

La sostenibilidad en el ciclo del envase cosmético: de la elección del material a la elección del consumidor

La sostenibilidad debe dejar de ser un fin al que muchos sectores pretenden llegar a cualquier precio para convertirse en un medio de mejora continua



Por *Santiago Sepúlveda*, RESPONSABLE DE PRODUCCIÓN DE RAFESA

LA REDUCCIÓN DE NUESTRA HUELLA AMBIENTAL es, más que nunca, una necesidad urgente a la que aproximarse, no como un fin en sí mismo, sino como un medio con el que mejorar procesos, materiales, diseños y, por supuesto, usos.

En el ciclo del envase cosmético, son muchos los eslabones llamados a participar de forma activa en la consecución de un nuevo modelo de producción capaz de reducir su huella medioambiental: ¿qué decisiones intervienen en la consecución de un proceso más o menos sostenible? El primero de ellos corresponde a los materiales escogidos en su producción. Una decisión clave, pero que no debe obviar que el destino final de ese envase recae en las manos de un consumidor sin el cual es imposible cerrar el deseado círculo de su sostenibilidad.

'MINIMIZAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DEBE TRASCENDER A LOS MATERIALES E INTERPELAR TAMBIÉN AL CONSUMIDOR'

El envase es un instrumento clave en cualquier cadena de producción, vertebradora de una industria generadora de riqueza, valor y conocimiento que alimenta un sinfín de sectores de nuestra economía. El envase cosmético es uno de ellos y, como tal, sintetiza las inquietudes y desafíos por los que atraviesa el mercado. Su sostenibilidad es una variable *sine qua non* para preservar su futuro y el del planeta, pero debe ser atendida como un fenómeno transversal que atañe a todos los procesos de la cadena de producción y no

solo a la naturaleza de su composición.

MINIMIZAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL debe trascender a los materiales e interpelar también al consumidor para crear una

conciencia colectiva como sociedad. También a toda industria que espera al final de la cadena: la del reciclaje. Para muestra, compartimos algunos datos. Según National Geographic, de las más de 6.900 toneladas de desechos plásticos generados en 2015, casi un 9% de los mismos se recicló y el 12% se incineró. Por el contrario, casi el 80% se acumuló en vertederos o en el medio ambiente.

Por eso, es necesario poner en valor que, en esta búsqueda de la sostenibilidad de la cadena de producción del envase cosmético no hay culpables directos, sino

aliados necesarios. Es también el rol que debe asumir el plástico, imprescindible para contener cremas, champús, perfumes y demás productos de belleza. La sociedad necesita el plástico, tanto como el planeta necesita que el consumidor lo use y recicle convenientemente. Si una pieza de este engranaje falla, el desastre es una evidencia ‘natural’.

SE ESTIMA QUE MÁS DEL 40% DEL PLÁSTICO se usa una sola vez y se tira. De hecho, según la misma organización, los materiales de envasado suponen el mayor mercado para los plásticos. Sus desechos suponen casi la mitad de toda la basura plástica generada a nivel mundial y, como apuntábamos antes, la mayoría nunca se recicla ni se incinera. Sencillamente, se queda fuera de un sistema que podría ser capaz de convertir en recurso lo que se descarta como residuo.

Precisamente por ser el plástico el material más utilizado, la industria de la cosmética y la higiene está destinando gran parte de sus recursos a investigar, desarrollar e implementar nuevos materiales capaces de eliminar el plástico de un solo uso y presentar una composición fácilmente separable.

No solo se trata de eliminar, sino de reciclar y reutilizar. Hacerlo en consonancia con la nueva Ley de Residuos que, además de delimitar de forma progresiva el plástico de un solo uso, incrementa los objetivos de reciclaje de plástico que debe asumir la sociedad. En este contexto, más que un enemigo, la industria debe posicionarse como un actor clave para que puedan

alcanzarse los ambiciosos ratios que persiguen.

