

Guía Economía Circular Beauty

Índice de contenidos

1.Introducción.....	3
2.La economía circular.....	7
3.Contexto actual.....	13
4.Fuerzas de cambio.....	21
5.Contexto normativo.....	27
6.Tendencias y casos.....	39
7.Conclusiones.....	71
8.Anexos	76

Introducción

Actualmente, a nivel global nos encontramos en un momento de transición inédito. El cambio climático, la escasez de materias primas, el auge de las energías renovables, la lucha para la protección de la biodiversidad, la disponibilidad de nuevas tecnologías, el crecimiento del e-commerce, la implementación de nuevos modelos de negocio, junto con la creación de alianzas inter- y trans-sectoriales. Marcan un antes y un después en la gobernanza global, el comportamiento del consumidor y el desarrollo empresarial.

Definición de la guía

La presente guía pretende orientar al sector Beauty -desde una pyme hasta una gran empresa- en una transición hacia la economía circular. Para ello, se expone el contexto sectorial y normativo, las estrategias sostenibles, las grandes tendencias, buenas prácticas y recomendaciones aplicables en el sector.

Esta guía de economía circular en el sector Beauty, es un compendio de información que busca clarificar conceptos, dar nuevos enfoques empresariales y ampliar el espectro de referencias de las diversas oportunidades que brinda la economía circular y cómo estas se llevan a cabo en la actualidad.

Cabe mencionar que la aplicación de dicha información, está en directa relación con el contexto de cada empresa. No existe una sola manera de aplicar la economía circular.

El mundo Beauty

El sector Beauty tiene un alto potencial para una transición hacia la economía circular. El contexto y las tendencias de mercado muestran que existe una creciente motivación en la optimización de los productos, procesos e ingredientes, tanto a nivel sectorial como empresarial. Del mismo modo, los consumidores son quienes propician un consumo más sostenible, exigiendo etiquetaje y certificaciones claras que faciliten la toma de decisiones para una compra responsable. Por otro lado, la falta de conocimientos sobre las normativas y regulaciones presentan un riesgo para la innovación y expansión comercial nacional e internacional.

¿Por qué queremos transitar hacia un mundo más sostenible?

La salud de las personas y la del planeta son probablemente los mayores desafíos globales a los que nos enfrentamos.

Las actividades económicas que nos han permitido progresar y mejorar nuestra calidad de vida, han supuesto también una amenaza para la sostenibilidad del planeta. Un ejemplo de ello son las emisiones de gases de efecto invernadero, la disminución de la biodiversidad, la erosión de tierras fértiles, la deforestación... entre otros vectores que contribuyen al cambio climático.

Un dato no menor, es que el índice de extinciones es 1.000 veces superior al ritmo natural. Por consiguiente, la provisión del agua, los alimentos, las materias primas o la purificación del aire son los principales servicios ecosistémicos que se ven afectados a nivel global a causa de la pérdida de biodiversidad.

Del mismo modo, la escasez y las dependencias geopolíticas de los recursos, hacen que el cambio hacia el uso de lo renovable, tanto a nivel de materiales, como energético, sea cada vez más necesario y urgente. Esto, se suma al **aumento exponencial de la población**, que ha provocado un **aumento continuado de la extracción de recursos**, pasando de 28,6 Gigatoneladas (Gt) de materiales extraídos en 1972 a más de 100Gt en 2019 (*Circularity Gap Report, 2022*). En tan solo 50 años, el uso global de materiales casi se ha cuadruplicado. Lo que provoca que la falta de oferta de ciertos materiales, contribuya a la volatilidad de los precios y genere problemas en las cadenas de suministro de materias primas.

Glosario de términos



En la presente guía hablaremos de las fuerzas de cambio, las diferentes tendencias del sector, las estrategias de economía circular, las acciones de ecodiseño en función del ciclo de vida, y el marco teórico transversal en economía circular, propuesto la Ellen McArthur Foundation.

El objetivo de este apartado es entender cada uno de los términos que más aparecerán durante la lectura de la guía.

- **Fuerzas de cambio**
- **Tendencias**
- **Ciclo de vida**
- **Buenas prácticas**
- **Ecodiseño**
- **Estrategias**



Fuerzas de cambio

Las fuerzas de cambio son aquellas corrientes impulsoras que motivan el cambio a nivel global e intersectorial. En este contexto, las fuerzas de cambio responden a una situación política, económica, social, tecnológica, medioambiental y legal del entorno actual y futuro. Lo que se podría traducir, por ejemplo, en el comportamiento del consumidor, la realidad económica del sector, o bien la normativa aplicable.



Buenas prácticas

Una buena práctica es una experiencia que sirve de guía y/o ejemplo para otras empresas, habiendo dado resultados positivos y mostrando su eficacia. Esto incluso puede ser útil para empresas de otros sectores que pueden hacer uso de la experiencia.



Tendencias

Las tendencias son aquellos comportamientos aceptados por una sociedad, o también, puede ser un evento que trasciende en la toma de decisiones de consumidores, empresas y gobiernos. En la guía se hará referencia a aquellas tendencias que encontramos a nivel global, denominadas mega tendencias. Ya sea, en hábitos de consumo, niveles de producción, tecnologías utilizadas, materiales, formulaciones, ingredientes, entre otros.



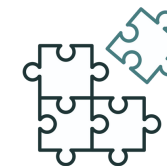
Ecodiseño

Ecodiseñar un producto significa hacerlo útil y deseable para las personas, maximizando su impacto comercial y minimizando su impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta su fin de vida.



Ciclo de vida

El pensamiento y análisis del ciclo de vida, es un enfoque que nos sitúa en las diferentes etapas de elaboración de producto y/o servicio. Nos ayuda a considerar el impacto ambiental de cada etapa, proporcionando una visión ampliada y general sobre el origen de los materiales, el proceso de transformación de estos, la logística, la venta, el uso y la gestión final de vida.



Estrategias

Una estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para llevar a cabo una línea de acciones frente a un determinado escenario. Se aplican estrategias buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos dentro de la empresa.

Economía circular



"Estamos hablando de un cambio sistémico, profundo y positivo. Muchas empresas reman ya en la dirección de la economía circular. Llegará un momento en el que nada impedirá este movimiento"

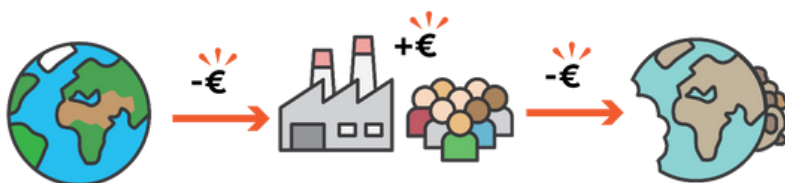
Dame Ellen MacArthur
CEO Ellen MacArthur Foundation

La promesa radical de la economía circular es pasar del modelo de producción y consumo lineal (extraer-producir-eliminar) a ciclos regenerativos circulares, que mejoran la efectividad del sistema. Sin embargo, para poner en práctica estas oportunidades, se necesita un enfoque sistémico y colaborativo.

¿Qué es la economía circular?

La economía circular es un modelo económico orientado al logro de sistemas de producción y consumo más eficientes y resilientes, que preserven los recursos dentro de un ciclo continuo y optimicen su valor.

La economía circular transforma el modelo de extraer, fabricar, usar y tirar, en un modelo con cadenas de valor en red, cerradas o circulares que hacen un uso óptimo de los recursos, el cual resulta en una reducción del consumo de materias primas y energía, y de la generación de residuos y emisiones en los procesos productivos. Bajo el término "recursos" podemos incluir todo aquello que puede generar valor en la economía; por ejemplo, los recursos materiales, la energía, el agua, las personas, la información o el territorio.



Fuente: inèdit. Elaboración propia.

Se estima que este nuevo paradigma representará la mayor revolución económica en los últimos 250 años¹, y aportará beneficios económicos, sociales y ambientales claros: eficiencia en el uso de los recursos, menor exposición a la volatilidad de precios y riesgos en el suministro de materias primas, innovación, creación de puestos de trabajo, reducción de las emisiones de gases efecto invernadero, y mejora de la calidad de vida².



Fuente: inèdit. Elaboración propia.

