



Irene Zaldívar

CEO de ADParticles

“La industria cosmética ha jugado y sigue jugando un papel clave en la lucha contra la pandemia actual por COVID-19”

En una situación tan compleja como la actual, Irene Zaldívar ha cogido las riendas de ADParticles. Por este motivo, y gracias a su trayectoria profesional vinculada a la industria cosmética, hablamos con ella para analizar los retos y objetivos al frente de la compañía, el estado actual del sector y qué puede aportar la industria cosmética ante la pandemia mundial por COVID-19.

¿Cuáles son sus principales objetivos al frente de ADParticles?

Mi principal reto, y el del gran equipo de ADParticles que me acompaña, es seguir trabajando ‘desde dentro hacia afuera’, para convertirnos en el referente en innovación del sector, por nuestros continuos avances en desarrollo de productos únicos y tecnología, que seguirá revolucionando la salud de la piel junto con el cuidado del medioambiente.

En 2021 ADParticles cumplirá 10 años, un gran hito en la historia de nuestra compañía que nació como una Spin-off gracias a una patente del CSIC, y hoy es una empresa tremendamente innovadora un caso de éxito de transferencia tecnológica. La tecnología patentada de ADParticles está basada en un método único de dispersión de nanopartículas en seco, con cabida y potencial en

sectores muy diversos (catálisis, polímeros, entre otros). Desde el origen, ADParticles se ha centrado en la industria cosmética mediante el desarrollo de filtros UV y pigmentos minerales, multifuncionales y altamente eficientes.

En la actualidad, la empresa se encuentra en fase de crecimiento, con presencia en 26 países, y un fuerte incremento en EEUU, donde recientemente nos hemos registrado en la FDA. Esta fase de crecimiento coincide con una creciente demanda e interés de la industria por los filtros y pigmentos de origen minerales. Nuestra propuesta de valor se basa en dos pilares: la salud de la piel y el cuidado medioambiente. Este hecho se constata con nuestras actuales certificaciones EcoCert. A diferencia de otro tipo de filtros inorgánicos nanoparticulados, nuestros activos tienen un tamaño de

partículas superiores a los 100nm, por lo que son muy seguros a la hora manejar y formular.

En definitiva, vamos a seguir creciendo y explorando nuevos mercados, dando la mayor visibilidad posible a nuestra tecnología y desarrollando productos altamente innovadores y eficientes.

¿Cómo está afectando al sector la pandemia por COVID-19?

El cosmético es un sector altamente innovador y con tiempos de respuesta muy rápidos. Las compañías españolas cosméticas invierten entre el 3,4% y el 5% de su facturación en innovación. Estos dos ejes, innovación y rapidez, hacen que la industria cosmética se haya adaptado a la situación actual y tenga herramientas para seguir desarrollando su actividad. Por otro lado, un aspecto clave es que el nivel de exportación actual supera los 4000 millones de euros al año, por lo que muchas compañías han podido seguir haciendo frente a sus proyectos actuales en diferentes partes del mundo.

¿Qué papel puede jugar la industria cosmética en este contexto?

La industria cosmética ha jugado y sigue jugando un papel clave en la lucha contra la pandemia actual por COVID-19. Sus pilares primordiales, que son una capacidad innovadora y de adaptación y una rapidez de respuesta desde el momento inicial, han hecho que un gran número de empresas se pongan al servicio de la sociedad, adaptando sus procesos productivos para proveer de productos esenciales (geles hidroalcohólicos, desinfectantes de piel y de superficies y productos de primera necesidad). Esta rapidez de respuesta ha permitido lanzar en tiempo récord productos de primera necesidad para combatir la pandemia.

¿Qué otros retos afrontan la industria cosmética más allá del virus, si es que se puede mirar más allá?

Suelen ser los propios consumidores los que marcan las tendencias futuras. Debido a la COVID-19, las necesidades en el futuro más inmediato pasan por centrarse en productos para fomentar y contribuir al bienestar y salud, el concepto de wellness, etc. Estas líneas de desarrollo ya eran tendencia, pero en la actualidad se están viendo reforzadas por nuestra creciente preocupación por la salud. Otro aspecto que preocupa mucho hoy en día es la búsqueda de productos que nos

aporten relax y contribuyan a balancear el binomio cuerpo y mente (belleza holística).

Cada vez somos más conscientes de la importancia y la coexistencia de dos corrientes: cosmética basada en ingredientes químicos y cosmética basada en ingredientes de origen natural. Ambas tendencias van a coexistir y ambas tienen fortalezas. Las marcas basadas en ingredientes químicos se centrarán en su aportación desde el punto de vista científico e innovador. Las marcas basadas en ingredientes naturales centrarán su mensaje en la salud, desde el vínculo de salud y belleza con alimentación y la importancia de reforzar con suplementos alimenticios.

Otro aspecto clave de desarrollo va a ser el packaging. Por un lado, es la barrera que protege el producto del exterior. Por otro lado, la sostenibilidad es un tema prioritario que no puede aplazarse por más tiempo y la situación actual acentúa esta necesidad.

En un futuro menos inmediato, veremos una tendencia hacia la hiperpersonalización de productos, enfocada a diferentes razas y tipos de pieles. Estas investigaciones conducen a la necesidad de ir customizando cada vez más los productos.

Más allá de la pandemia y la COVID-19, ¿cómo está la industria cosmética española con respecto a sus competidores internacionales?

La industria cosmética española está en el top 10 mundial de exportadores de productos de belleza y es la segunda exportadora mundial de perfumes. Somos el quinto mercado de la Unión Europea y según datos de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA), de las 2.453 patentes publicadas en el último año a nivel europeo relacionadas con el ámbito de la cosmética, 881 son de España (36%). Estas cifras son el resultado de la velocidad de innovación y capacidad de adaptación de nuestra industria, que cuenta con profesionales altamente cualificados (el 21% de los profesionales del sector son licenciados en ciencias de la salud).

La cosmética española ha pasado a superar en cifra de negocio a sectores tan emblemáticos en nuestro país como son el sector del aceite, el vino o el calzado. Nuestros productos son percibidos a nivel internacional como un balance perfecto que combina calidad, diseño y precio.

Desde ADParticles vamos a seguir trabajando para aportar a esta gran industria activos multifuncionales tecnológicos, en beneficio de la seguridad y salud de las personas y del medioambiente 