

05

DE CERCA
FABRICACIÓN A TERCEROS

Martí Ayats

director general de Laboratorios Entema

“La innovación en la industria cosmética implica reinventarse a diario y seguir las tendencias”

Laboratorios Entema ha cumplido 25 años. Un tiempo suficiente como para hablar, con perspectiva y desde la experiencia, de cómo ha evolucionado el sector a lo largo de este cuarto de siglo. La revolución tecnológica, la globalización de la economía y, actualmente, la pandemia por COVID-19 han hecho que una industria tan dinámica como la cosmética haya tenido que adaptarse a cada nueva realidad. De todo ello, así como de los retos que tiene por delante el sector y la compañía, hemos hablado con su gerente, Martí Ayats .

Entema cumple 25 años. ¿Hasta qué punto ha evolucionado el sector en este tiempo y cuáles han sido los cambios más sustanciales?

Nuestro sector es muy dinámico y variable y, evidentemente, ha experimentado grandes cambios en 25 años. El ritmo de esta evolución ha venido marcada por las nuevas tecnologías y por una nueva demanda mucho más exigente, que ha impulsado nuevas tendencias para esta industria. La inversión y apuesta en innovación tecnológica ha ido de la mano de esa demanda creciente y lo seguirá haciendo en el futuro inmediato.

Para Entema, los resultados de esta evolución han sido positivos. Los esfuerzos y la pasión que hemos dedicado

a nuestro proyecto nos han convertido en la empresa referente que somos hoy, capaces de aportar ‘expertise’ en todos los procesos, y de adaptarse con flexibilidad y agilidad tanto a este nuevo modelo como al nivel de exigencia que demanda el sector.

El refuerzo de nuestra profesionalidad y una continua apuesta por la innovación han sido los cambios que más han influido en nuestra reputación, y también los que nos han permitido salir fortalecidos en los sectores en los que operamos.

Sin embargo, a pesar de todos estos cambios, habrá algunas cualidades que sigan suponiendo

EL ENFOQUE EN LA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO ES UN FACTOR CLAVE DE DIFERENCIACIÓN TECNOLÓGICA QUE AFECTARÁ DIRECTAMENTE AL ÉXITO EN EL MUNDO DE LA COSMÉTICA Y TAMBIÉN A SU FUTURO

la diferencia entre éxito y el fracaso en el sector cosmético.

La cosmética 'made in Spain' está muy bien posicionada en el ranking mundial, y esta positiva realidad, es fruto del esfuerzo, la innovación y la competitividad de las empresas del sector. Como he comentado anteriormente, el enfoque en la investigación y desarrollo es un factor clave de diferenciación tecnológica que afectará directamente al éxito en el mundo de la cosmética y también a su futuro. Conectar con las necesidades del consumidor y el cliente nos permitirá conocer a la perfección la demanda, de forma fiable y honesta, por lo que un gran reto para el éxito radicará en la adaptación y en la inversión en I+D+i. Además, esa mejora debe

salir a la luz, es decir, debe comunicarse bien. Mejorar la labor de la comunicación en la industria, desde la ciencia aplicada a la cosmética, debería ser algo indispensable para establecer esta conexión con el cliente y para conocer las necesidades del consumidor.

Por otra parte, responder de forma exigente, flexible y ágil al mercado y a las tendencias del sector, también marcará la fórmula del éxito en este ámbito. A nosotros, aprovechar las sinergias generadas en la diversidad de especializaciones, nos ha ayudado a diferenciarnos y a conducir por la recta del éxito.

La clave ahora pasa sobre todo por la I+D+i y las tecnologías 4.0?



