



Los directores generales del sector de la belleza y el cuidado personal en Europa instan a las instituciones de la UE a un diálogo estratégico

Bruselas, 18 de marzo de 2025 – Los directores generales de la alianza Value of Beauty se reunieron hoy en Bruselas para continuar un diálogo constructivo con las instituciones de la Unión Europea (UE) sobre el impacto de las políticas y regulaciones europeas en la competitividad global y los objetivos de sostenibilidad de la industria. Los directores generales reafirmaron el compromiso a largo plazo del sector con un futuro sostenible e instaron un proceso de formulación de políticas colaborativas que reconozcan las características únicas, los desafíos y las contribuciones significativas de la industria a la economía de la UE.

La alianza también presentó un informe pionero elaborado por Oxford Economics, que destaca el impacto socioeconómico significativo de la cadena de valor de la belleza y el cuidado personal. Según el estudio, la cadena de valor de la belleza y el cuidado personal aporta 180 mil millones de euros al PIB de la UE, lo que equivale a 496 millones de euros generados cada día, y genera casi 3,2 millones de empleos. Además, las empresas fabricantes de productos de belleza y cuidado personal de la UE exportaron bienes por valor de 26 mil millones de euros a clientes fuera de la UE, posicionando a la UE-27 como el mayor exportador mundial del sector. La industria europea de la belleza y el cuidado personal sigue creciendo y liderando la competencia global, con 5 de las 7 mayores empresas de belleza con sede en la UE, pero este liderazgo no está garantizado.

Los directores generales instaron a las instituciones de la UE a entablar un diálogo constructivo para debatir el impacto de las políticas y legislaciones europeas, con el fin de garantizar que la cadena de valor de la belleza y el cuidado personal mantenga su posición de liderazgo a nivel global.

Por ejemplo, la alianza solicita a la UE la revisión urgente de la legislación recientemente adoptada sobre el tratamiento de aguas residuales urbanas para garantizar que todos los sectores que contribuyen a la presencia de microcontaminantes en el agua asuman su responsabilidad, en línea con el principio

de 'quien contamina paga'. Esto no solo impulsará el desarrollo de productos más sostenibles en todos los sectores industriales, sino que también asegurará que no se imponga una carga de costes desproporcionada a uno de los pocos sectores europeos líderes a nivel global. La alianza considera que el próximo proceso Omnibus representa una oportunidad ideal para corregir este desequilibrio y garantizar condiciones equitativas para todas las industrias que contribuyen a la contaminación del agua.

Mirando hacia el futuro, los directores generales también instaron a la UE a priorizar las siguientes áreas clave:

- **Revisión de la normativa REACH y el Reglamento de Productos Cosméticos:** Garantizar la seguridad del consumidor y la protección ambiental basadas en evaluaciones de riesgo sólidas y en el uso de ingredientes, manteniendo altos estándares científicos.
- **Acuerdos comerciales:** Priorizar el acceso a mercados, reducir barreras regulatorias y respaldar la exportación de productos europeos de alta calidad. Reforzar los controles aduaneros y aplicar rigurosamente los requisitos ambientales y de sostenibilidad para los productos importados, tanto por canales en línea como físicos, a fin de garantizar condiciones de competencia equitativas.
- **Transición hacia la bioeconomía:** Implementar políticas que fomenten la fabricación sostenible de ingredientes, abordar la 'prima verde' de las tecnologías sostenibles y garantizar un suministro fiable, y a largo plazo, de materias primas sostenibles.
- **Desarrollo de la fuerza laboral:** Colaborar con la industria para desarrollar programas de formación específicos e instrumentos de inversión destinados a mejorar las competencias de la fuerza laboral y atender las necesidades cambiantes del sector.

La alianza Value of Beauty reitera su compromiso de trabajar estrechamente con las instituciones de la UE para desarrollar políticas que impulsen la innovación, generen empleo y garantizando así la competitividad global de la industria europea de la belleza y del cuidado personal. Este enfoque colaborativo será esencial para asegurar que el sector sigue contribuyendo a la economía europea y a un futuro sostenible.

