nos dirigimos para garantizar una correcta información.

Termómetro *Sun-checking*



Usar un lenguaje claro y divulgativo con el fin de hacer accesible e inclusiva la información sobre fotoprotección.

Aportar datos y argumentos de base científica en la medida de lo posible.

Visibilizar solo las recomendaciones indicadas por fuentes expertas y organismos oficiales.

Recurrir al especialista idóneo en función de la temática (no es lo mismo el punto de vista dermatológico que el farmacéutico, el del distribuidor o el del fabricante, etc.).

Difundir tendencias virales sin contextualizar ni rebatir el origen del fenómeno.

Compartir información no contrastada o de dudosa procedencia sobre evaluaciones de productos.

Publicar temas sin recurrir a fuentes expertas y acreditadas desde el punto de vista técnico, científico y regulatorio.



5. Recursos

El equipo de comunicación de Stanpa y el equipo técnico de la asociación quedan a disposición de los periodistas, creadores de contenido y divulgadores científicos para resolver cualquier duda o consulta relacionada con la industria cosmética y, en particular, con la fotoprotección.

Asimismo, en caso de solicitud, se facilitará el acceso a diversidad de fuentes tanto nacionales como europeas de carácter institucional y privado, así como de informes o material de investigación.

Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética
www.stanpa.com

Contacto:
stanpa@stanpa.com
(+34) 91 571 16 40

Adicionalmente, para más información, se recomienda recurrir a las siguientes entidades:

Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios (AEMPS)
www.aemps.gob.com

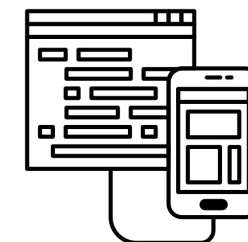
Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF)
www.farmaceuticos.com

Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV)
www.aedv.es

Fundación Piel Sana
https://aedv.fundacionpielsana.es

Asociación Española contra el Cáncer (AECC)
www.contraelcancer.es

Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM)
www.seom.org



Cosmile Europe App

Además, el compromiso del sector por ofrecer una información transparente sobre los productos cosméticos y sus ingredientes que los consumidores emplean a diario también ha resultado en la creación de Cosmile Europe.

Se trata de una app pionera en Europa impulsada por Cosmetics Europe -la asociación europea de la

industria cosmética y del cuidado personal- que ofrece información fiable, verificada y respaldada científicamente sobre casi 30.000 ingredientes. Stanpa ha trabajado mano a mano con Cosmetics Europe en el lanzamiento de la herramienta en nuestro país y en idioma español, para lo que también han contado con la colaboración del CSIC.

UNA BASE DE DATOS EUROPEA DE INGREDIENTES COSMÉTICOS

- 14 idiomas
- fiable
- información respaldada científicamente

UNA HERRAMIENTA DE BÚSQUEDA SENCILLA QUE AYUDA A ENCONTRAR INFORMACIÓN SOBRE INGREDIENTES DE 3 FORMAS...

- Buscar por ingrediente (INCI)
- Buscar nombres de ingredientes, sus grupos de productos (INCI, nombres en español y partes de sus nombres) o grupos de productos (cosméticos)
- Selección por tipo de producto
- Selección a través de grupos de sustancias

Los nombres de ingredientes cosméticos en la nomenclatura internacional (INCI) son nombres oficiales de ingredientes reconocidos internacionalmente que se utilizan en la lista de ingredientes en la etiqueta o packaging de cosméticos y productos de cuidado personal.

PARA TODOS...

Ciudadanos europeos, autoridades, dermatólogos, periodistas y otros

DISPONIBLE PARA...

- responder preguntas sobre los ingredientes de los productos cosméticos
- ayudar a obtener los datos y detectar información no verificada

DESARROLLADO POR...

Cosmetics Europe, la Asociación europea para la industria cosmética y de cuidado personal

En alianza con IKW

En colaboración con FEBEA

Con el apoyo de desarrollo tecnológico de HealthMedia

Con el apoyo de Stanpa

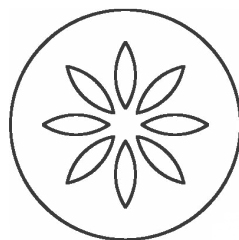
Haz clic sobre la infografía para ampliar

Acerca de Stanpa

Stanpa es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Es una de las asociaciones más sólidas de Europa y con gran vocación internacional. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 300 entidades que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal en España. Las empresas asociadas representan a más del 90% del sector, con un 84% de pymes y un 16% de compañías multinacionales distribuidas por todo el territorio nacional.

