



Farmaforum - Cosméticaforum, diez años para el recuerdo

Más de 7.200 profesionales pasaron este año por la décima edición de Farmaforum, Foro de la Industria Farmacéutica, Biofarmacéutica, Cosmética y de Tecnología de laboratorio. Esta cifra, que supera la ediciones anteriores, no hace sino demostrar, una vez más, la buena salud de la que goza un sector crucial para la sociedad.

Junto a los más de 270 *stands* de la feria, en los que se pudieron ver las propuestas e innovaciones de las empresas de la industria, conferencias, talleres y foros con dos centenares de ponentes, pusieron la guinda a un evento de gran éxito.

“Ha sido emocionante ser anfitriones y testigos de la reunión de amigos y compañeros profesionales del sector. Este décimo aniversario ha superado nuestras expectativas y demostrado que Farmaforum es un evento que sigue siendo imprescindible en la agenda de la industria. Estamos muy felices, pero como siempre, tenemos la mente puesta en el año que viene. Los días 17 y 18 de septiembre de 2025 regresaremos al Pabellón 9

de IFEMA y lo haremos cargados de novedades” comentó Eugenio Pérez de Lema, director de la feria.

A lo largo de las dos jornadas en que transcurrió el evento y los siete congresos paralelos, se abordó el presente y futuro de la industria farmacéutica, la investigación y la biotecnología aplicada a la salud y la industria cosmética. Asimismo, en las salas de talleres prácticos, representantes de algunas de las principales empresas de los sectores implicados presentaron y compartieron sus novedades.

COSMÉTICA FORUM 2024

En lo referente al sector cosmético, los ciclos de conferencias de Cosméticaforum repitieron una gran experiencia con su directora, Carmen Esteban. Antigua directora técnica de Stanpa y consultora de referencia de la industria, organizó una completa jornada *beauty* para la que reunió a las asociaciones más importantes del mundo de la belleza para hablar en profundidad de regulación, sostenibilidad, Inteligencia Artificial,

sostenibilidad, seguridad, tendencias y el mercado, entre otros temas.

En esta ocasión, al igual que en la edición anterior, el evento no distinguió entre asociaciones, sino entre temáticas para estructurar su programa, y así, distintos socios y representantes de AEFAA, AEIC, AEMPS, SEQC y Stanpa aportaron su voz a los asuntos de mayor actualidad e interés del sector que se trataron.

Junto a un público interesado y concentrado en las charlas, que llenaba cada rincón de la sala, los ponentes participaron activamente de los debates que surgieron con cada uno de sus puntos de vista.

Finalmente, con la sala aún a rebosar de gente, Carmen Esteban, directora del congreso, clausuró la cita entre aplausos y felicitaciones de los compañeros del sector. Y, como colofón a la primera jornada del evento, se entregaron los premios Farmaforum, que, en el ámbito cosmético, reconocieron la labor de Vytrus Biotech y, de forma extraordinaria, la del Programa “Ponte guapa, te sentirás mejor” de la Fundación Stanpa



Germán Castillo

director ejecutivo de la Asociación Española de Fragancias y Aromas (AEFAA), y CEO de Kemchain

La inteligencia artificial está transformando muchos sectores. ¿Cómo crees que ésta puede mejorar la industria cosmética?

Ahora mismo hay bastante poca implementación a nivel industrial. Ahora mismo lo que más se ha desarrollado es a nivel de consumidor y de soluciones generativas de vídeos, música, redactados... A nivel industrial está siendo muy lenta la penetración y, sobre todo, en España.

Es por eso que estamos intentando explicar y enseñar que la IA ha venido para quedarse. Igual que todos tenemos un teléfono móvil, todos vamos a tener sistemas de inteligencia artificial que nos van a acompañar en el mundo de copiloto 24 horas y que, a nivel industrial, hay que comenzar a ponerse las pilas, porque los primeros que empiecen, serán los primeros que ganen el mercado.

¿Cuáles son los mayores retos que enfrenta la industria cosmética a la hora de implementar la IA en la adecuación de los cambios en el etiquetado?

Lo primero de todo es la confianza. Hay muy poca confianza en el sistema de protección de datos, pero es verdad que cada vez hay soluciones más proteccionistas y más encriptadas.

