

¿De qué hablamos cuando hablamos de **cosmética natural**?

No todo lo natural es sostenible, “verde” o ecológico.

Por *Carmen Esteban*, PROFESORA DEL MÁSTER EN COSMÉTICA Y DERMOFARMACIA CESIF, CONSULTORA TÉCNICA Y REGULATORIA EN COSMÉTICA Y EX-DIRECTORA TÉCNICA EN STANPA

LA, CADA VEZ MAYOR, CONCIENCIACIÓN DE LA POBLACIÓN respecto del necesario cuidado del medio ambiente y el impacto o huella de carbono de cada uno sobre el planeta ha llegado al consumismo y la manera que tienen ahora las personas de comprar. Una evidente tendencia por parte de los consumidores a elegir productos y servicios que casen con un estilo de vida saludable y que ofrezcan una mayor sostenibilidad provoca que surja la inclinación hacia productos alimenticios y de suplementos dietéticos naturales u orgánicos. Una demanda que se refleja en todos los sectores.

En el caso del mercado de productos cosméticos, observamos el alza de las ventas de la denominada “cosmética natural”, una señal que los fabricantes han atendido y a la que han respondido satisfaciendo esa preferencia del consumidor ofreciendo dentro de su portfolio líneas de

productos “naturales”. Sin embargo, en el mercado se juntan distintos términos que, aunque parecen cubrir un mismo sector, cuentan con sus diferencias. Hablamos de lo natural, lo orgánico y lo ecológico.

LA PRIMERA DIFICULTAD AL ANALIZAR este segmento dentro de la cosmética es la confusión por parte de la mayor parte de los usuarios entre los diferentes términos. Natural, orgánico, ecológico, sostenible... Son conceptos nuevos aplicados a la cosmética y que el consumidor maneja, pero que, sin embargo, muchas veces no tiene claros. El término natural, por ejemplo, ha tomado una gran fuerza, pero también ha confundido a más de uno.

En el sector agrícola y ganadero los términos son claros. “Natural” tiene un significado evidente y el término orgánico está bien definido porque existen regulaciones que los productores deben aplicar¹.

En Europa existe un solo sello que certifica el cumplimiento y un mismo estándar de aplicación del cumplimiento de los Reglamentos². Un producto orgánico es un producto natural cultivado o criado acorde con los Reglamentos que le aplican.

A este respecto, apuntemos una pequeña observación. El término “orgánico” viene del texto inglés de los Reglamentos mencionados (...*organic production and labelling of organic products*), pero en español se aceptan los dos términos, “ecológico” y “orgánico”. Por tanto, los dos términos son equivalentes.

Con respecto a la cosmética, el consumidor identifica natural con varios conceptos: sostenible, o “verde”, o ecológico. Pero también, y lo cual es peor, como seguro y beneficioso para su piel.

Mientras que los ingredientes botánicos a menudo connotan seguridad, no hay más seguridad con

1 Reglamento 834/2007 sobre producción y etiquetado de productos ecológicos con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y su control. Reglamento 889/2008 de la Comisión de 5 de septiembre de 2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento 834/2007 del Consejo.

2 La Euro-hoja que certifica productos elaborados ecológicamente.



ingredientes de fuentes naturales que con los sintéticos: solo son necesarios algunos gramos de los frutos verdes de la *Cicuta maculata* para matar a un ser humano. Evidentemente, parafraseando a Paracelso, “*dosis sola facit venenum*”, pero el ejemplo nos sirve para diferenciar natural de seguro.

Volviendo a la cosmética, desde el punto de vista de seguridad y eficacia no hay diferencias. Es decir, no es cierto que un producto natural sea más sano, más seguro o afín a la piel, o más sostenible que uno de síntesis.

La razón, la seguridad está garantizada por el cumplimiento riguroso de lo que establece el Reglamento 1223/2009³ al respecto. Según este Reglamento, todo producto cosmético (sea natural o sintético), antes de ser puesto en el mercado ha de ser sometido a una exhaustiva evaluación de seguridad que garantice que no tiene riesgo para la salud humana en un uso normal.

La eficacia de un cosmético está determinada por su fórmula y sus ingredientes, sean del tipo que sean.

DE CARA AL IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE O EN LA SOSTENIBILIDAD, un ingrediente natural no es más sostenible que uno de síntesis. Véase el caso, por ejemplo, del aceite de palma, ingrediente natural, pero con impacto en la sostenibilidad.

Por tanto, desde estos puntos de vista no hay pros ni contras entre los dos tipos de productos. El elegir entre ambos debe ser decisión del consumidor en función de sus preferencias.

No obstante, sí hay que destacar que, en la gran mayoría de los aceites esenciales, por no decir en todos, encontramos sustancias clasificadas como alérgenos. Aunque los fabricantes de ingredientes están evolucionando hacia fuentes de origen natural por la demanda, a fecha de hoy hay ingredientes cosméticos que, de momento, con

el conocimiento actual, no pueden sustituirse por otros naturales con las mismas propiedades.

EN RELACIÓN CON LOS TÉRMINOS, dejando aparte el concepto de sostenibilidad, en Europa no existe una definición legal de cosmético natural. Hay aproximaciones en algunos países asiáticos como Corea del Sur, que acaba de publicar un proyecto de modificación del Reglamento sobre normas para cosméticos orgánicos o naturales.