Stanpa es fuente de referencia y de conocimiento para periodistas y el sector debido a su extensa experiencia y profundo entendimiento de la industria cosmética. Ofrece información precisa y actualizada, respaldada por investigaciones científicas y datos estadísticos, lo que asegura una visión completa y fiable del mercado.

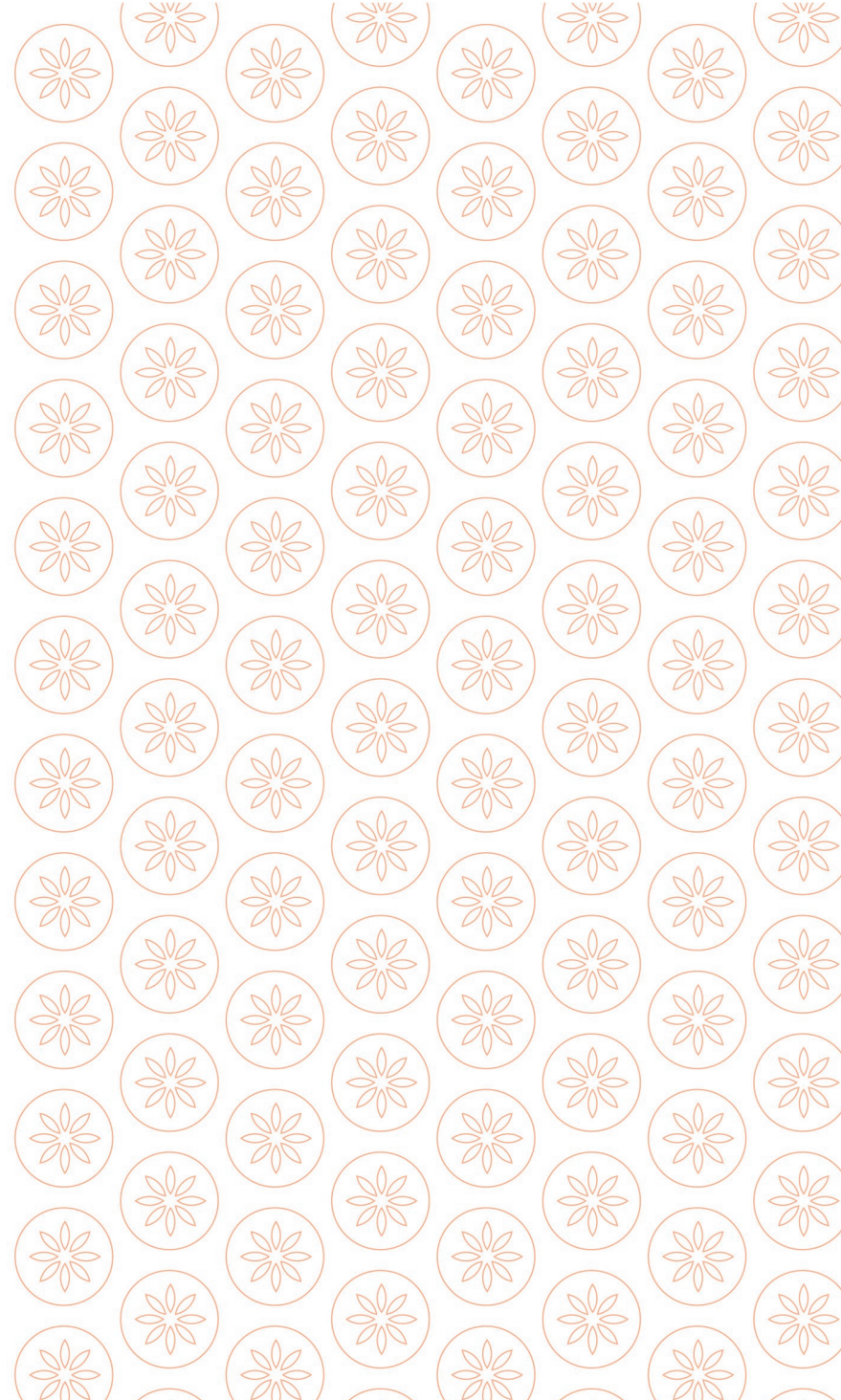
Para los periodistas y medios de comunicación, Stanpa proporciona acceso a expertos, a informes detallados y a estudios técnicos, garantizando que sus piezas periodísticas se basen en datos verificados y perspectivas expertas, elevando así la calidad y precisión de su cobertura sobre temas vinculados a la industria cosmética.



300
entidades
integradas

+90%
representación
del sector

84%
PYMES
16%
multinacionales



#Verdades al sol:

Guía contra la desinformación
sobre fotoprotección



stanpa

Asociación Nacional de
Perfumería y Cosmética

