

DE CERCA
DERMOCOSMÉTICA

'Atención al detalle, fluir y simplicidad'

Con la filosofía japonesa del Takumi como punto de partida y medida de todo el trabajo que hacen, desde Vigmar Labs ponen el acento en la importancia de la sostenibilidad y en la necesidad de cobrar consciencia de la relevancia del autocuidado como base para experimentar un auténtico "bienestar".



María José Giner,
CEO en Vigmar Labs

En Vigmar Labs decís que creáis cosméticos a medida para transformar el cuidado de la piel en bienestar. Si analizamos esta frase por partes, la primera habla de la importancia de una cosmética cada vez más personalizada...

Efectivamente, cada piel tiene unas necesidades distintas por lo que demanda cosméticos diferentes. Es fundamental el autoconocimiento. Nosotros valoramos mucho la conexión con el cliente, trabajamos con mimo cada formulación, seleccionando rigurosamente cada ingrediente y perfume para proporcionar confort a la piel. La calidad de los ingredientes es una de nuestras preocupaciones. Además de ser capaces de crear cosméticos que creen momentos de paz y calma. Todos necesitamos descansar, frenar el ritmo, llegar a casa y encontrar ese refugio donde dedicarte un tiempo para ti.

Y la otra parte de vuestro lema es el que vincula la piel al bienestar. ¿Cada vez somos más conscientes de la importancia de cuidar nuestra piel como base de nuestra salud?

En mi experiencia personal he observado que la piel es un claro reflejo de problemas internos. Cuidarse en todos los aspectos es clave. Nutrirse bien y trabajar la mirada hacia uno mismo y hacia los demás me parece fundamental y, sí, creo que cada vez más personas están despertando y ganando conciencia de la importancia de ese autocuidado, el cual se ve reflejado en una piel saludable. Confío en que vamos por el buen camino y que cada uno lo hace lo mejor que puede.

Todo esto hace que la innovación sea un elemento clave en todos los eslabones de la cadena de la industria cosmética...

La innovación en todos los aspectos es fundamental para poder hacer frente a nuevos retos y creo que en cosmética se dirige hacia un enfoque de salud mental y bienestar. Pero también los valores y la autenticidad de las empresas van a ser claves.

Otra de las tendencias o conceptos principales que el sector ha adoptado y está implementando es el de la sostenibilidad y la apuesta por una cosmética responsable a nivel medioambiental. ¿Cómo abordáis este aspecto desde Vigmar Labs?

Creo que la sostenibilidad empieza por respetar y valorar lo que nos rodea, pues nuestro entorno repercute en nuestro propio bienestar. Nosotros actualmente



estamos potenciando el uso de ingredientes locales de km 0, hemos eliminado los microplásticos y trabajamos para conseguir fórmulas rápidamente biodegradables. Vamos dando pequeños pasos cada año. Nos estamos esforzando por reducir los residuos que generamos y analizamos cuáles se podrían reutilizar dentro de nuestro proceso productivo. Se trata de unir al hombre y la naturaleza en lugar de enfrentarlos.

Entre los aspectos a los que prestáis una especial atención está el packaging. ¿Qué valora más el usuario: la forma en la que se presentan los productos, o, acaso, sigue primando el contenido?

Ambos se valoran. El equilibrio, como en todo, es decisivo. Un cosmético con un buen *packaging*, pero sin un buen contenido, no tendrá una segunda compra, seguramente. Y con un buen contenido, pero que no seduzca a nivel visual, tendrá más difícil la primera compra.

Al exponer vuestra filosofía empresarial habláis de un concepto japonés: Takumi. ¿En qué consiste?

Atención al detalle, fluir y simplicidad.

Takumi es una palabra japonesa que significa artesano. Las maestras artesanas takumi prestan atención a cada detalle, disfrutan con su trabajo, se unen al producto y fluyen con él. Japón es un claro ejemplo de que se puede innovar con nuevas tecnologías y al mismo tiempo mantener tradiciones y técnicas artesanales. Según los japoneses todo el mundo tiene un motivo que da sentido a su existencia y les impulsa a vivir más años en plena forma.

¿Qué retos inmediatos tiene por delante la industria cosmética en general y Vigmar Labs en particular?

El principal reto es satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más exigente y formado, y hacerlo con productos eficaces que se adapten a su estilo de vida, edad, sexo, tipo de piel y de la manera más sostenible posible ☺