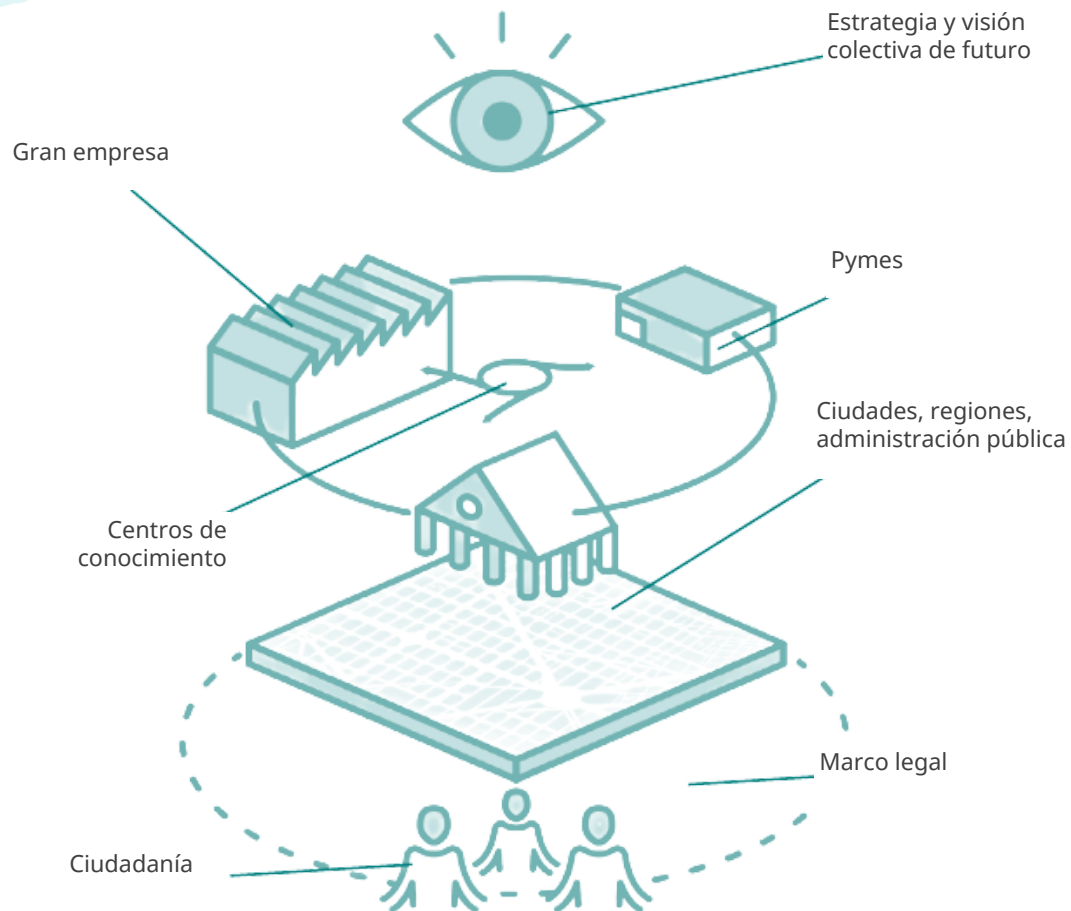
¹ Investigación 'Waste to Wealth' de la 'Accenture Strategy' – Accenture.

² [Guía sobre economía circular i verda al món local](#) – Diputació de Barcelona.

¿Qué es la economía circular?

La aplicación de la economía circular requiere un **cambio sistémico**, tanto empresarial, como territorial e individual, para repensar la manera en la que producimos y consumimos.

Este cambio de paradigma tiene que ir acompañado de un **marco legal** que fomente y acompañe la transformación. En este sentido, es importante tener en cuenta que la transición a una economía circular afecta a **toda la cadena de valor**: diseñadores, proveedores de materias primas y energía, fabricantes, distribuidores, consumidores, o gestores de residuos.



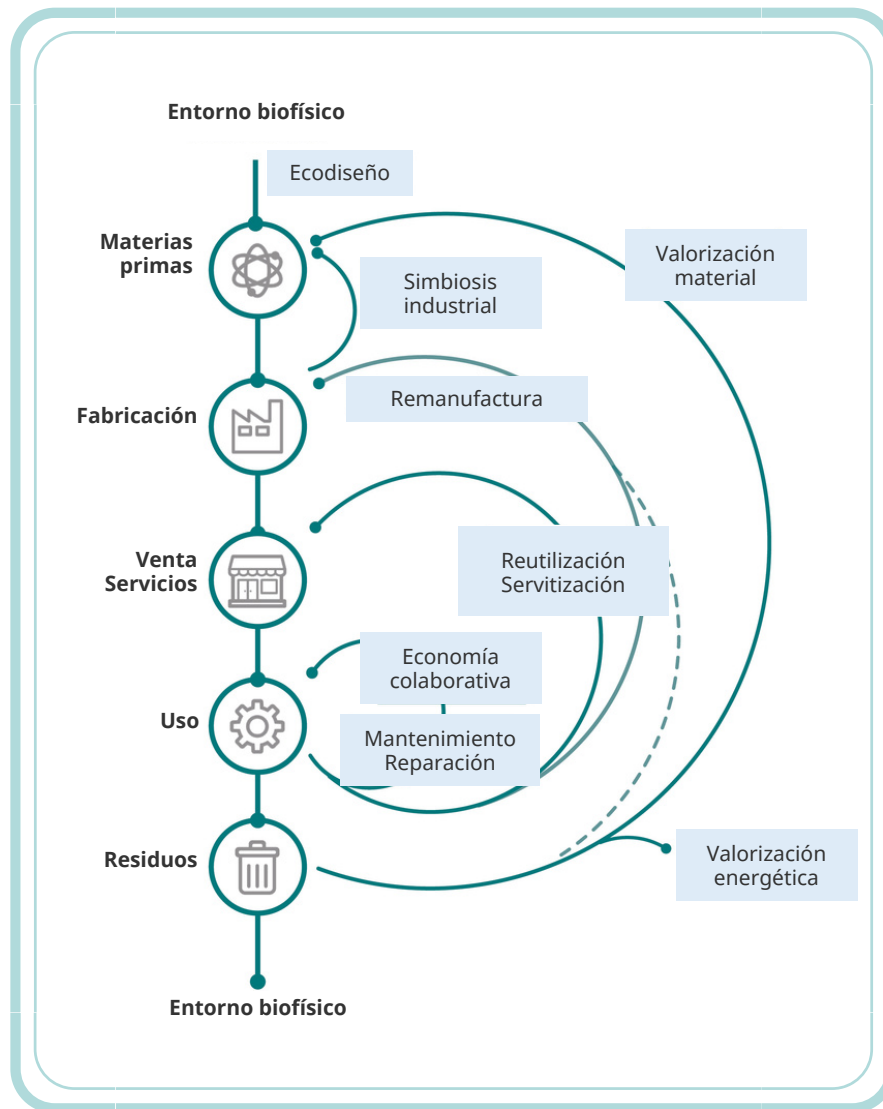
Fuente: inèdit. Elaboración pròpia.

La economía circular da cabida y necesita en mayor o menor medida la participación de **todo tipo de agentes**: agentes públicos, empresas, entidades del tercer sector, consumidores, centros de investigación, etc.



Colaborar es clave, tanto dentro de las organizaciones (públicas o privadas) como con el resto de agentes, a través de acuerdos formales o informales para crear **valor compartido**. Las relaciones que se establezcan tienen que basarse más en la **confianza** y la **cooperación**, y no tanto en la competencia, para asegurar relaciones estables.

Estrategias de la economía circular | Ciclo de vida | Marco general



Fuente: inédit. Elaboración propia

A la hora de entender el impacto ambiental y la sostenibilidad de productos (envase) y servicios (procesos) es importante entender la cadena de valor, desde la extracción (tipo de material, fuente, procedencia geográfica) hasta su gestión final.

Esta visión nos ayudará a entender el impacto ambiental y su correlación con la sostenibilidad de nuestros productos, envases y procesos. Además, con la visión del ciclo de vida podemos ver en qué puntos se pueden aplicar estrategias que maximicen el valor de los recursos. Es importante conocer y diferenciar estas estrategias para poder visualizar la amplitud de acción con base en las estrategias transversales dadas por la economía circular:

- **Ecodiseño**
- **Simbiosis industrial**
- **Remanufactura**
- **Servitización**
- **Economía colaborativa**
- **Mantenimiento y reparación**
- **Reutilización y redistribución**
- **Valorización material y energética**

Los 8 principios de la economía circular



Priorizar recursos renovables

Energías y materiales renovables

Asegurar que los recursos renovables, reutilizables y no tóxicos se utilizan como materiales y energía de forma eficiente.



