



La industria cosmética ha tomado el rumbo hacia lo natural

La cosmética natural es una tendencia que ha venido para quedarse. Marc Fortea, CEO de Safequim, lo tiene claro y por eso apuesta por esta vía. Son conscientes de que el momento es más que complicado para compañías jóvenes como la suya, pero también de que su apuesta por lo natural marca el ritmo al que debe avanzar su sector. Una industria para la cual la internacionalización, las tecnologías digitales y la I+D son retos y objetivos esenciales.

Marc Fortea Salomo, CEO de Safequim

¿Qué es Safequim, cuál es su objetivo y cómo nace?

Safequim nace con la vocación de proveer al sector cosmético de un amplio abanico de extractos naturales e ingredientes activos focalizados en el cuidado corporal, facial y capilar. Nuestro catálogo se adapta a las necesidades de formulaciones de los departamentos de I+D de nuestros clientes. Entendemos nuestra misión como el puente necesario entre la naturaleza y el consumidor final.

Apostamos firmemente por la producción a medida para cada uno de nuestros clientes, pues así como no existen dos personas iguales en el mundo, tampoco existen dos empresas idénticas. Nuestro objetivo no es otro que el de ser un

actor determinante en la industria cosmética natural.

No están siendo comienzos fáciles. ¿Cómo os habéis adaptado en una empresa tan reciente a la situación generada por la COVID-19?

Desde luego están siendo momentos muy complicados, sobre todo por que teníamos muchas esperanzas puestas en ir en ferias importantes del sector (PCHI, In Cosmetics, Cosmetorium...) y todo se ha cancelado de un día para otro. Sin embargo, somos una empresa que desde sus inicios ha apostado por los ingredientes naturales como columna vertebral para abastecer al sector cosmético y la pandemia ha reforzado este concepto. Ahora, más que nunca, el consumidor se

preocupa por el etiquetaje y por el menos es más, y junto con la masiva producción de geles sanitarios complementados con extractos naturales como el aloe, nos han dado una oportunidad única para darnos a conocer.

Os centráis en el uso de extractos naturales en productos cosméticos. ¿La industria cosmética será natural o no será?

Creemos firmemente que la industria cosmética ha tomado el rumbo hacia lo natural. El futuro de las formulaciones con ingredientes naturales dependerá en gran medida del desarrollo de ingredientes sintéticos seguros, que puedan extender la vida útil

del producto. Para ello, también será importante la educación al consumidor final, entendiendo y adaptando sus hábitos. La ansiedad y la incertidumbre causadas por la pandemia en todos estos meses implican una mayor demanda de productos seguros y de confianza, a la par que de proximidad y transparentes.

¿Su impulso y crecimiento nace más del consumidor o de las propias compañías?

Nuestro canal de venta es el business to business, es decir, vendemos a todas aquellas empresas que fabrican producto acabado. No obstante, del consumidor final dependerá que las empresas demanden unos

ingredientes u otros. Por lo tanto, debemos de colocar al consumidor en el centro y así poder entender bien hacia dónde va el mercado.

Dentro de la cosmética natural, ¿cuáles son las principales tendencias actuales y futuras?

Si hay una palabra que ha venido para quedarse en este 2020 es el 'maskne'. El cóctel de sudor, calor y humedad no sientan nada bien y son una de las consecuencias principales de llevar la máscara puesta tantas horas. Recurrir a activos con propiedades antiinflamatorias y antisépticas para proteger la piel y mantenerla sana es una muy buena opción y creemos que será tendencia en los meses que vienen. ¿Y qué


innovating for you



EXTRACTOS NATURALES | NATURAL EXTRACTS

Su productor y distribuidor de extractos naturales a medida. Comprometidos con el desarrollo de principios activos y extractos vegetales altamente eficaces para la industria cosmética.
Your tailor made natural extracts producer and distributor. Committed to developing highly effective active ingredients and vegetable extracts for the cosmetics industry.



activos son estos? Algunos son tan conocidos como el té verde, el extracto de manzanilla, la caléndula, el aloe vera o el extracto de avena. Todos van muy bien para aliviar dermatitis, irritación y rojeces.

¿Qué ventajas trae la cosmética natural para los consumidores?

La mayoría de la gente estaría de acuerdo en la frase que dice 'somos lo que comemos', por lo que alimentar la piel con ingredientes naturales es vital si el consumidor está preocupado por mantener su salud en condiciones. Si uno tiene una piel sensible, debe evitar aditivos innecesarios como ciertas fragancias, conservantes y colorantes, ya que puede desarrollar más fácilmente alergias a estos aditivos. Sin embargo, el hecho de que un producto sea natural no significa que tenga menos posibilidades de irritación a la piel, ya que las fuentes naturales pueden afectar a ciertas alergias de la misma manera que las sintéticas (y que conste que no me estoy tirando piedras a mi propio tejado).

Pero también esta apuesta por lo natural implica una serie de condicionantes o dificultades añadidas a nivel de regulación y controles de calidad. ¿Cuáles son?

Es común que las empresas utilicen afirmaciones (los llamados claims) para comercializar sus productos. Sin embargo, la UE cuenta con una sólida normativa sobre las alegaciones de los cosméticos, que protege a los consumidores y les ayuda a tomar decisiones con conocimiento de causa. La misma norma se aplica a los ingredientes de los cosméticos,



especialmente a los ingredientes naturales, ya que pueden tener propiedades funcionales y activas que las empresas de cosméticos pueden utilizar en sus métodos de comercialización (marketing).

El Reglamento (UE) N° 655/2013 de la Comisión Europea establece que las declaraciones de un producto cosmético (explícitas o implícitas) deben estar respaldadas por pruebas adecuadas y verificables. También establece criterios para estas pruebas que las empresas deben cumplir.

Como proveedores de ingredientes naturales también podemos fundamentar las afirmaciones utilizando datos científicos y de marketing ya publicados, estudios experimentales o pruebas de percepción del consumidor.

Es cierto que las regulaciones de los cosméticos se están volviendo más

estrictas en Europa (los proveedores de ingredientes naturales deben asegurarse de que cumplen con las regulaciones europeas). Es esencial que los proveedores se mantengan al día con los cambios en la reglamentación para asegurarse de que tienen acceso al mercado europeo y, a fin de cuenta, esto solo hace que beneficiar al consumidor final.

Es difícil hacer planes ahora mismo pero, ¿qué retos os marcáis ahora mismo en SAFEQUIM?

Podemos considerar que son tres los retos más importantes que afrontamos como empresa del sector cosmético: la internacionalización, la apuesta por el I+D y la digitalización de procesos. Tal y como he comentado, partiendo de la base de que el consumidor tiene que estar en el centro de la cadena de valor (para poder entender bien sus demandas y necesidades) la apuesta por el I+D y la industria 4.0 deben ser claves y formar una estrategia conjunta. Por otro lado, la internacionalización debe ser considerada como objetivo número uno para nosotros, sin dejar de lado el mercado nacional que a día de hoy nos aporta prácticamente la totalidad de nuestra facturación.

No obstante, tenemos los pies al suelo y sabemos que los inicios son muy difíciles, así que vamos paso a paso y con las ideas claras, sabiendo a qué mercados podemos entrar y qué estrategias podemos tomar. Confiamos en que bien pronto se reanuden otra vez las ferias del sector para poder estar bien informados y no perder algo tan inherente en nosotros como es el networking 