

Entrevista a: **Val Díez**, directora general de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa)

«La apertura a nuevos mercados es un gran paso que hay que medir milímetro a milímetro»

Val Díez desempeña desde 2007 el cargo de directora general de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética – Stanpa y la Fundación Stanpa. Es miembro de la Junta Directiva de la Academia del Perfume, vicepresidenta de *Cosmetics Europe*, miembro de la Junta Directiva de la CEOE así como del Comité Ejecutivo y Junta Directiva de CEPYME. En representación del sector, forma parte del Consejo de Administración de Ecoembes y Participación Ecológica, S.A. (PARECO). Entre 2004 y 2006 fue directora de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. Recibió el Premio Máster de Oro de Alta Dirección otorgado por el Forum de Alta Dirección en 2011 y el Premio Farmacéutico 2005.



Val Díez
directora general de STANPA

Ana Domínguez

La Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) aglutina a unas 250 empresas fabricantes y distribuidoras españolas de productos cosméticos, de peluquería, perfumería, higiene y cuidado personal, representativas de más del 90% de la facturación sectorial. Entre los asociados se encuentran muchas empresas que han dado el salto al exterior y operan en el ámbito internacional.

El desempeño exportador del sector de perfumería y cosmética español ha registrado una tendencia positiva. Las exportaciones no han dejado de crecer en el último lustro. ¿Se trata de una tendencia de carácter coyuntural o puede consolidarse?

El comportamiento extraordinariamente dinámico del sector de la perfumería y cosmética española, con un crecimiento acumulado del 50% en los últimos cinco años, supone un importante

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

 1. Exceso coche cuando quiera	 4. Defensa del impuesto
 2. Paga una sola cuota y no te llevas sorpresas	 5. Todos los servicios incluidos
 3. Libera el máximo de ventajas fiscales	

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



indicador del futuro del mercado español a nivel mundial. Además, hay que tener en cuenta que a este incremento espectacular le precede una balanza comercial positiva desde 2006, por lo que podemos hablar de una tendencia consolidada. De hecho, ya en el primer semestre de 2015 las exportaciones de nuestro sector crecieron un 11% respecto al mismo periodo del año anterior, por encima del crecimiento de las exportaciones totales de mercancías españolas, situado en el 4,9%.

¿Qué mercados internacionales son considerados prioritarios por las empresas españolas del sector? ¿Cuáles ofrecen mejores expectativas de crecimiento?

Los productos cosméticos españoles están presentes en más de 150 mercados siendo los perfumes la categoría estrella (44% del volumen de negocio internacional). Esta apertura al exterior tiene una importancia estratégica para la industria nacional, pues es un sector de alto valor añadido, con empleo cualificado y plantas de fabricación de alta tecnología.

Durante 2014, los principales países de destino de las exportaciones de perfumería y cosmética fueron Francia, Portugal, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, a la vez que se registró un alto crecimiento de las exportaciones hacia países extracomunitarios como los latinoamericanos, mercados de norte de África, de Oriente Medio y de la región de Asia – Pacífico. Tanto las empresas como Stanpa han trabajado intensamente para fomentar y apoyar la salida a los mercados internacionales, contando además con la labor institucional del ICEX.

Cabe destacar que, en el primer semestre de 2015, se ha acentuado el crecimiento de las exportaciones a Emiratos Árabes Unidos (25%), México (50%), Arabia Saudita (121%), Chile (45%), Argentina (67%) y Uruguay (53%). Este hecho es indicativo del alto interés de las empresas del sector por mercados objetivos de Oriente Medio y Latinoamérica

donde se llevan desarrollando desde hace años acciones directas promocionales (ferias, misiones comerciales, etc.) a través del Plan Sectorial de Exportación de Stanpa–ICEX.

¿En qué aspectos descansan las ventajas competitivas de las empresas españolas del sector para ganar posiciones en el exterior?

Destacamos dos. Por un lado, la percepción de la imagen de la perfumería y cosmética de nuestro país en mercados exteriores: en España se produce con una muy alta calidad y con estándares europeos muy desarrollados, destacando la combinación de diseño, innovación y competitividad. Por otro lado, la fiabilidad de las empresas cosméticas españolas, basada en un alto rigor en el cumplimiento de los contratos comerciales, es un valor que tienen en cuenta los compradores internacionales.

¿Qué acciones lleva a cabo Stanpa para promover la presencia internacional de sus empresas asociadas?