Ecovative ha diseñado un material a base de subproductos agrícolas y micelios que sustituye al EPS (poliestireno expandido) para fabricar envases usando una alternativa renovable y compostable.

[Más info](#)



Conservar los recursos existentes

Eficiencia, mantener, reparar y reutilizar

Mantener, reparar y actualizar los recursos en uso para maximizar su vida útil y darles una segunda vida mediante estrategias de recuperación.



Cozie ofrece la opción de rellenar y reutilizar envases de sus productos cosméticos en diferentes puntos de venta con dispensadores. Devolviendo los envases vacíos, los clientes también pueden adquirir créditos y promociones.

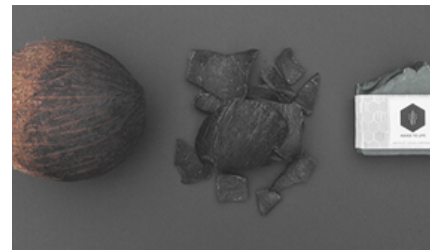
[Más info](#)



Utilizar residuos como recursos

Reciclaje y valorización energética

Utilizar los flujos de residuos como fuente de recursos secundarios y recuperar los residuos para su reutilización y reciclaje.



ASHES TO LIFE opta por la cáscara de coco, un residuo transformado en cosmético ecológico para lograr un modelo de economía regenerativa y sostenible. Con estos desperdicios se pueden crear otro tipo de productos comercialmente interesantes para industrias como la cosmética.

[Más info](#)



Repensar el modelo de negocio

Servitización - Remanufactura

Considerar las oportunidades para crear mayor valor y alinear los incentivos mediante modelos de negocio que se basan en la interacción entre productos y servicios.



Loop Store es un mercado online desarrollado por TerraCycle que presenta productos conocidos con embalajes reutilizables. El servicio puede incluir subscripciones para que los clientes reciban en casa producto para rellenar el envase.

[Más info](#)

La organización de impacto [Circle Economy](#) establece los 8 principios clave sobre los que se apoyan las estrategias que fomentan modelos de producción y consumo circulares.



Diseñar pensando en el futuro

Diseño para el desmontaje,
modularidad y desmaterialización

Aplicar una visión a largo plazo para conseguir una vida útil adecuada, un uso prolongado y la máxima recuperación del valor de los residuos.



Bars Over Bottles es una marca brasileña que apuesta por productos sólidos, con formulación simple y minimalista, con una inspiración en la naturaleza. Evita el uso de plástico en el envase y se centra en la utilización de materiales e ingredientes orgánicos y reciclables.

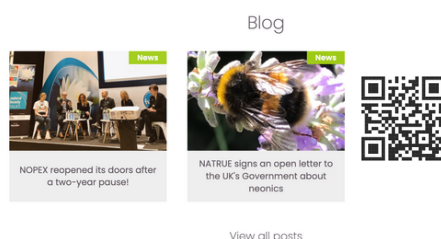
[Más info](#)



Incorporar tecnología digital

Gestión de datos, virtualización

Realizar seguimiento, optimizar el uso de los recursos y reforzar las conexiones entre los actores de la cadena mediante plataformas digitales y tecnologías.



Natrue.es es una organización internacional de cosmética natural y orgánica sin ánimo de lucro, que introdujo códigos QR en sus productos cosméticos. Una vez escaneado el producto, los usuarios pueden ver, desde la información sobre formulaciones hasta proveedores de la empresa.

[Más info](#)



Colaborar creando valor compartido

Simbiosis industrial, economía colaborativa

Trabajar juntos a lo largo de la cadena de suministro, internamente dentro de las organizaciones y con el sector público para aumentar la transparencia y crear valor conjunto.



Grandes empresas como **Henkel**, **L'Oréal**, **LVMH**, **Natura&Co** o **Unilever** anuncian una iniciativa de cooperación global para desarrollar colectivamente un sistema voluntario de evaluación y clasificación de impacto ambiental para productos cosméticos en toda la industria.

[Más info](#)



Reforzar y avanzar en el conocimiento

Medir, comunicar, informar y educar

Aplicar métricas, definir un relato de sostenibilidad y saber trasladarlo al resto de agentes de la cadena de valor de la industria.



Circularity Gap Reporting Initiative es una puntuación global de circularidad. Cada empresa presenta un informe anual donde se estudia el nivel de aplicación de circularidad en una entidad. Aportar y evaluar el estado actual incentiva la toma de decisiones estratégicas enfocadas a la sostenibilidad.

[Más info](#)

Contexto actual en el sector *Beauty*

Para este proyecto, con el objetivo de analizar en prospectiva el sector, en términos de sostenibilidad, e identificar las líneas de acción entorno la circularidad, se ha llevado a cabo un investigación preliminar, basada en bibliografía, para luego contrastar los datos obtenidos con una encuesta a profesionales. Esta se realizó en diciembre 2021 a diferentes agentes de la cadena de valor y la cadena de suministro del sector Beauty.

Entre los meses de marzo y abril de 2022, se realizaron además 10 entrevistas en profundidad a productores de packaging, fabricantes de cosmética, proveedores de activos e ingredientes y empresas de diseño y marketing que operan en el sector a nivel nacional e internacional.

Los datos se han obtenido de la participación de empresas PYMES, grandes empresas y multinacionales. De las cuales, quienes han respondido han sido CEO's y Managers, correspondientes a los departamentos de innovación (I+D+i) y Marketing.



El contexto actual

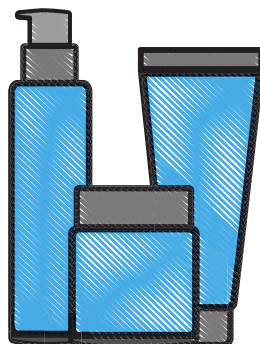
Los datos se mostrarán a continuación, son un resumen del impacto medioambiental que tiene el sector. Por otro lado, nos señalan algunos de los retos que debemos afrontar con relación a la reducción del uso plástico, las monodosis, los envases multicapas, la optimización en los procesos, entre otros.

El sector de belleza y cuidado personal produce anualmente

120.000
millones de envases

En su mayoría de un solo uso.
Muchos de estos envases y embalajes son demasiado pequeños como para ser reciclados.*

“ El sector de belleza y cuidado personal produce envases y embalajes monodosis **diseñados con diversos materiales (multicapas), por lo que terminan en un depósito controlado.*** ”



El uso de microplásticos en cosméticos produce

4.250
toneladas

De microesferas plásticas anuales.*
2020

*Fuente: natura-medio-ambiente.com, 2021

Contexto actual y percepción del consumidor

Hoy en día los consumidores, son un agente clave para la transición hacia una economía circular. Estos deben tenerse en cuenta para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, productos, servicios y/o experiencias sostenibles. Los siguientes porcentajes son una muestra de los intereses y la valoración por parte de los consumidores, sobre como ellos abordan algunos temas ambientales, como lo es el cambio climático, el uso del plástico.

48%

de los consumidores piensa que la **reforestación** es una solución para el cambio climático.

49%

de los consumidores está preocupado por la **contaminación** de los plásticos en los **océanos**.

81%

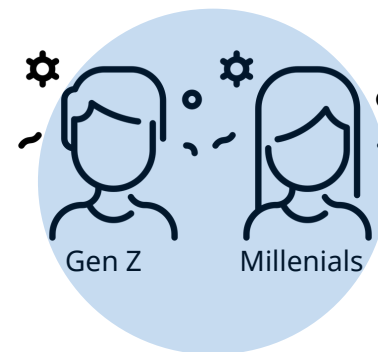
de los consumidores se preocupa por la **deforestación** y la pérdida de **biodiversidad**.

63%

de los consumidores piensa que aún hay **tiempo** para salvar el planeta.

En el segmento de mercado orientado al sector Beauty existe un interés creciente en la demanda de productores sostenibles. En 2017, Unilever realizó un estudio, subrayando que una tercera parte de los consumidores compran productos a marcas que impulsan actuaciones sociales y medioambientales. Por otro lado, estos se informan cada vez más de las formulaciones de ingredientes, de los productos, materiales de los envases, entre otros.