LA INDUSTRIA COSMÉTICA VIVE UNA AUTÉNTICA REVOLUCIÓN

focalizada, en primer lugar, en la búsqueda de nuevos materiales que está modificando sus modelos de producción. El denominador es común: introducción de nuevos materiales y complementos más sostenibles, respetuosos con la naturaleza y/o reciclables. En el abanico de materiales de referencia para el sector encontramos el GREEN PE, el vidrio reciclado, el PET reciclado, etc. Materiales cuya utilización supone una significativa reducción de emisiones de CO₂, consumo energético o de recursos naturales.

En segundo lugar, la sostenibilidad debe apuntar también a los componentes. Por ejemplo, desde RAFESA, hemos apostado por el diseño de tapones de madera con interior compostable. También es importante destacar el papel de otros elementos como los dosificadores que, durante mucho tiempo, han entorpecido el reciclaje del envase al contener muelles metálicos. Eliminar estos otros elementos secundarios es tan determinante como la elección del principal material.

En tercer lugar, la industria debe prestar atención a los diseños que presenta cada envase. La decoración es un elemento diferenciador para el consumidor y determinante para un proceso de reciclado 100% óptimo y efectivo. Solo su impresión encierra un conjunto de *praxis* habituales que pueden suponer un salto cualitativo para la sostenibilidad del sector. La reducción de tintas (mejor dos



‘LA SOCIEDAD NECESITA EL PLÁSTICO, TANTO COMO EL PLANETA NECESITA QUE EL CONSUMIDOR LO USE Y RECICLE CONVENIENTEMENTE’

que tres), la utilización de papeles certificados FSC (procedentes de bosques bien gestionados o 100% reciclados) o la aplicación de tintas base agua son algunas de las tendencias cuyo uso se va normalizando.

En el análisis de toda la cadena implicada en una verdadera transición del sector hacia la sostenibilidad no debemos olvidar el packaging secundario. Hablamos de todos aquellos materiales que envuelven el envase principal (la caja exterior). ¿Podemos utilizar material reciclado? ¿Es posible simplificar el diseño y la información que contiene el envase cuyo exceso no solo encarece el producto, sino que lo convierte en menos sostenible? La respuesta no solo es sí, sino que ya existen herramientas —como el código QR— que reducen a la mínima expresión la cantidad de información presente de forma expresa en el envase.

Saltamos de los materiales a la distribución en sí misma. La logística no es ajena al proceso y determina si la cadena es o no es tan sostenible como lo puede pretender ser el material que hemos decidido emplear en un envase en una fase anterior. Como apuntábamos antes, escoger vidrio no es sinónimo de buena elección, como tampoco es una mala decisión escoger plástico. Hay que analizar cada caso para dar con la solución más adecuada. ¿Qué contiene ese envase? ¿Qué distancia debe recorrer hasta el punto de venta? ¿Cómo se utilizará? ¿Qué condiciones externas debe soportar?



‘ESCOGER VIDRIO NO ES SINÓNIMO DE BUENA ELECCIÓN, COMO TAMPOCO ES UNA MALA DECISIÓN ESCOGER PLÁSTICO’

De nada sirve apostar por un envase de vidrio, si la distribución requiere el uso de vehículos altamente contaminantes. En ese caso, mejor optar por un material más ligero.

Si bien la elección del material centra el gran debate —¿qué es mejor vidrio o plástico? ¿qué plástico tiene menor consumo

energético?— el ciclo de la producción del envase no puede completarse ni llegar a buen puerto sin la necesaria intervención del consumidor. Podemos trabajar para conseguir

un proceso 100% sostenible, pero si en la fase final el consumidor coge ese envase y no lo recicla, no servirá de nada el esfuerzo. Mantener la voluntad y aplicar el sentido común en toda la cadena serán los mejores garantes de que el proceso de sostenibilidad que está transformando el sector será eficiente y duradero 