



“EL IMPACTO DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR COSMÉTICO ES ALGO QUE PUEDE SER LIDERADO DESDE LA CONCIENCIACIÓN DEL CONSUMIDOR”

ANA ROCAMORA,
presidenta de la Sociedad Española de Químicos Cosméticos (SEQC)

La cosmética sostenible parece que va ganando terreno. ¿Qué ventajas ofrece?

La cosmética sostenible es la cosmética del futuro. Está avanzando a marchas forzadas y en pocos años los cambios están siendo evidentes. No es algo que esté empezando ahora, sino que ya llevamos varios años trabajando en ello. Las ventajas de la cosmética sostenible son evidentes, y todas se derivan de la ventaja fundamental o principal: evitar, en la medida de lo posible, el daño del medioambiente durante la producción y el uso de los cosméticos. Se trata de productos que todos usamos diariamente en nuestra vida, por lo que el impacto de la sostenibilidad en este sector es algo que puede ser liderado desde la concienciación del consumidor.

¿La sostenibilidad es ahora mismo un extra o un requisito fundamental en el sector cosmético?

El sector cosmético se ha caracterizado siempre por ser bandera de las corrientes

de pensamiento social en cada época. Esto se debe a que los cosméticos se consideran uno de los productos de consumo más personales. Los usamos todos los días y forman parte de nosotros mismos.

Por tanto, en un momento en el que el mundo científico está demostrando, cada vez de forma más evidente, el deterioro de nuestro planeta debido a la acción del ser humano, la sostenibilidad se revela como un requisito fundamental del sector cosmético.

¿El cliente también la demanda cada vez más?

Los consumidores son cada vez más conscientes de la importancia de no seguir destruyendo nuestro entorno natural si queremos que dure muchos siglos. La protección del medioambiente es una preocupación cada vez más generalizada y la decisión en la compra se ve influenciada por este aspecto. Los clientes prefieren adquirir productos cosméticos que identifiquen como más seguros para su salud o que dañen menos el medioambiente. Y esta elección es posible gracias a que las empresas han invertido dinero previamente en mejorar los procesos para poder poner en el mercado productos cosméticos más sostenibles.

Esta inversión, para innovar en productos y procesos desde un punto de vista sostenible, se deriva de una acción responsable por parte de las empresas, pero que muchas veces tiene como fin diferenciarse de la competencia para llamar la atención del consumidor. Y los gobiernos, los centros de investigación y las asociaciones internacionales también son actores importantes, ya que es su responsabilidad forzar a las empresas a recorrer ese camino hacia la sostenibilidad. Pero la decisión final y, por tanto la responsabilidad, está en manos del consumidor final, que es el que debe demandar productos que cuiden mejor el medioambiente.

¿Qué tipo de tendencias están ahora mismo en auge dentro de la cosmética sostenible?

Diríamos que la cosmética sostenible se consigue de varias maneras o puede dividirse en varios tipos. Quizás es más exacto decir que se nutre de varias acciones, ya que se trata de cuidar el medio ambiente, y eso se consigue poniendo en práctica diversas medidas que pueden ser simultáneas:

- Utilizar envases de materiales reciclables para generar menos basura.
- Utilizar ingredientes biodegradables para evitar la contaminación del mar, la tierra y el aire.

- Disminuir la huella de carbono o, lo que es lo mismo, contaminar menos el aire
- Disminuir la huella hídrica: el agua es un tesoro que debemos utilizar sin malgastar.
- Utilizar materias primas sintéticas producidas mediante procesos de química verde, que reducen las emisiones de CO₂ (menos contaminante).
- Utilizar sustancias naturales que no destruyan o deforesten las zonas de donde se extraen o que procedan de procesos de replantación forestal como aceite de palma sostenible, por ejemplo.

El crecimiento de la cosmética sostenible también habrá impulsado cambios regulatorios. ¿Cuáles son y cómo se ha adaptado el sector?

A nivel regulatorio los cambios no son exclusivos del sector cosmético, ya que afectan a toda la industria química. Y con esto me refiero a la disminución de emisiones de gases con efecto invernadero, a los procesos de química verde, al tratamiento de las aguas residuales, la gestión selectiva de los residuos de producción, etc.

Si pensamos en casos más concretos del sector cosmético, un ejemplo de todos conocido es el de los microplásticos. Estas diminutas partículas plásticas de polietileno se usaban en algunos productos cosméticos para hacer una exfoliación. Una vez se ha constatado que estos plásticos no se destruyen, contaminan el medio acuático y provocan enfermedad y muerte en la fauna marina, poco a poco se están prohibiendo en los diferentes países del mundo.

También tenemos otro ejemplo con los filtros solares. En algunas islas del Caribe

se han prohibido algunos filtros solares clásicos por la destrucción y contaminación de las aguas que provoca, debido a la concentración de turistas usándolos masivamente para protegerse. Y otro ejemplo de ingredientes que se han limitado por una razón de sostenibilidad son las siliconas volátiles en los productos de aclarado.

Normalmente la legislación es más lenta que la industria y la opinión pública, por lo que muchas veces las empresas se adelantan a las normativas buscando alternativas. El problema es que, a veces, se comunican estas otras opciones de una forma muy dirigida a fines comerciales, creando cierta confusión en el consumidor sobre lo que pueden contener o no los cosméticos.

¿Y también pasa algo parecido con las materias primas y las estrategias de formulación?

En este caso, yo diría que la sostenibilidad es uno de los drivers que marca las estrategias de innovación en formulación y lanzamiento de nuevas materias primas. En primer lugar, hay que extraerlas de algún lugar, y eso se hace teniendo cada vez más en cuenta el impacto medioambiental que supone. En segundo lugar,

el procesamiento de estas materias primas se debe hacer con una industria más limpia, con menos emisiones a la atmósfera y con un tratamiento de residuos adecuado. Por último, se tiene en cuenta la biodegradabilidad de las materias primas y del producto una vez utilizado, así como el tratamiento de los residuos, tanto por parte de la industria, como del consumidor, concienciado con los hábitos de reciclaje.

¿Cómo está España con respecto a sus competidores en el ámbito de la cosmética sostenible? ¿Cuáles son nuestras fortalezas y nuestras principales debilidades?

Europa es una de las zonas punteras en temas de sostenibilidad y lidera a nivel global la preocupación por el medioambiente y la toma de medidas globales. Dentro de este marco, España no es de los países punteros en términos de sostenibilidad. Es más, estamos bastante atrasados y hemos ido muy a la sombra de otros países como Reino Unido, Alemania o Francia, donde los productos con certificaciones ecológicas representan un porcentaje mayor del mercado. Sin embargo en los últimos años, y gracias a la influencia de las redes sociales, estamos poniéndonos al día.

La concienciación por el medio ambiente es algo que se debe inculcar desde las escuelas y quizás esto no lo tenemos suficientemente arraigado en España. Como país mediterráneo tenemos unos ingredientes naturales que tienen unas aplicaciones cosméticas muy conocidas y, por tanto, la cosmética natural está creciendo mucho y nos puede conducir a productos más sostenibles. También nuestro propio carácter latino creo que nos puede ayudar a avanzar con rapidez, gracias a nuestra capacidad de innovación y a la pasión que nos caracteriza ◀◀