Millenials + conscientes



Conocidos como Digital Beauty Consumers
Mayor demanda de productos eco friendly

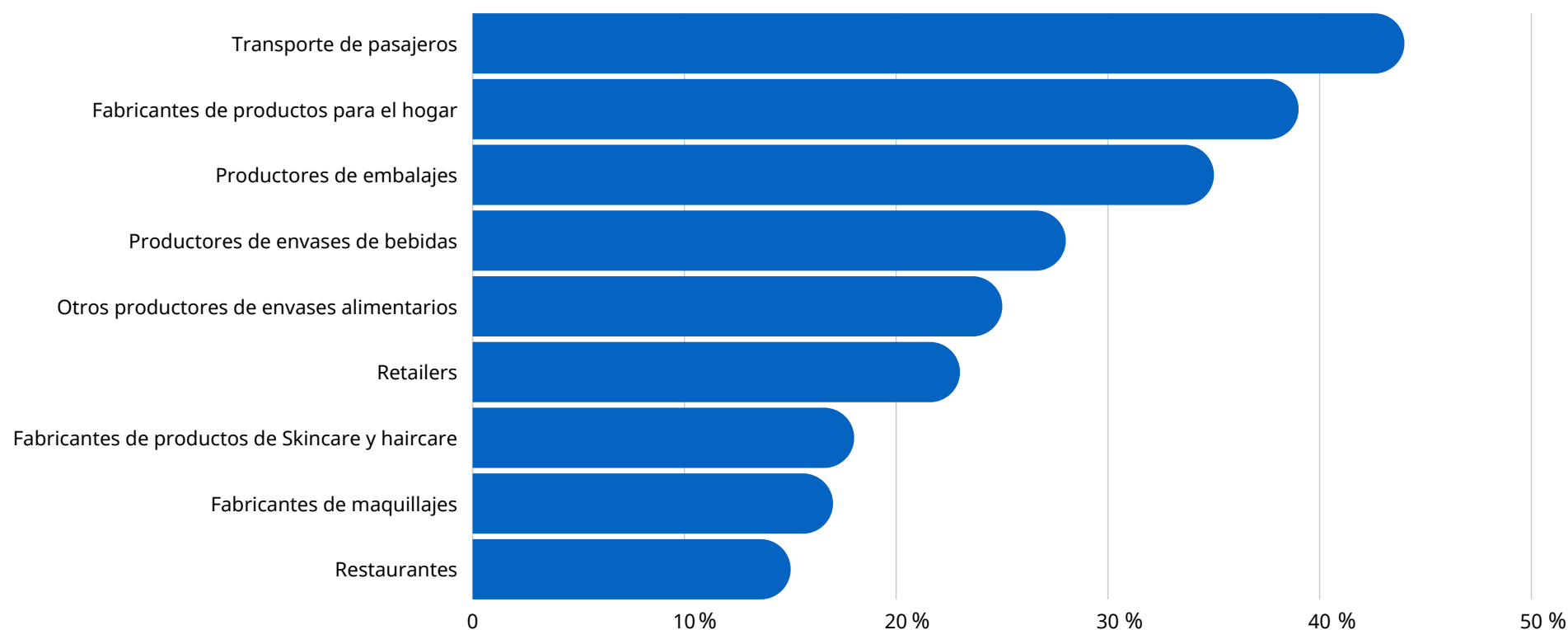
81%

de los consumidores a nivel global dice que las **experiencias** son más importantes.
(desmaterialización del producto).

88%

de los consumidores a nivel global piensa que la **reforestación** es una solución para el cambio climático.

En una encuesta realizada en 2021 por Mintel, se les preguntó a los consumidores qué sector, desde un punto de vista sostenible, se hace responsables del impacto ambiental de sus actividades. El sector Beauty ocupa el séptimo lugar, solo el **18% de los usuarios encuestados**, consideran que las empresas fabricantes de productos Skin Care y Hair Care (cosmética) son responsables de proteger el medioambiente. No obstante, hay que tener en cuenta otras categorías reflejadas en esta estadística como el packaging, el retail o industrias complementarias que afectan indirectamente a nuestro sector.

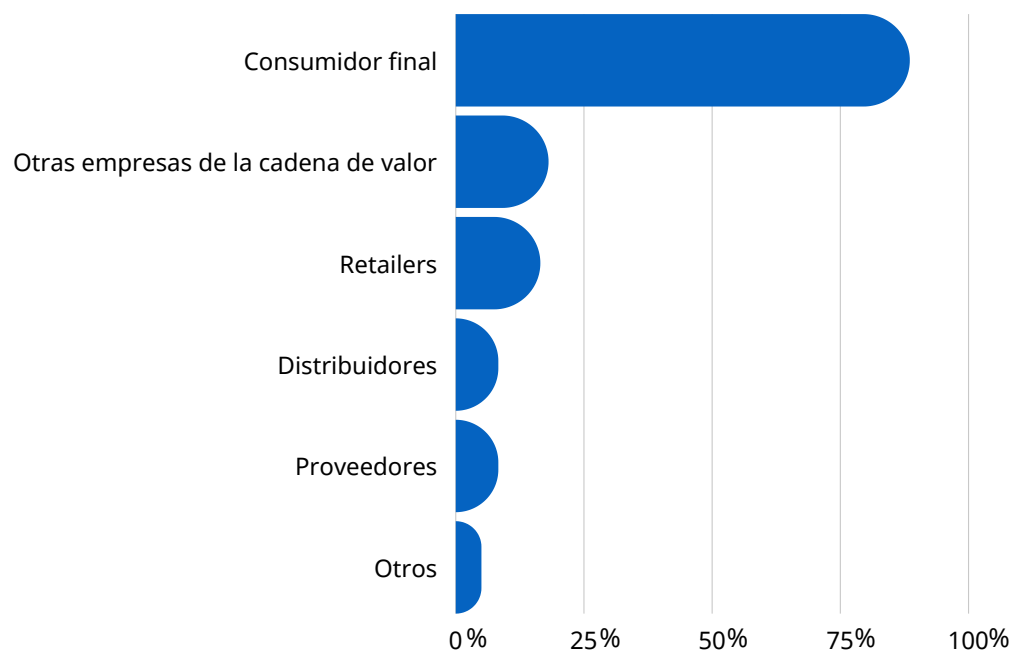


Fuente:Mintel. Marzo, 2021. Elaboración: Inèdit.

Las exigencias en materia de sostenibilidad

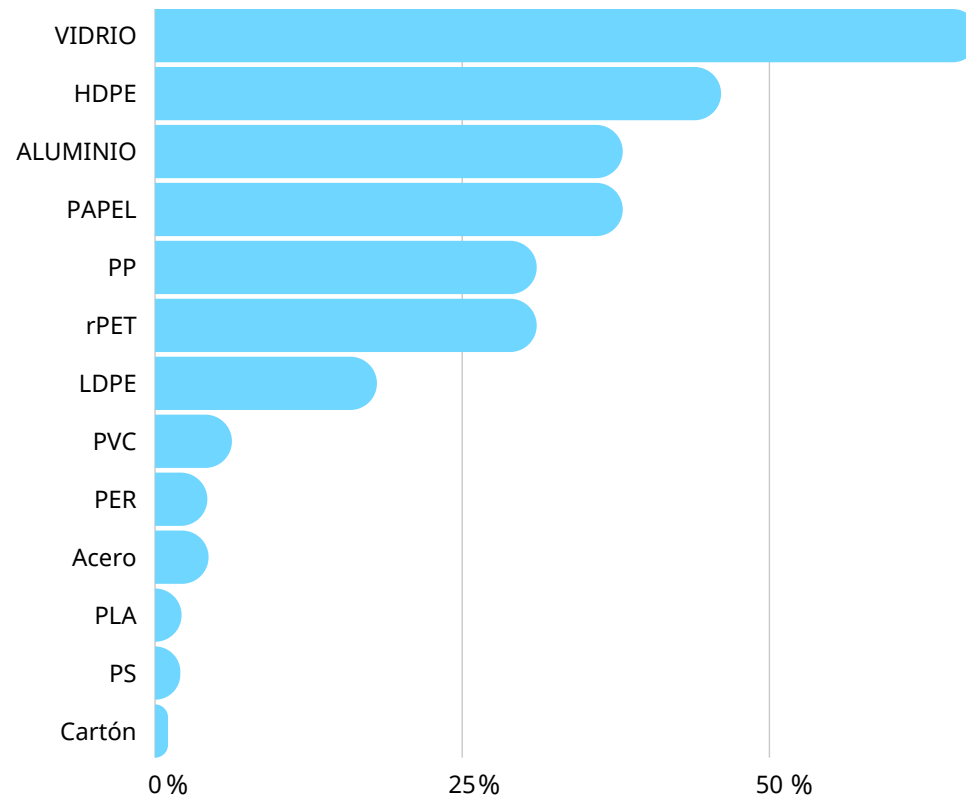
Para iniciar el camino hacia la circularidad, debemos conocer las exigencias del mercado. Según los datos recogidos a través de las encuestas, se confirma que las exigencias provienen en mayor proporción del **consumidor final (89,9%)**, en segundo lugar, de otras empresas dentro de la cadena de valor (18,6%) y en tercer lugar, de los *retailers* (16,9%). Cabe indicar que, hoy por hoy, la normativa es cada vez más, una fuerza de cambio decisiva.