Y el siguiente punto de inflexión es la generación de datos estructurados y ordenados. Las empresas tienen muchos datos, pero ahora mismo no están digitalizados, y hasta que no se digitalicen y estructuren no podrás trabajar con ellos para generar información que puedas utilizar con inteligencia artificial para mercados, productos, diseño de producto, mejora de cadena de suministro... Por tanto, yo ahora me focalizaría en crear, crear y digitalizar datos.

¿Qué beneficios a largo plazo podría aportar la IA al cumplimiento normativo y la transparencia en el

etiquetado de productos cosméticos?

El cambio va a ser brutal. Cuando tengamos todo más digitalizado, cuando haya más datos, cuando sean transparentes y estén metidos dentro de una máquina inteligente artificial, podrás tener chats en cualquier parte del mundo.

Dentro de no mucho tiempo, podrás decirle a tu computadora: “quiero comprar un cosmético, pero, en concreto, un pintalabios rojo, y, además, que tenga en cuenta que soy alérgico al gluten, que no tenga sustancias CMR, etc”... Y el sistema automáticamente te detectará a nivel de mercado o de marca, los productos que puedes comprar, y te dará el producto, la dirección... E, incluso, te lo comprará, porque no falta tanto para eso.

¿Crees que la inteligencia artificial podría llegar a predecir tendencias o preferencias de los consumidores, y cómo podría esto impactar en el desarrollo de nuevos productos?

Ya está pasando. Hay compañías muy grandes que ya están trabajando en sistemas de robotización, de *scrap*, para buscar en redes sociales de todo tipo y ver las tendencias que surgen en cualquier momento y adelantarse un poco al mercado para sacar productos necesarios de los que no somos conscientes que hay necesidad.

Por otro lado, todo el tema de personalización, conforme más podamos avanzar, y podamos automatizar procesos, más iremos a la personalización de productos. Porque cada consumidor es diferente y nos gusta sentirnos únicos.

Entonces, cuando lleguemos a esa personalización de “quiero un producto sin gluten, que sea rojo y que, además, huela a mi” automáticamente, es que a ese cliente lo tienes de por vida 🌸

María Matabuena de Yzaguirre

directora de Operaciones en Invitrotecnia
y miembro de la Asociación Española
de Ingredientes Cosméticos (AEIC)



En la evaluación de seguridad, ¿qué ventajas ofrecen los ensayos *in vitro* frente a los métodos tradicionales *in vivo* para la industria cosmética?

Los ensayos *in vitro* son, básicamente, unos ensayos complementarios, porque hay estudios que no se pueden realizar en personas, como, por ejemplo, los de irritación ocular.

Además, los ensayos *in vitro* ofrecen un salto a nivel de desarrollo técnico que, superan algunas limitaciones y, garantizan el poder ensayar con seguridad en los voluntarios de *in vivo*. Es decir, lo que hacen es darte la garantía y la seguridad de responder de forma objetiva acerca de si algo es seguro o no. Después, el ensayo *in vivo* a nivel poblacional es el que te muestra las diferencias de sesgo que hay entre individuos.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta un evaluador de seguridad al trabajar con resultados de ensayos *in vitro*?

En primer lugar, las materias primas o los ingredientes que se utilizan en la formulación de los productos terminados, muchas veces vienen con las fichas de seguridad incompletas, por lo que los evaluadores no tienen, de primeras, los datos para luego evaluar de una forma completa o con mucha certeza la seguridad del producto completo que ya va a salir al mercado. Esa es la principal desventaja.

Y en segundo lugar, un evaluador tiene que entender bien el resultado de la metodología *in vitro*. Nosotros

estamos viendo ahora que es interesante que la gente que se dedica a la evaluación se pueda formar y que pueda conocer cada vez más los métodos *in vitro*.

¿Qué avances recientes en la tecnología de ensayos *in vitro* están facilitando la evaluación de ingredientes cosméticos de manera más eficiente y precisa?

En general, se está invirtiendo muchísimo en el desarrollo de metodología *in vitro*, pero quizá lo más vanguardista sea el desarrollo de los tejidos humanos reconstruidos.

Al final tenemos un montón de epitelios, desde el ocular hasta el de la boca o de la vagina, pasando por el de la vejiga, el esófago, la piel, las mucosas..., los cuales nos permiten trabajar en ensayos que no son de patologías y no justifican una biopsia humana, como si estuviésemos trabajando con biopsias humanas, pero en vez de cogerlas de la piel de un voluntario o del cuerpo de una persona, están fabricadas en un laboratorio.