Stanpa presta servicios y apoyo a todas aquellas empresas que orientan alguna parte de su actividad al comercio exterior. El Departamento Internacional de Stanpa, en colaboración con instituciones tanto públicas como privadas, apoya acciones de promoción comercial en el exterior. Igualmente, Stanpa edita el catálogo sectorial de empresas exportadoras, realiza actividades de promoción y apoyo a la internacionalización, organiza participaciones agrupadas de empresas en ferias y misiones comerciales con apoyo financiero de ICEX, informa y difunde el calendario anual de las ferias más importantes (convocatorias de ayudas y subvenciones, jornadas y seminarios organizados por el ICEX, Cámaras de Comercio y otras entidades), y organiza jornadas y seminarios relacionados con la exportación.

Además, desde la Asociación elaboramos notas sectoriales sobre países potencialmente atractivos, estudios de mercado de cosmética y perfumería en

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 

1. Exceso coche cuando quiera



4. Defensa del bajo consumo
- 

3. Paga una sola cuota y no te llevas sorpresas



5. Todos los servicios incluidos
- 

2. Libera el máximo de ventajas fiscales

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



países destino, y otros documentos e información relacionados como informes económicos y comerciales, listas de distribuidores e importadores, canales de distribución y centros comerciales, guías de los países o normativa específica.

Stanpa elabora anualmente con el ICEX el Plan Sectorial de Exportación para el sector que incluye: participación en ferias internacionales, exposiciones, misiones de estudio a otros mercados, publicidad, campañas de comunicación y cualquier tipo de actividad para la promoción de la exportación que pueda contemplar dicho plan. De esta forma se cubren mercados objetivo como Estados Unidos, Oriente Medio, Latinoamérica, norte de África, Rusia, países ASEAN y Asia Central, China, etc.

Stanpa es el referente de consultoría especializada del sector para sus miembros. Así actualmente el departamento internacional monitoriza más de 140 países a través de su servicio de consultoría internacional, obteniendo información contrastada sobre la regulación en diferentes países y áreas geográficas de interés, recabando información de los mercados y representando los intereses del sector ante las autoridades para la eliminación de barreras comerciales a la exportación. Asimismo, convoca y organiza distintos seminarios para apoyar a las empresas en su camino hacia la internacionalización, y dispone de un servicio de emisión de certificados y legalización de documentos para la exportación.

¿Cuáles son los principales retos que afronta el sector de perfumería y cosmética en el ámbito internacional?

Una de las grandes problemáticas del sector en España es la gran pérdida de ventas sufridas a causa de las falsificaciones (España se sitúa en el 4º pue-

to dentro del ranking de países de la Unión Europea). De hecho, según un informe de la OAMI¹, se estima que se pierde un 17% de las ventas anuales, es decir, 949 millones de euros al año debido a estas prácticas ilícitas.

Por otro lado, existen fuertes barreras arancelarias y no arancelarias en ciertos mercados que dificultan el acceso a los mismos. Otro factor se refiere a la necesidad de asegurar las operaciones comerciales (cobros, seguridad del producto, casos de corrupción, transporte, protección de la marca, copias y falsificaciones, etc.)

¿Qué sugeriría a aquellas pymes españolas que pretenden emprender un proceso de internacionalización?

La apertura a nuevos mercados para una empresa es un gran paso que hay que medir milímetro a milímetro y sin querer avanzar más rápido de nuestras posibilidades. Tras una inmersión en los productos o servicios de la empresa y conocer sus limitaciones y fortalezas, es fundamental estudiar el mercado donde se desea expandir el negocio. Más allá de las regulaciones, redes de distribución o barreras arancelarias, cada país posee su propia cultura, idioma o costumbres que debemos analizar previamente. Otros factores influyentes son los posibles competidores, los impuestos a los que están sujetos nuestros productos o servicios, o el nivel de saturación del propio mercado.

Por lo tanto, primero deberíamos ver nuestras debilidades y fortalezas, conocer las amenazas a la hora de entrar en nuevos mercados y buscar las oportunidades más eficaces que nos ofrecen. Prepararnos para la futura expansión del negocio antes de entrar en este es fundamental ::

¹ Estudio publicado por la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI), a través del Observatorio Europeo de los Derechos de la Propiedad Industrial e Intelectual: «El coste económico de las vulneraciones de los derechos de propiedad intelectual (DPI) en el sector de la cosmética y de la higiene personal».

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Exceso coste cuando gila
- 2. Paga una sola cuota y no se lleva sorpresas
- 3. Libera el máximo de ventajas fiscales
- 4. Daño de lujo cuando
- 5. Todos los servicios incluidos

¡Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