¿De dónde crees que provienen las mayores exigencias o demandas entorno a la sostenibilidad o circularidad de los productos?



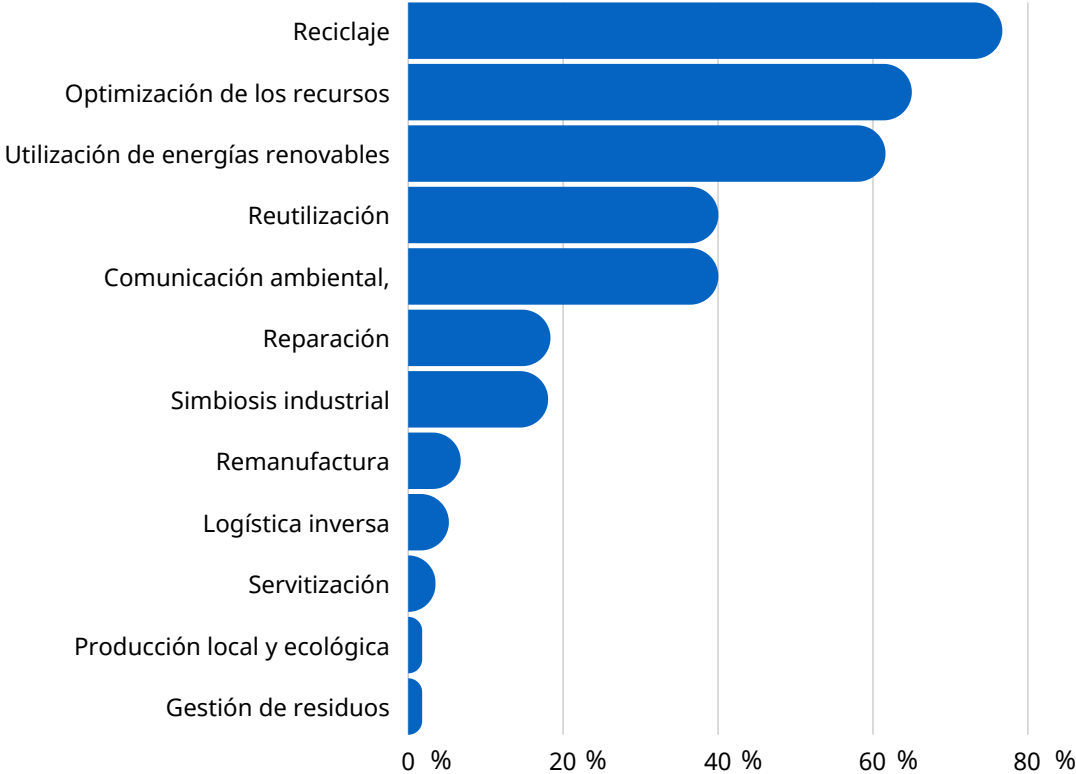
Por otro lado, los datos entregados por la encuesta, nos hablan también, de la preocupación en la elección de materiales para los envases primarios, secundarios y terciarios. El **80,3% de las empresas encuestadas** afirman utilizar envases de algún tipo en su actividad habitual y el **59,2% de los encuestados** está valorando incorporar materiales reciclables y/o compostables en su actividad.

¿Qué materiales usáis principalmente en los envases?



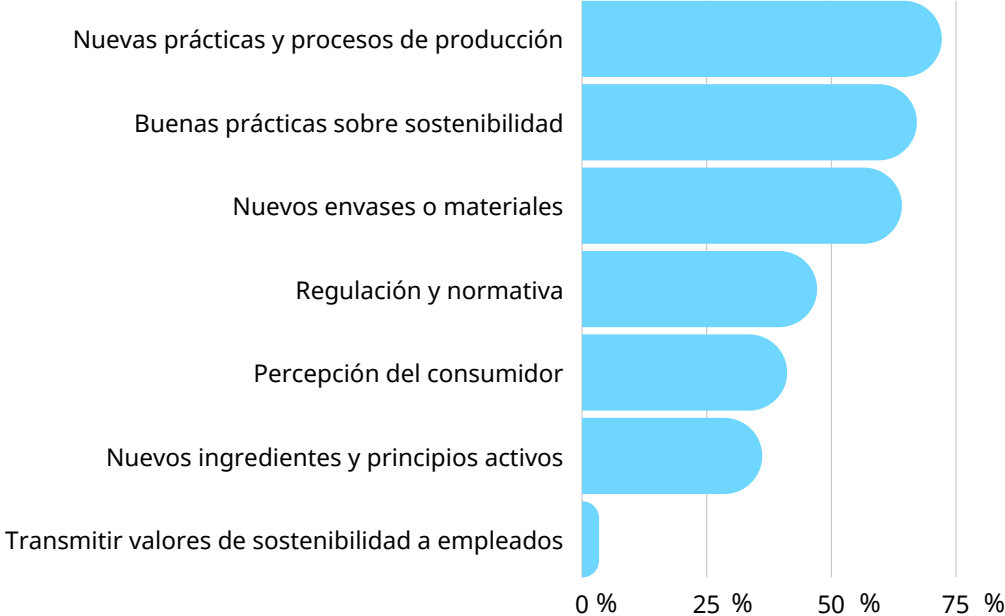
Gráficos, Resultados de la encuesta sectorial. Economía circular en la empresa - Elaboración Inèdit, 2021.

A nivel empresarial, la estrategia de economía circular más aplicada **es el reciclaje (76,7%)**, seguido de la optimización de recursos (como por ejemplo, el cambio de formato o la reducción de gramaje), la utilización de energías renovables, la comunicación ambiental y el refill/ reutilización. En relación con las estrategias aplicadas, las empresas encuestadas han considerado **que la exploración de sinergias dentro de un mismo sector para fomentar las buenas prácticas de EC tiene potencial y es factible.**



Más de la mitad de los encuestados están actualizando los conocimientos en materia de sostenibilidad y materiales, recopilando información de sus envases para mejorarlos.

Hay un interés para llevar a cabo cambios internos, pero los conocimientos que faltan sobre sostenibilidad, para que las empresas puedan avanzar son:



Gráficos, Resultados de la encuesta sectorial. Economía circular en la empresa - Elaboración Inèdit, 2021.