¿Qué cambios normativos recientes han impactado la forma en que se realiza la evaluación de seguridad en cosméticos utilizando ensayos *in vitro*?

La legislación en este aspecto no nos afecta mucho. Al final cuando salió la prohibición, ya hace muchísimos años (en 2004 y 2009), de que no se podían utilizar animales para ensayar los productos cosméticos, esto fue lo que más nos limitó.

Sin embargo, tenemos que tener en cuenta también que la legislación define qué es un ensayo *in vitro* y qué no cuando utilizamos partes de organismos vivos. Por ejemplo, el ensayo HET-CAM que se utilizaba mucho a nivel ocular tiene un embrión de pollo dentro, pero si el embrión no está dentro del primer tercio de su desarrollo no se considera ensayo *in vitro*.

Realmente, salvo estas dos salvedades, mientras cumplas con lo que es el diseño de un ensayo científico y tengas un resultado que esté avalado científicamente, no nos afecta mucho más

Ghita Sehaqui Bennani

directora técnica de Laboceutics y miembro de la Sociedad Española de Químicos Cosméticos (SEQC)



¿Cuáles son las principales implicaciones del nuevo Reglamento 2024/996 para la industria cosmética, específicamente en el uso de la vitamina A?

Este reglamento va a tener un gran impacto en la industria, porque al final va a hacer que tengamos que reformular los cosméticos que no cumplan con la restricción.

Todavía tenemos un plazo bastante largo para poder adaptarnos a esta nueva restricción, pero eso va a implicar reformular. Los productos cosméticos faciales puestos en el mercado que tengan una concentración de vitamina A de más del 0,3% vamos a tener que adaptarlos a esa concentración y bajarla.

Esta medida puede ser que no le guste mucho al consumidor, porque al final si hemos estado defendiendo nuestro producto cosmético en base a la concentración de retinoides que tiene, decirle ahora con menos concentración va a tener la misma eficacia, es posible que no sea muy creíble. Pero sí que es cierto que tenemos otras alternativas, como son los retinoides de nueva generación, que han demostrado una gran eficacia a dosis mucho más bajas, y que han sido mucho mejor tolerados. Estos pueden ser una buena alternativa, pero al final esto va a implicar reformular los productos igualmente.

¿Cómo puede la industria cosmética adaptarse a las nuevas restricciones impuestas por el reglamento sin comprometer la eficacia de los productos que contienen vitamina A?

La repercusión principal para las empresas va a ser económica. Si una marca ha lanzado un producto con retinoides, ha demostrado su eficacia a una concentración determinada y ahora tiene que reformularlo, esto implica

'EL NUEVO REGLAMENTO SOBRE EL USO DE LA VITAMINA A VA A TENER UN GRAN IMPACTO EN LA INDUSTRIA, PORQUE AL FINAL VA A HACER QUE TENGAMOS QUE REFORMULAR LOS COSMÉTICOS QUE NO CUMPLAN CON LA RESTRICCIÓN'

también repetir todos los estudios de eficacia, que son bastante costosos, para poder seguir haciendo las afirmaciones existentes.

¿Qué papel jugará la innovación en la formulación de productos cosméticos para sortear las limitaciones del Reglamento 2024/996 en el uso de la vitamina A?

La verdad es que la industria está haciendo un trabajo estupendo. Ya se han desarrollado nuevas moléculas de retinoides con estudios de eficacia bastante interesantes, que van a sacarnos del paso de estas limitaciones.

Una de ellas es el retinaldehído, que es una molécula bastante potente, muy estable, que se está utilizando ahora mucho como sustituto de retinol, que, se utiliza a mucha menos concentración y que, además, no está regulada.

Luego también hay nuevas generaciones de retinoides, como es el *sodium retinol hyaluronate*, que es una combinación de ácido hialurónico y ácido retinoico, que es una alternativa bastante interesante



Belén Chiara Vallejo

asesora técnica de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa)

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la industria cosmética para implementar de manera efectiva los principios de la economía circular?