Principales hallazgos del estudio de Oxford Economics:

La Alianza *Value of Beauty* encargó a Oxford Economics la realización de un estudio para evaluar el impacto económico de la cadena de valor en toda la UE, analizando su contribución al PIB, el empleo, la inversión en I+D y el gasto de los hogares.

Impacto económico del sector de belleza y cuidado personal:

- El gasto de los consumidores en la UE superó los 180 mil millones de euros en 2023.
- El gasto diario en belleza y cuidado personal alcanza casi 500 millones de euros.
- El sector generó 71 mil millones de euros en ingresos fiscales en 2023.
- La contribución directa al PIB (78 mil millones de euros) supera a varios sectores manufactureros, incluidos el de bebidas, textiles y transporte aéreo.
- El sector emplea a casi 3,2 millones de personas en Europa — superior al número total de trabajadores en 13 Estados miembros de la UE, como Dinamarca y Finlandia.

Investigación e innovación en el sector:

- La inversión en I+D superó los 2 mil millones de euros en 2021, con un crecimiento del 30% entre 2013 y 2021.
- El sector tiene una mayor frecuencia de ofertas de empleo en I+D en comparación con la media de la UE (2,4 % vs 0,7 %).
- Una parte significativa de los puestos de I+D en el sector se centra en STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), especialmente en posiciones químicas y de laboratorio.
- La innovación es una competencia clave en el 31% de las ofertas de empleo en I+D.

Impacto social:

- A través de sus operaciones diarias, las empresas de belleza y cuidado personal están promoviendo el empleo inclusivo y colaborando con sus proveedores para implementar prácticas de contratación socialmente responsables. Esto incluye iniciativas de apoyo a mujeres en situación de vulnerabilidad, jóvenes que no están empleados ni en formación, y comunidades en zonas desfavorecidas de la UE.
- El apoyo de las empresas de belleza y cuidado personal a causas sociales también trasciende su propia cadena de valor. Algunos ejemplos incluyen el abastecimiento inclusivo, programas dedicados a combatir la estigmatización y la exclusión social causadas por enfermedades de la piel, así como la creación de líneas de productos específicas para apoyar a las mujeres durante la menopausia.

Esfuerzos de sostenibilidad ambiental:

- El sector está abordando los desafíos ambientales a través de diversas iniciativas de sostenibilidad. Algunos ejemplos clave del trabajo que se está llevando a cabo en toda la cadena de valor incluyen:
 1. Reformular productos para minimizar su impacto ambiental en todas las etapas de su ciclo de vida.

2. Introducir innovaciones en los envases para reducir el uso de plástico, aumentar su reciclabilidad, aumentar el uso de materiales reciclables y optimizar la cantidad de materiales usados.
3. Abandonar progresivamente el uso de combustibles fósiles y apostar por energías renovables mediante tecnología limpia y de bajas emisiones de carbono.
4. Reducir el impacto ambiental directo de las operaciones, por ejemplo, utilizando tecnología innovadora para identificar fuentes de pérdida de calor en las plantas de fabricación.
5. Mejorar la colaboración y la transparencia en la cadena de suministro para reducir proactivamente su huella ambiental indirecta.

El informe completo está disponible en: <http://www.ValueofBeauty.com>

Sobre la Alianza Value of Beauty

La alianza Value of Beauty, liderada por directores generales, reúne a la cadena de valor europea de la belleza y el cuidado personal a través de sus 16 miembros, desde agricultores y fabricantes de vidrio hasta casas de fragancias y multinacionales de cosmética, entre ellas: Albéa Group, Ancorotti Cosmetics, Beiersdorf, Capua 1880, Cosmetic Valley, dsm-firmenich, FIABILA, Givaudan, IFF, IFRA, KIKO Milano, L'Oréal Groupe, PATYKA, Puig, Verescence, y Ziaja. Lanzada en enero de 2024, la alianza se creó para garantizar que toda la cadena de valor de la belleza sea tenida en cuenta por los legisladores europeos y sea reconocida como un sector estratégico para la sociedad y la economía de la UE.

Contacto de prensa:

info@valueofbeauty.com

*** FIN***