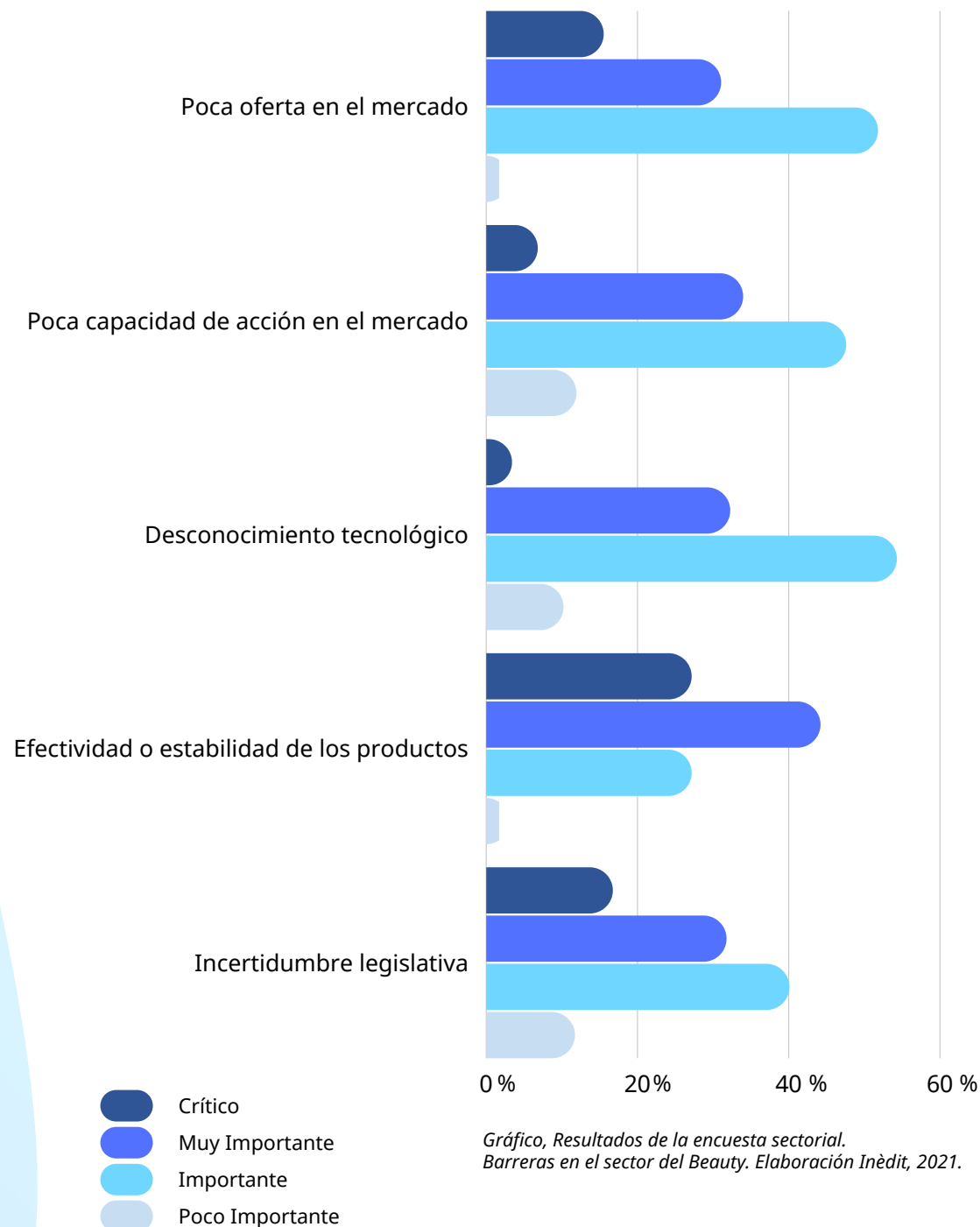
Las barreras actuales en el sector *Beauty*

Si bien la sostenibilidad se traslada dentro de una empresa en forma de diferentes estrategias y metodologías, las barreras que nos podemos encontrar, son, en algunos casos compartidas a nivel sectorial. Estas pueden ir desde la efectividad o estabilidad de los productos, hasta la poca capacidad de acción en el mercado, el desconocimiento tecnológico, la incertidumbre legislativa y la poca oferta en el mercado.

Según los datos recabados en la encuesta, vemos que las barreras con mayor importancia son:

1. El desconocimiento tecnológico.
2. La poca oferta en el mercado.
3. La poca capacidad de acción en el mercado.

Según algunas de las empresas entrevistadas, hay otras 3 barreras clave. En el ámbito del *packaging*, existe la barrera industrial; según las condiciones y la tipología de proveedor hay poco margen de maniobra para hacer cambios de formato y materiales. A nivel organizacional e interno, existe la barrera cultural y estructural, la cual desincentiva cambiar los procesos que tradicionalmente han generado y generan buen negocio. Finalmente, la barrera de la demanda, según el *buyer persona* de cada empresa esta barrera puede variar, aunque en casos donde el cliente tiene una edad avanzada, la implementación de estrategias de economía circular es poco atractiva.





DEFINIMOS ESTRATEGIAS PARA CONECTAR A PERSONAS CON TU MARCA

6 de cada 10 consumidores europeos opinan que
la sostenibilidad no es solo su responsabilidad,
sino que depende de las empresas.*

*Estudio Fundacional de Sostenibilidad de Kantar.

imago

ESTRATEGIA | COMUNICACIÓN | REDES SOCIALES | DISEÑO | SOSTENIBILIDAD

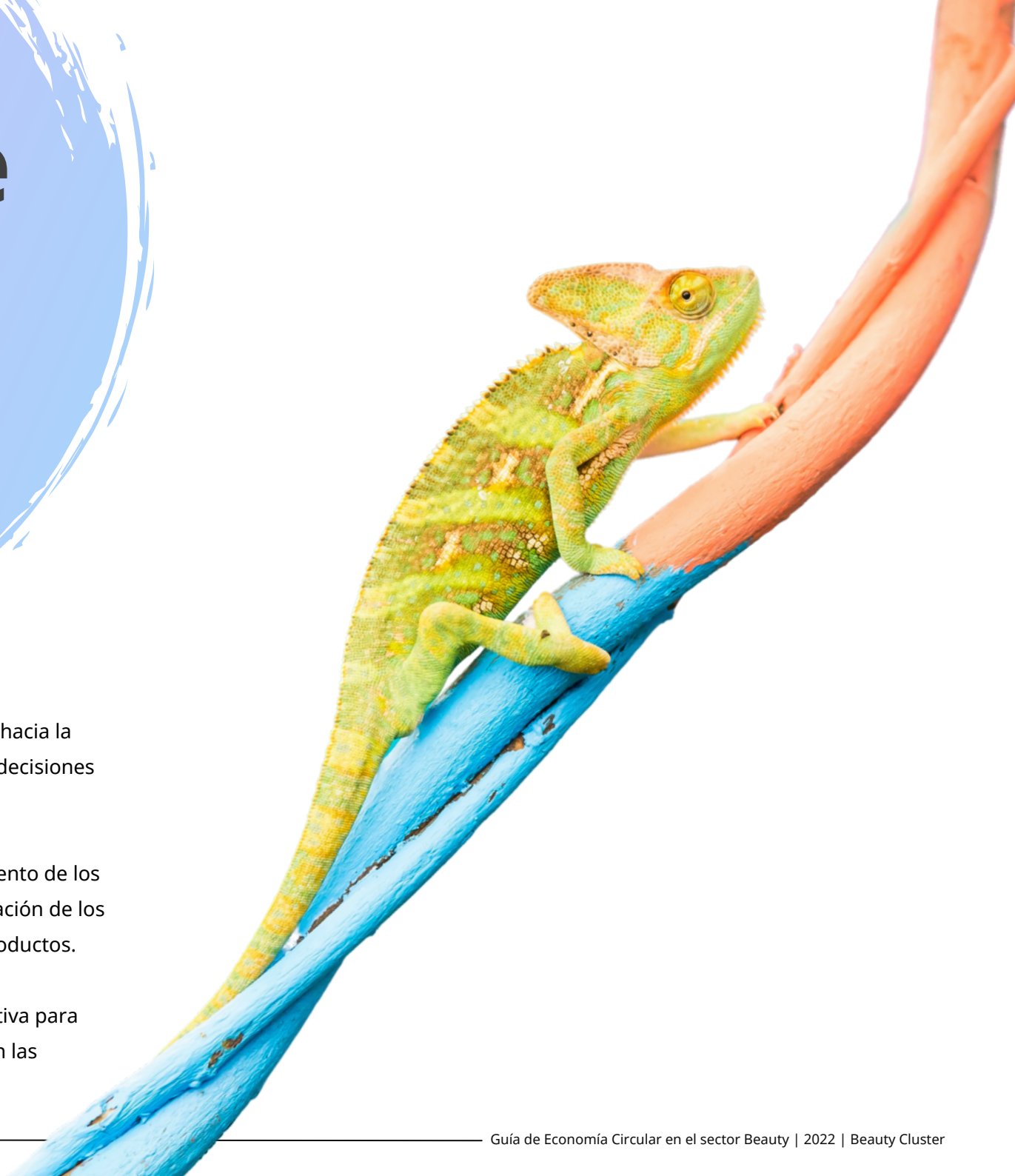
WWW.IMAGO-MC.COM

Fuerzas de cambio en el sector *Beauty*

Conocer e identificar las fuerzas de cambio que empujan hacia la economía circular en sector Beauty, nos ayudan a tomar decisiones estratégicas a nivel empresarial y sectorial.

Para su identificación hemos considerado el comportamiento de los consumidores, la escasez de los materiales para la fabricación de los envases y las formulaciones de los ingredientes de los productos.