Pero en Europa los términos “natural” u “orgánico” pueden entenderse como alegaciones, y todas las alegaciones de productos cosméticos, están sujetas, por una parte, a las leyes horizontales que rigen la publicidad y las prácticas comerciales, y, por otra, al Reglamento N.º 1223/2009 y al Reglamento 655/2013⁴.

Los requisitos legales se complementan con códigos de

3 Reglamento 1223/2009 del Parlamento y el Consejo sobre productos cosméticos.

4 Reglamento (UE) N.º 655/2013, por el que se establecen los criterios comunes a los que deben responder las reivindicaciones relativas a los productos cosméticos. (“Criterios comunes”).

autorregulación, desarrollados por los correspondientes cuerpos de Autocontrol de la publicidad⁵.

Hay dos abordajes para informar al consumidor sobre las características de “naturalidad” de un producto cosmético:

CERTIFICACIONES DESARROLLADAS POR ORGANIZACIONES PRIVADAS.

Varias organizaciones privadas han desarrollado certificaciones para respaldar las alegaciones y asignan un sello que el fabricante puede poner en su etiquetado para que el consumidor sepa que hay una certificación de un tercero.

Las más conocidas en Europa son ECOCERT, BDIH, ICEA y la SOIL ASSOCIATION. Estas pueden aplicar un estándar común denominado COSMOS. NATRUE es otra de las certificadoras europeas que aplica su propio estándar.

Ofrecen dos sellos: cosmética ecológica (orgánica) o cosmética natural en función de los contenidos de ingredientes de origen orgánico.

Cada una de ellas utiliza su propio estándar. Si bien hay similitudes en los enfoques de los certificadores privados, existen diferencias técnicas críticas sobre cómo se definen los ingredientes, cómo se calcula el contenido, que ingredientes o procesos están prohibidos y, sobre todo, los umbrales que establecen.

Los estándares que se utilizan en cosmética están muy basados en el campo alimentario. El proceso de certificación según el esquema alimentario toma en consideración no solo el contenido de ingredientes

naturales del producto, sino también las materias primas, el material de acondicionamiento y todo el proceso de fabricación y distribución.

AUTOCERTIFICACIÓN UTILIZANDO UN ESTÁNDAR INTERNACIONAL.

El problema de cara al reconocimiento por el consumidor es la dificultad en la interpretación.

La Norma UNE-ISO 16128 “Directrices sobre definiciones técnicas y criterios para ingredientes y productos cosméticos naturales y orgánicos”, desarrollada por el Comité de cosméticos ISO TC217 es un estándar reconocido internacionalmente.

Este estándar es una herramienta de medida que calcula el contenido natural o de origen natural (orgánico y de origen orgánico si se desea) sumando las características de los ingredientes y basándose en criterios técnicos.

Como se ha expresado anteriormente, un ingrediente orgánico es un ingrediente natural cultivado siguiendo los criterios de la agricultura orgánica.

En este caso, los ingredientes se caracterizan previamente, al igual que su peso en la fórmula, para que después la Norma calcule los porcentajes en el producto final. La cifra resultante puede reflejarse en la etiqueta por el fabricante.

Sin embargo, ésta no tiene en cuenta otros aspectos del producto como puede ser el uso de materiales de acondicionamiento reciclados o reciclables, etc., lo cual no quiere decir que sea incompatible con sellos de otro tipo como la ecoetiqueta, pero no necesita certificación de terceras partes

y, por tanto, no tiene un costo añadido al producto.

La Norma no establece umbrales, simplemente nos da el cálculo de contenido. Si tenemos en cuenta que hay categorías de productos (como podrían ser algunos protectores solares de alto factor de protección) en las que ciertos ingredientes sintéticos no tienen alternativa de origen natural, con la Norma puede facilitarse al consumidor el dato de qué contenido en ingredientes de origen natural tiene el producto a parte de los que tienen origen sintético.

La forma de declaración de la aplicación de la Norma que podemos ver en el mercado es “XX% de contenido natural”, “XX% de contenido orgánico”. Adicionalmente a esta declaración, el fabricante puede añadir lo que crea conveniente informar a sus consumidores, siempre que lo tenga debidamente documentado. Expresiones como: “materiales reciclados” o “vegano”, entre otros, pueden coexistir con las declaraciones de naturalidad.

Como decíamos al principio, no es cierto que un producto natural sea más sano, más seguro o afín a la piel, o más sostenible que uno de síntesis. Desde el punto de vista de seguridad y eficacia no hay diferencias entre un cosmético fabricado con productos naturales o con productos de síntesis.

En CESIF llevamos más de 30 años formando profesionales especializados en el sector; por lo que si este es tu interés, infórmate sobre el Máster en Cosmética y Dermofarmacia o sobre el Máster Online en Dermocosmética en nuestra página web 

⁵ En Europa, EASA es el Organismo Europeo de Autorregulación Publicitaria. El equivalente en España es AUTOCONTROL, organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria.

Cosmetics | Medical devices | Food supplements

Imagine · Create · Test · Trust



Quality Control

- Challenge Test
- Microbiological Control
- Bioburden and Sterility
- Physical - Chemical Assays
- Stability - Compatibility Test
- Preservative Quantitative Analysis



Clinical Trials

- Safety Studies/Efficacy Studies
- Specialized Trials & Customs Design
- Medical Devices Phase I-IV
- Clinical Research Ethics Committee
- Drawing Up of the Clinical Research Plan
- Coordination and Monitoring of Clinical Trials



Why us?

Dr. **GOYA** análisis



anmar
CLINICAL SERVICES

www.laboratoriogoya.com

www.anmarcs.com