

**GERARD AYMI**, CEO de *Special Chemicals*



“NUESTROS  
CLIENTES  
SON CADA VEZ  
MÁS EXIGENTES,  
QUIEREN  
LA MÁXIMA  
INFORMACIÓN  
A NIVEL  
TÉCNICO  
Y LEGISLATIVO  
DE LO QUE  
COMPRAN”

El sector cosmético está en un constante cambio. Las nuevas tecnologías impulsan también nuevas normativas que cumplir y nuevos hábitos y costumbres en el consumidor. A esto se suma el hecho de que al otro lado las empresas tienen compradores cada vez más informados y exigentes a quienes ya no les vale solo con lo que tienen delante: piden ser parte activa del proceso. Por eso la cosmética natural se desmarca como tendencia claramente al alza en el sector. Eso lo saben en Special Chemicals, empresa afincada en Barcelona y con más de 20 años de experiencia en el sector de la cosmética. Por ello hemos hablado con Gerard Aymi, CEO de la compañía.

**Special Chemicals ha estado en la feria In Cosmetics, donde ha presentado sus últimas novedades en relación con los ingredientes cosméticos. ¿En qué han consistido?**

Somos distribuidores de materias primas para cosmética y perfumería. Tenemos

muchos proveedores, con quienes tenemos la exclusiva para vender sus productos, y casi todos presentaron novedades. Lowenstein, productos de coloración nuevos para el cabello; Huwell, nuevas decoloraciones que decoloran hasta 9 tonos y casi no castigan al cabello; Biogrundl, con quien tenemos una join

venture para vender en todo el mundo, presentamos extractos con certificado ECO, Extractos sin conservantes, nuevos complejos para tratamiento capilar, facial y corporal. Productos naturales y BIO. Algún conservante nuevo de nuestra representada Akema en la línea de formulaciones para cosmética natural.

### ¿Cuáles son las principales tendencias actualmente en este ámbito?

La cosmética natural cada vez tiene más presencia. Hace unos años era más *claim* de marketing, pero ahora hay productos y formulaciones con eficacia aprobada. La gente quiere estar guapa, parecer más joven, y ahora la tendencia es que si se consigue con un producto natural y sostenible, mucho mejor. Sin embargo, en algunos casos hay que poner producto sintético si buscas la eficacia adecuada. En este sentido, nosotros tenemos una representante francesa que hace perfumería y aceites esenciales, se llaman Payan and Bertrand.

La gente nos pide perfume 100% natural y también los aceites esenciales. Cada vez se incorporan a las formulaciones más aceites vegetales... También tenemos. La tendencia es ir a lo natural pero sin perder de vista el producto sintético que, en algunos casos como en coloración o decoloración del cabello, es imprescindible. Así y todo, se trabaja en castigar cada vez menos el cabello incorporando activos naturales.

### La I+D es un factor clave para el desarrollo de nuevos y mejorados ingredientes...

Naturalmente, es imprescindible. Todas nuestras representantes tienen grandes equipos técnicos porque nuestros clientes son cada vez más exigentes, quieren la máxima información a nivel técnico y legislativo de lo que compran. Tenemos claro que tanto la innovación como la internacionalización son claves en nuestro sector.

En el Beauty Cluster Barcelona, donde somos empresa asociada, también lo tenemos claro y hace poco presentamos un informe de tendencias y comportamiento de marcas catalanas y también de



las TOP mundial. En los últimos 7 años, a nivel mundial, el crecimiento del sector cosmético es de un 1-2% anual. En cambio, en Cataluña es del 7%... y hablo de toda la cadena de valor. También están al alza las empresas 4.0 que han protagonizado subidas espectaculares en pocos años y muchas de ellas son adquiridas por las multinacionales, las TOP. Además tienen muy buena innovación. De hecho, las empresas TOP han crecido durante estos 7 años, no por sus marcas, sino porque han adquirido de nuevas. En producto final start-ups 4.0 está creciendo mucho.

### ¿Cómo influyen las nuevas tecnologías de la industria 4.0 en una empresa como Special Chemicals?

Nosotros vendemos materias primas y nos dirigimos al profesional, a los departamentos técnicos I+D de las empresas; no vamos al público directamente. De momento no es tan importante como en las empresas de producto final pero estamos atentos porque cada vez influye más.

### ¿La sostenibilidad en relación con el sector del cuidado personal ha

### pasado de ser un valor añadido a una exigencia por parte del cliente?

Pues sí, un poco relacionado con el producto natural. En toda la cadena de valor, sobre todo packaging. La gente está preocupada por lo que está pasando en el mundo y cada vez lo tienen más claro. Los gobiernos no se ponen las pilas y el pueblo los empuja. En todos los casos es igual... Las élites están acomodadas.

### ¿Y qué valores añadidos o extras son los que se pueden ofrecer desde los ingredientes cosméticos?

Estamos ya ofreciendo un producto sostenible, que no deje restos en el agua al ducharse, etc. Pero de momento la gente está más atenta a los envases, donde ya ha habido cambios importantes, y a cómo se fabrica.

### ¿Valoran los clientes estos extras?

Todo lo que sea innovar y mejorar a nivel personal y global es cada vez más valorado por los clientes ◀◀