Cabe mencionar que el sector, tiene una disposición positiva para avanzar hacia una visión circular y sostenible, con base en las siguientes fuerzas de cambio.





Inversiones sostenibles

Inversión en proyectos ESG **(Environmental, Social and Governance)**. Las empresas que llevan a cabo estrategias sostenibles y se posicionan con una visión circular y valores sociales están atrayendo inversión de manera exponencial. Vemos fondos de inversión como **Closed Loop Partners**, que se especializan en proyectos de economía circular.



Evolución de la normativa y la legislación

La normativa y la legislación promulgada en los últimos años, evidencia una transición hacia una práctica empresarial cada vez más **transparente y regulada**, en pos de un bien común. Las políticas de **apoyo a la ecoinnovación** son relevantes para fomentar la entrada en el mercado de productos y soluciones sostenibles, así como para incrementar la demanda global. En este sentido, la **presión legislativa** sobre las empresas seguirá creciendo, con el fin de aplicar principios básicos de la legislación ambiental europea, tales como el principio de 'quien contamina, paga'.



Interconectividad entre clientes y empresa

Internet y las nuevas tecnologías han revolucionado por completo la industria Beauty, no solo con la venta online y el **e-commerce**, sino también en aspectos de calidad del producto, embalaje y trazabilidad en la cadena de suministro. Tecnologías como el internet de las cosas (IoT), internet de los materiales (IoM), el **Blockchain**, los códigos QR o las tecnologías RFDI y la impresión 3D, se están aplicando de diferentes formas en el sector Beauty. El cálculo de la huella de carbono y la posibilidad de comunicar de manera transparente ayuda a **conectar directamente con los consumidores**, permitiéndoles saber qué están consumiendo exactamente.



Esbozo de escenarios de futuro resilientes

Kristalina Georgieva, directora del Fondo Monetario Internacional (FMI), afirmaba que **"si este mundo sale de esta crisis, hemos de hacer todo lo que podamos para que sea a través de una recuperación circular que nos permita vivir en un mundo más resiliente"**. Se requiere, por tanto, la creación de un modelo económico que se adapte constantemente a los cambios a través de modelos de producción y compra regenerativos e innovadores.

Fuerzas de cambio



Nuevas generaciones

Millennials y Gen Z están transformando la visión de futuro de la industria de la belleza. Los **consumidores** están cada vez más **empoderados** al tener más opciones de compra y más información al alcance. Además, el deseo de adquirir productos **social y medioambientalmente respetuosos con el entorno**, es un criterio de compra que comienza a percolar en la sociedad actual.



Nuevos modelos de negocio circulares

Anteriormente, la sostenibilidad era una estrategia llevada a cabo exclusivamente por el departamento de marketing. Con el compromiso de aplicar estrategias sostenibles desde nivel directivo, esta responsabilidad se ha ido distribuyendo hacia todos los **departamentos de la organización**, y en exclusivo en el departamento de desarrollo e innovación. Además, están apareciendo cada vez más empresas con modelos de negocios enfocados desde del inicio, a ofrecer servicios/productos eficientes y eco diseñados.



Sensibilización en torno la sostenibilidad

Cada vez más se está poniendo en alza la importancia de **educar** y **sensibilizar** a la ciudadanía, las empresas y a la administración, en torno a la sostenibilidad, con énfasis en la **cadena de valor**, proveyéndola de una **visión sistémica, permeable** a todos los sectores. Actualmente, desde diferentes instituciones se impulsan cursos de formación y concienciación que ayudan al diseño y la implementación de estrategias sostenibles.



Incorporación de métricas circulares

Las estrategias empresariales se adaptan a la urgencia que genera el cambio climático. Empresas de todos los sectores, comienzan a repensar su modelo de negocio para ofrecer **nuevos servicios** orientados al uso más eficiente de los recursos, los procesos, impacto energético, entre otros. Como ya se ha mencionado, la **medición** de la huella de carbono, es una buena herramienta para iniciar a conocer y difundir el estado sostenible actual de las empresas.

Hoy en día, una de las herramientas más utilizadas para la obtención de métricas circulares, y por consiguiente, para la creación de un relato sostenible, es la **cuantificación de una huella de carbono**.

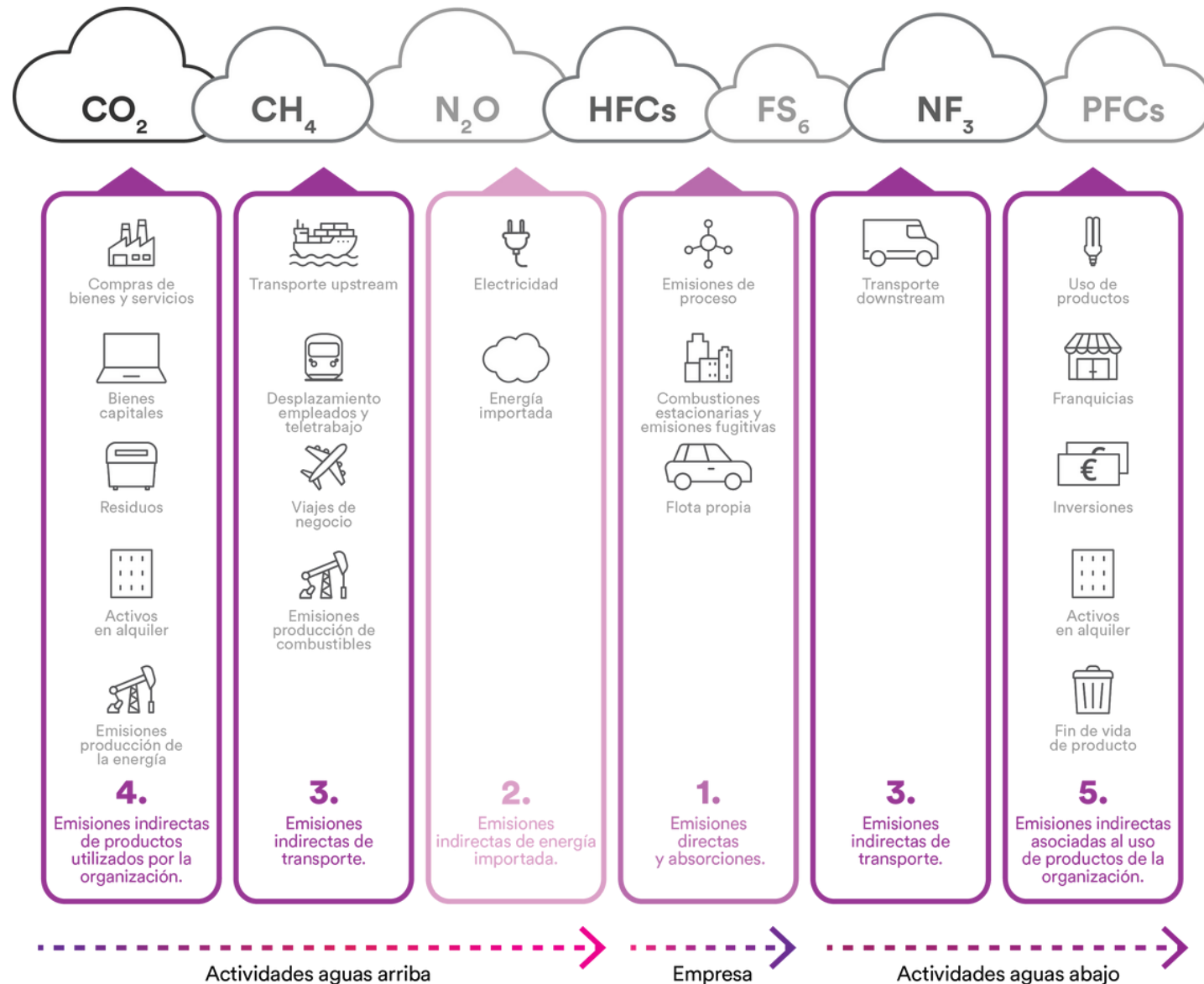
Como define la norma ISO 14064, mide la cantidad total de emisiones de GEI directas e indirectas provenientes del desarrollo de la actividad de dicha organización. Considerando la cadena de valor y la cadena de suministros, correspondiente al círculo próximo de influencia de la empresa.

Las emisiones se distribuyen en los siguientes alcances:

Scope 1 Emisiones directas y absorciones.