Actualmente, en el sector cosmético hay ya una serie de medidas que tienen cierto impacto, sobre todo en cuanto a lo que es más técnico, como, por ejemplo, el etiquetado de los productos. Ahora mismo, se establecen una serie de prohibiciones sobre ciertos tipos de *claims*, que se suman a la tendencia de las reivindicaciones medioambientales y que, para estar justificadas, van a tener que cumplir previamente con una serie de requisitos. En este sentido, uno de los mayores retos que enfrenta la industria es el de la formación. Hay que ponerse al día acerca de todas las novedades regulatorias y aprender a aplicarlas de manera correcta.

¿Qué cambios se han implementado en políticas de *green washing*?

'UNO DE LOS MAYORES RETOS QUE ENFRENTA LA INDUSTRIA ES EL DE LA FORMACIÓN. HAY QUE PONERSE AL DÍA ACERCA DE TODAS LAS NOVEDADES REGULATORIAS Y APRENDER A APLICARLAS DE MANERA CORRECTA'

Principalmente, la propuesta que publicó la Comisión en el Plan de Acción de Economía Circular en la directiva sobre *Green Claims*. El principal objetivo es luchar contra esta práctica, por lo que se establece la necesidad de presentar una notificación y comunicación

sobre este tipo de alegaciones y afirmaciones, que hoy son más explícitas, para comprobar su autenticidad.

¿Qué estrategias clave recomendarías a las empresas del sector para alinearse mejor con los objetivos del Plan de Acción de la Economía Circular en los próximos años?

Ahora mismo lo que tenemos principalmente son propuestas, y dado que todavía hay un cierto margen y plazo para que todas sean efectivas, yo lo que recomendaría es muchísima formación. Hay que formarse, y en base a ello hacer un análisis interno de cómo se pueden ver afectados los productos (si es que se ven afectados) para buscar soluciones 🌸

Ideas Inspiración Respuestas

Ideado por la SEQC, Cosmetorium es un evento sobre creación, formulación, desarrollo, suministro, fabricación y subcontratación de productos cosméticos. En Cosmetorium los asistentes podrán descubrir la s últimas novedades en:

- Ingredientes
- Formulación
- Proveedores
- Fabricación
- Empresas de subcontratación
- Envases y embalajes

Durante dos días, en Cosmetorium encontrarán lo más novedoso, lo ya probado, lo cotidiano y lo desconocido; en definitiva todo lo necesario para crear, fabricar y distribuir cosméticos para hoy y para mañana. Asistencia gratuita.

Para más información:

www.cosmetorium.es

cosmetorium@step-exhibitions.com

23 - 24 octubre
2024

PALAU DE CONGRESSOS
DE BARCELONA
FIRA 1 MONTJUÏC

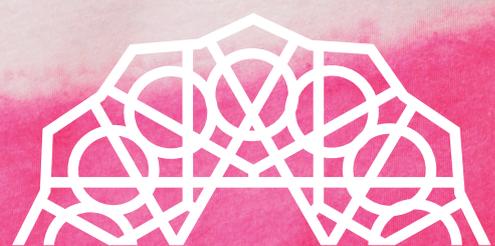
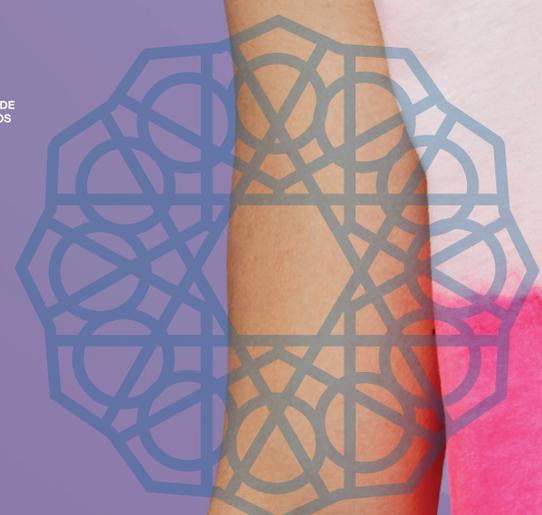
Organizado por:



SEQC
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE
QUÍMICOS COSMÉTICOS



www.cosmetorium.es



COSMETORIUM
de la idea al producto

EXPOSICIÓN • SEMINARIOS • TECHFOCUS • WORKSHOPS • INNOVATORIUM