

**ANA ROCAMORA**, presidenta de la SEQC (Sociedad Española de Químicos Cosméticos) y Managing Director de cosmeticsinMind



“LA FORMA DE  
DIFERENCIARSE Y  
ALCANZAR NUEVOS  
MERCADOS O NUEVAS  
CUOTAS DE MERCADO  
ES MEDIANTE LA  
INNOVACIÓN”

Cosmetorium encara su cuarta edición con fuerzas renovadas y más participantes. Bajo el lema ‘De la idea al producto’, su objetivo pasa por servir de punto de encuentro para todos los agentes de la industria cosmética en nuestro país. Para ello este año, además de su zona expositiva, conferencias y workshops, este evento incorpora una novedad: es la zona Innovatorium, que servirá de espacio para que las empresas del sector presenten sus últimas novedades. Un claro guiño hacia la importancia que la innovación tiene en un sector en constante crecimiento y evolución. De todos estos temas hemos hablado con Ana Rocamora, presidenta de la SEQC (Sociedad Española de Químicos Cosméticos) y Managing Director de cosmeticsinMind.

#### ¿Cuál es el principal objetivo este año de Cosmetorium?

Este es el cuarto año de Cosmetorium y podemos afirmar que ya es un evento consolidado, sin tener que esperar a que cumpla los cinco años, que sería lo estandarizado. Esta consolidación adelantada no es una sorpresa para los que integramos la junta de la SEQC. Desde el inicio hemos tenido muy claro el objetivo y el formato del evento. Cosmetorium tiene como lema ‘De la idea al producto’ y reúne a todos los actores implicados en la creación y lanzamiento de nuevos

productos cosméticos. El año pasado aumentamos el espacio de exposición y este participan aún más expositores (y varios que vienen por primera vez), pero no queremos renunciar a tener un tamaño asequible para todos y que, por tanto, permita promover los encuentros personales.

Además, junto a los formatos de conferencias y los workshops, en esta edición estrenamos la zona Innovatorium, para crear un espacio en el que los expositores podrán dar a conocer sus innovaciones. Para los visitantes será una forma de ver

varias novedades en un espacio reducido y poder dirigirse luego al stand que les interese para pedir más información.

El principal objetivo este año de Cosmetorium, como en los años anteriores, consiste en crear un espacio clave de encuentro de todos los actores del sector que intervienen en la creación de nuevos productos cosméticos.

Si profundizamos en el objetivo diferenciador para esta edición, diría que es atraer a más asistentes procedentes de toda la Península Ibérica y facilitar el

inicio de nuevos proyectos de innovación. También en el ámbito de la mejora continua, intentamos ir puliendo detalles organizativos para que el evento sea exitoso cada año.

**Además de la zona de exposición, también habrá conferencias y workshops. ¿Qué temáticas abordarán y cuáles serán sus principales atractivos?**

El programa científico está organizado por la SEQC y cuenta con conferenciantes de renombre que tratan temas de actualidad y que han sido seleccionados anualmente por el comité científico de la SEQC, en función de los intereses detectados en el sector.

Como ponentes magistrales tendremos a Andreu Veà, pionero de internet y presidente de la Internet Society, que nos



dará una interesante conferencia titulada '30 años de Internet'; y a Salvador Aznar-Benitah, del Institut de Recerca Biomédica de Barcelona, que hablará de la 'Regulación de las células madre de la piel y su nicho en homeostasis y durante el envejecimiento'.

Además, abordaremos temas tan interesantes como la nueva situación de los claims en producto cosmético y las reivindicaciones borderline, el papel de la mitocondria en los nuevos activos, nuevas técnicas como la electrohilatura o el futuro del marketing digital.



 **Bionos**  
*Testing Efficacy*

**CLINICAL & IN VITRO  
EFFICACY TESTING**

Junto a este programa científico se celebrarán los techfocus y workshops, en los que nos encontraremos con infinidad de asuntos muy variados, que completarán la oferta de conferencias. En ellos se presentan nuevos estudios de ingredientes, servicios y comparativas de eficacia, texturas, etc.