Laboratorios

I+D, FABRICACIÓN PARA TERCEROS:

Complementos alimenticios

Productos Sanitarios

Cosméticos

Serialización Farmacéutica

Acondicionamiento secundario de productos farmacéuticos

Ensayos de estabilidad y fotoestabilidad en cámaras climáticas (normativa ICH)



LA INDUSTRIA COSMÉTICA HA PUESTO UN IMPORTANTE GRANITO DE ARENA EN LA LUCHA PARA COMBATIR LA PANDEMIA

El futuro pasa por seguir innovando e invirtiendo en nuevas tecnologías, por eso se debe avanzar, perseguir y apostar para la transformación 4.0. El sector debe dirigirse y encontrar el equilibrio delante de un escenario que requiere eficiencia y agilidad en la producción para seguir siendo competitivos. Trabajar a tiempo real para responder a las necesidades del mercado dependerá de que mantengamos nuestra eficiencia en la producción y, en definitiva, esto es transformarse en 4.0. La industria cosmética es una de las más afectadas por dicha transformación. Además, de nuevo, hay que señalar que la I+D+i tiene un gran peso. Actualmente, todos funcionamos a un ritmo totalmente diferente y, por eso, los 3 ejes que indican una respuesta ágil al mercado y en los que las empresas deben basarse para convertirnos en fábricas ágiles son: innovación, flexibilidad y calidad.

¿Cuáles son las principales tendencias del sector?

La innovación en la industria cosmética implica reinventarse a diario y seguir las tendencias, estudiando los productos más exitosos del mercado y, en este sentido, existe predilección en aquellos productos que estudian el entorno e innovan en diseño de ingredientes, desarrollo de producto y packaging. Las tendencias en innovación que se han pronosticado para un futuro reciente son, entre otras: mejorar los ingredientes, pero simplificando las rutinas con menos productos; apostar por ingredientes más naturales y sostenibles redefiniendo el concepto de la cosmética natural; y finalmente, mejorar el objetivo de residuos cero, usando componentes reciclables. En este sentido, la reducción de residuos plásticos y el uso de formatos más sostenibles en el packaging es una necesidad global de la industria, no únicamente del sector cosmético.

Supongo que a raíz de la COVID-19 es difícil hacer balance. Pero, ¿cómo está ahora mismo el sector en España, ha respondido bien ante la pandemia?

El sector cosmético se verá afectado y necesitará músculo financiero tras la crisis de la COVID-19. Se está hablando de los cambios en el modelo de consumo durante el estado de alarma y de cómo ha impactado a diversos sectores, entre ellos el cosmético, que ha experimentado una caída importante, según datos recogidos por diferentes consultorías.

El crecimiento de la venta online ha compensado ligeramente a de muchas empresas, pero no ha evitado que algunas compañías deban enfrentarse a complicadas situaciones financieras. Asumir un exceso de inventario será una costosa salida de la situación, y aquí será un factor clave el músculo que tenga cada compañía para superar el presente y afrontar su futuro. La crisis de la COVID-19 también ha acelerado algunas tendencias, llegando a la consolidación y crecimiento de la demanda de líneas y productos más naturales y sostenibles.

Por otra parte, el sector viene de años de crecimiento y reconocimiento en otros mercados y, en este sentido, la industria cosmética ha puesto un importante granito de arena en la lucha para combatir la pandemia, satisfaciendo la alta demanda de geles hidroalcohólicos y artículos de higiene, así como dando una respuesta efectiva a las necesidad tanto del personal sanitario como de la población en general.

Con la perspectiva que dan 25 años de experiencia, ¿qué retos se marca ahora Entema?

Nuestro reto es seguir siendo un referente en el sector y consolidar nuestro crecimiento. Y, lo más importante, hacerlo sin perder todos aquellos valores que nos han permitido llegar hasta aquí: calidad, exigencia, innovación, confianza y un equipo de grandes profesionales.

Sabemos que las necesidades de nuestros clientes son diferentes y van cambiando año tras año y que nuestro papel es no dejar de estar en contacto con ellos, adelantándonos a sus necesidades o adaptándonos a sus requerimientos. Debemos seguir apostando por la innovación e invertir en todo aquello que conlleve una mejora de los procesos y del producto final.

En este sentido, uno de nuestros grandes retos para los próximos dos años es poder finalizar las obras de nuestra nueva nave, un edificio de 6.000 metros cuadrados repartidos en tres plantas ubicado en Llicà de Vall (Barcelona). La nave alojará las oficinas centrales y la sede de la empresa cuando finalicen las obras, aunque Entema mantendrá sus actuales instalaciones en Palau Solità i Plegamans, con lo que nuestra superficie global superará los 10.000 metros cuadrados 