



18



PACKAGING

¿Cumple mi envase cosmético con los requisitos 2030 en materia de sostenibilidad?

En el *Plan de Acción para la Economía Circular* publicado por la Comisión Europea en 2015 se estableció como objetivo para 2030 reciclar el 70% de los envases. Hoy, una *Estrategia Europea* y un *Proyecto de Real Decreto* español después, descubrimos qué es necesario para alcanzar el respeto al medioambiente propuesto en cuestión de *packaging*.

Por *Carmen Toledo* y *Laura Esteban*, TÉCNICA DE PROYECTOS DE ENVASES Y SEGURIDAD ALIMENTARIA, Y TÉCNICA DE PROYECTOS DE EMBALAJE Y DISTRIBUCIÓN DE MERCANCIAS, RESPECTIVAMENTE, DE ITENE

Se entiende que un producto o envase es sostenible cuando se ha producido o fabricado teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente de manera que se minimicen los consumos energéticos y materias primas empleadas para su producción. En este sentido, Europa se encuentra en transición hacia la llamada economía circular, cuyo objetivo consiste en mantener durante el mayor tiempo posible el valor de los productos, materiales y recursos (agua, energía, etc.), reduciendo al mínimo la generación de residuos y “cerrando el círculo” al utilizarlos como recursos.

Los envases tienen un papel fundamental en la consecución de este objetivo. De hecho, en el *Plan de Acción para la Economía Circular* publicado por la Comisión Europea



en 2015, se estableció como objetivo para 2030 reciclar el 70% de los envases. Objetivo que también se refleja en la posterior *Directiva de envases y residuos de envases* (Directiva 2018/852). Además, en 2018 se publicó la *Estrategia Europea de Plásticos* que establece que en 2030 el 100% de los envases plásticos

puestos en el mercado de la Unión Europea deberán ser reutilizables o reciclables, considerando tanto reciclado mecánico como orgánico, por lo que se incluyen los envases compostables. Lo mismo ocurre a nivel nacional y, así, el borrador de *Proyecto de Real Decreto de Envases y residuos de envases* también fija como

objetivo conseguir que todos los envases puestos en el mercado sean 100% reciclables en 2030 y, siempre que sea posible, reutilizables, sin hacer distinción sobre el material de envase.

Las acciones del *Plan de Acción para la Economía Circular*, publicado en 2020, van encaminadas hacia el ecodiseño de los envases para potenciar la reducción, reutilización y reciclabilidad, así como la incorporación de material reciclado en productos plásticos en general.

Por tanto, los fabricantes y empresas usuarias de envases, entre ellas la del sector cosmético, tienen que asegurar que el *packaging* que ponen en el mercado es reutilizable, reciclable o compostable. Pero, **¿qué significa cada uno de estos términos? ¿Qué implica cada uno de ellos y cómo afecta a los principales agentes?**

El término **reutilizable** viene definido en la norma ISO 14021 sobre autodeclaraciones ambientales como “característica de un producto o embalaje que ha sido concebido y diseñado para cumplir, dentro de un ciclo de vida, un número de vueltas, rotaciones o usos con el mismo propósito que fue concebido”. Esta misma norma define el término recargable/rellenable como “característica de un producto o embalaje que puede ser llenado con producto igual o similar más de una vez en su forma original y sin procesamiento adicional, excepto para requisitos específicos como limpieza o lavado”.

Se considera **reciclaje** a la transformación de los residuos, dentro de un proceso de producción, en materias primas que posteriormente se utilizarán para

su fin inicial o para otros fines. Es importante tener en cuenta que, para que un envase pueda considerarse reciclable, no solo tiene que haber una tecnología disponible para llevar a cabo el proceso, sino que debe estar implantada de manera generalizada en un lugar y tiempo determinados.

Los envases **compostables** se valorizan mediante un proceso de reciclado orgánico en el que el envase se degrada por la acción de microorganismos produciendo CO₂, agua, compuestos inorgánicos y biomasa en un periodo de tiempo controlado y bajo unas condiciones determinadas.

Una vez conocidas estas definiciones, **¿cómo puedo saber si mis envases cosméticos son sostenibles y cumplen los requisitos de sostenibilidad marcados por Europa?**

El primer paso para responder a esta pregunta consistiría en **realizar un diagnóstico** de los **envases que la empresa comercializa**. Una forma sería recopilando información sobre los mismos y agrupándolos en familias de envase con características similares como, por ejemplo, en función de sus componentes, materiales y color. Este primer análisis ayudaría a tener una visión de la situación actual y sería la base para tomar futuras decisiones. Recopilada esta información, el siguiente paso consistiría en averiguar si el envase en cuestión cumple con la condición de reciclable o reutilizable y, en caso de no ser así, ver si se podría conseguir realizando pequeñas acciones sobre éste.