**La idea será mejorar las cifras de 2018 en cuanto a asistentes y ponentes...**

Nuestra idea no es aumentar el número de ponentes, pero sí que los ponentes sean de calidad e interés para el público que asiste a Cosmetorium. Por ejemplo, este año hemos incrementado el número de workshops debido al interés que generaron en la edición anterior.

Y sí, un objetivo es aumentar en la cifra de asistentes que están durante los dos días del evento. El crecimiento en cada edición ha sido progresivo, por lo que en esta edición se espera un aumento.

**¿Cuáles son las principales novedades de Cosmetorium 2019?**

La principal novedad de esta edición es la creación de la zona Innovatorium, que se ubicará en el área de exposición y se podrá visitar durante los dos días. Innovatorium contará con las innovaciones y la tecnología de algunos de los expositores, líderes dentro de la industria cosmética.

En el apartado de Premios Cosmetorium hemos hecho algunos cambios, por lo que este año habrá dos categorías, una de ingredientes y otra de producto final.

Finalmente, hemos consolidado la colaboración con nuestros colegas portugueses, con STANPA en la organización del bloque regulatorio y con Hispack, a través de unas acciones combinadas

para atraer a las empresas de packaging cosmético a visitar y exponer en Cosmetorium.

**Innovatorium pone el foco en la innovación y la tecnología. ¿Hasta qué punto ambos aspectos son importantes para la industria cosmética?**

Hablar de tecnología e innovación es citar dos de los principales drivers que marcan el presente y el futuro de nuestra industria. Es más, creo que esto sería extensible a cualquier industria de consumo.

Estamos en una época en la que la calidad, la funcionalidad y la relación calidad-precio se presuponen, por lo que la forma de diferenciarse y alcanzar nuevos mercados o nuevas cuotas de mercado es mediante la innovación, que por supuesto, muchas veces va ligada a la nueva tecnología disponible.

**¿Cómo está siendo el camino del sector hacia la industria 4.0, se está adaptando bien y a tiempo?**

El sector se está adaptando, si bien no es pionero en este aspecto. Sin embargo, cada vez estamos más influidos por los avances tecnológicos y digitales que nos hacen progresar e innovar de forma más rápida.

Precisamente este año hemos organizado en la SEQC una sesión sobre este tema en particular, la cosmética 4.0, que tendrá lugar a finales de año.

**Pero si hablamos de innovación, también nos referimos a ingredientes y materias primas. ¿Cuáles son las tendencias en este sentido?**

En el caso de materias primas, la innovación nos está llegando de la mano de la sostenibilidad y la tecnología.

**‘LA INDUSTRIA COSMÉTICA ESPAÑOLA TIENE DOS CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES. SU CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE SUS PRODUCTOS Y MARCAS’**

Los ingredientes naturales cada vez son mejores gracias a las nuevas tecnologías de extracción y, sobre todo, los nuevos materiales, cada vez más biodegradables y con menor impacto en el medio ambiente.

Creo que la combinación de sostenibilidad y tecnología es lo que va a marcar el sector en cuanto a innovaciones en los próximos años, aunque no podemos olvidar la ‘conveniencia’. Queremos que nuestros productos sean cada vez más prácticos, transportables y emocionantes, además de eficaces.

**Y como sector, ¿qué retos tiene por delante la industria cosmética en España y cuáles son sus principales fortalezas?**

La industria cosmética española tiene dos características importantes. Su capacidad de innovación y la competitividad de sus productos y marcas. El reto que tenemos por delante es mejorar en sostenibilidad. Es algo que ya estamos haciendo, pero vamos por detrás de otros países más pioneros en este aspecto.

Es una industria que se está fortaleciendo año tras año pero que tenemos que empoderar con más facilidades e inversión en investigación e innovación en productos y procesos. Y sobre todo debemos mejorar nuestra capacidad de comercialización, para llegar a los demás países con el prestigio adecuado para competir con los productos que tenemos, que son, en general, buenos y de calidad ◀◀