En el sector de los **productos cosméticos**, los envases

seleccionados dependen en gran medida del producto que contienen, pero también del público objetivo al que están destinados y su rango de precio. Cuanto más complejo es un envase más difícil es el tratamiento que se le dará en su fin de vida. La reciclabilidad depende tanto del diseño del envase como del sistema de gestión existente y, por tanto, debe tenerse en cuenta en la fase de diseño y, posteriormente, en la introducción de mejoras.

La primera de estas mejoras sería la reducción del número de componentes distintos y la complejidad de los materiales. Uno de los retos en este ámbito son las bombas dosificadoras de producto que combinan elementos plásticos y metálicos en su mecanismo de funcionamiento, afectando al proceso de reciclaje. Actualmente ya existen en el mercado dosificadores fabricados a partir de un único material que permite alinearse con los más utilizados comúnmente para fabricar botes y botellas, permitiendo un reciclado más eficiente de los envases.

Una segunda fase consistiría en el **uso de materiales que sean compatibles entre sí para su reciclado**, o bien diseñar aquellos que no sean compatibles para que sean **fácilmente separables por el consumidor**. Por ejemplo, si el envase lleva un *sleeve* que lo cubre por completo, dificultando la detección y separación del material del cuerpo principal para su reciclado, se puede introducir un microperforado para que se separe cómodamente antes de depositarlos en el contenedor de separación selectiva. En este caso, es importante comunicar al consumidor de forma clara qué

debe hacer cuando desee desechar el envase.

En esta línea existen ejemplos de envases en los que el cuerpo principal del envase está compuesto por una carcasa de papel moldeado en la parte exterior, que aporta rigidez al envase, y un *film* de plástico interno donde se encuentra el producto. Ambas partes son fácilmente separables por el consumidor final.

Otra línea de acción consiste en trabajar sobre el **origen del material utilizado**, tratando de sustituir materiales de origen fósil por materiales de origen renovable, así como la introducción de material reciclado en los envases para limitar el uso de material virgen.

Este último movimiento está estrechamente relacionado con la economía circular ya que, en esencia, se logra cerrar el círculo y reconvertir residuos en nuevas materias primas, evitando la necesidad de extraer materia prima virgen. Algunas empresas se plantean generar puntos de recogida en sus establecimientos para realizar su propia gestión de residuos o, incluso, antes de convertirse en desecho, la recogida de sus propios envases para higienizarlos y volver a ponerlos en circulación con producto en su interior.

Además, ya son varias las marcas de renombre que se han subido al tren de la **reutilización y priorizado dentro de sus acciones la línea de la sostenibilidad**. Poco a poco están introduciendo diferentes tipos de servicios, como envases rellenables

completos o con un sistema de cápsulas. De este modo, han transformado el concepto de sus envases, haciendo que sean parcial- o completamente reutilizables.

Dentro de este grupo tan grande e innovador, se encuentran



diferentes soluciones que se han aplicado con el fin de alcanzar un mismo objetivo. Una de ellas, la más habitual actualmente, es el desarrollo de envases estructurales reutilizables con un accesorio recargable.

Por ejemplo, una de las grandes marcas del mundo textil ha abierto nuevas líneas de productos cosméticos, dentro de las cuales ha diseñado una funda de pintalabios donde se inserta el tubo recargable que contiene el producto. Se desarrolló con la intención de convertirse en un producto duradero gracias a un sistema recargable que ayuda a que la reutilización de estos

productos sea más fácil e intuitiva. Sobre todo, lo que se busca es que el *packaging* aúne los principios del lujo con el arte de la innovación y la sostenibilidad.

Otro de los claros ejemplos que son tendencia y cumple las pautas marcadas por la Unión Europea, son los tarros de cremas faciales recargables. El elemento innovador y diferenciador de este nuevo diseño son las cápsulas de un solo uso, como las de café, que contienen el producto. Estas son introducidas en un tarro estéticamente más cuidado y duradero, el cual es reutilizable. El producto está pensado para que el consumidor compre una única vez el tarro y luego recargue con las cápsulas. La ventaja de este producto es la facilidad de reciclado de estos elementos gracias a la sencilla separación de los componentes.

Gracias a los nuevos retos planteados por Europa y los esfuerzos que está realizando la cadena de valor de los envases, se ha marcado como objetivo que la introducción de reciclado sea una realidad en los próximos años y, para ello, poder abastecer a los fabricantes de material reciclado de calidad que pueda convertirse en nuevos envases.

Estas son solo algunos ejemplos de acciones que se pueden realizar para que su envase de cosmética cumpla con los objetivos de la Unión Europea. Mediante estas acciones este tipo de envases serán cada vez más accesibles a través de productos de uso diario, lo que hará que su marca esté en la mente de muchos consumidores y siempre alineada con la sostenibilidad 