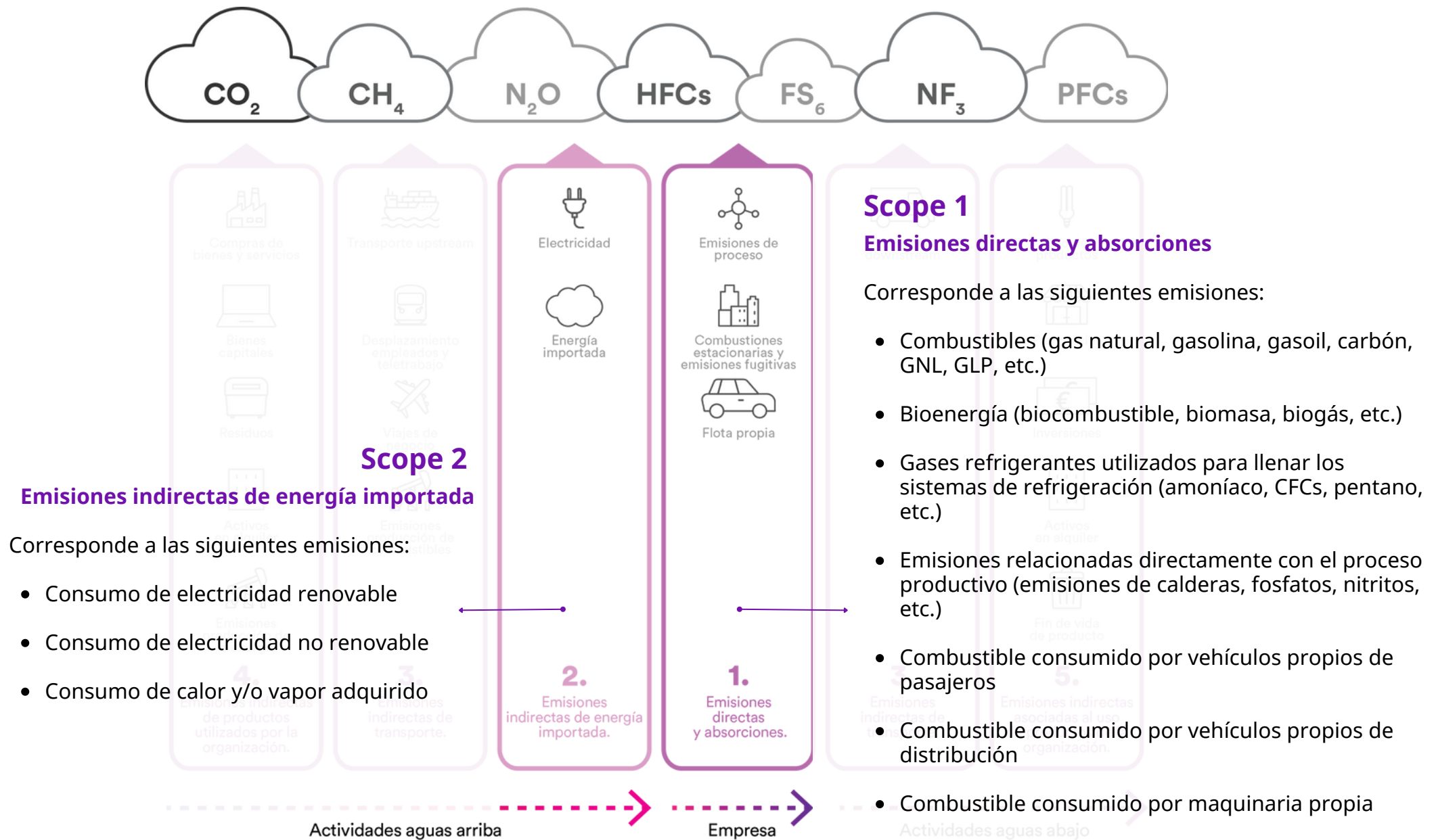
Scope 2 Emisiones indirectas de energía importada

Scope 3 Emisiones indirectas de productos utilizados en la organización, emisiones asociadas al uso de los productos de la organización y emisiones de transporte.



Los números en el gráfico representan los siguientes Scopes

Incorporación de métricas circulares

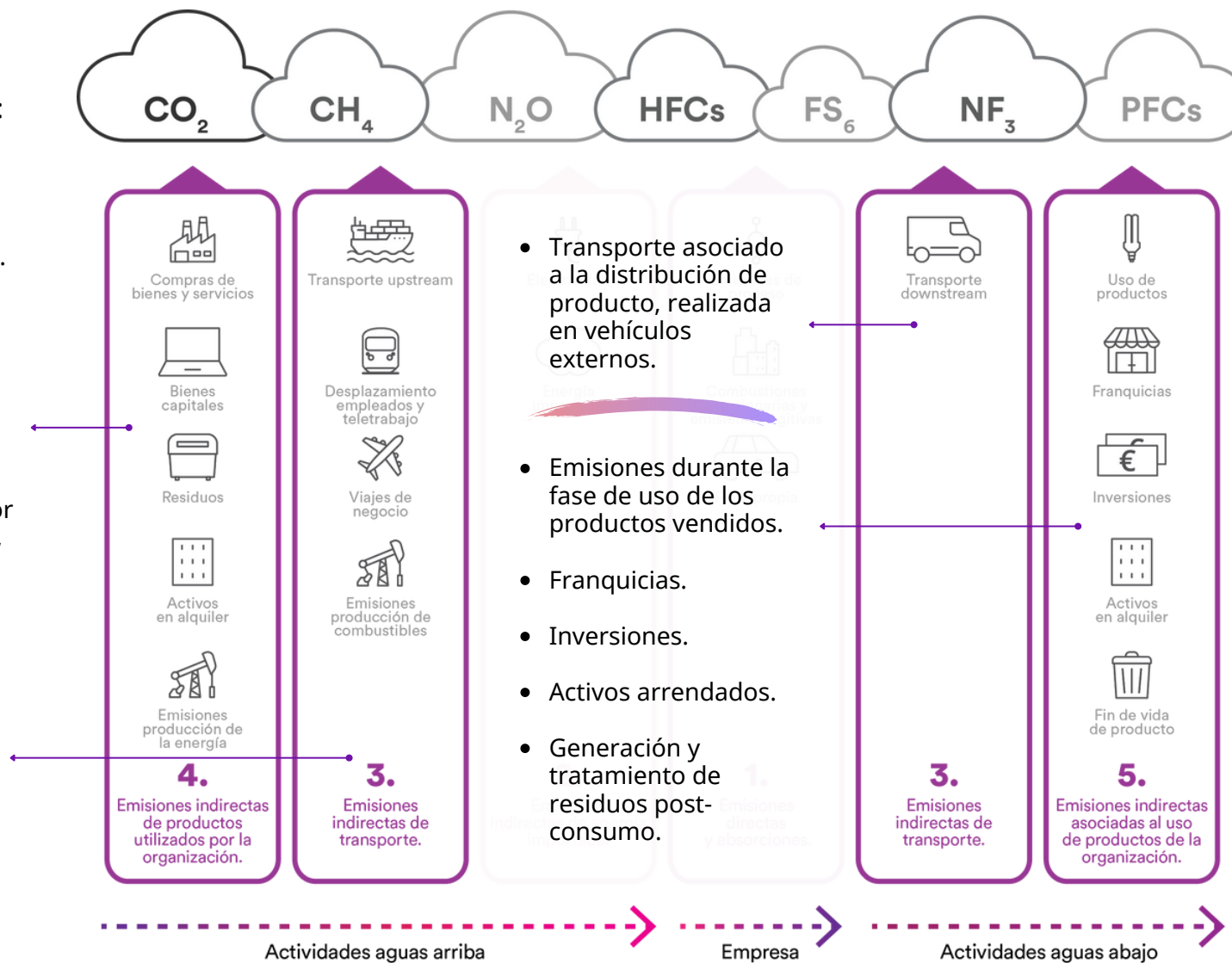


Scope 3

Emisiones indirectas de productos utilizados en la organización, emisiones asociadas al uso de los productos de las organización y emisiones de transporte.

Corresponde a las siguientes emisiones:

- Productos y servicios adquiridos a terceros (incluye materias primas y consumibles/materiales utilizados en el proceso de fabricación, packaging, etc.).
- Bienes de capital (capital goods).
- Generación y tratamiento de residuos durante los procesos de producción.
- Activos arrendados.
- Generación de la energía consumida por la organización (extracción, producción, transporte).
- Transporte asociado a la compra de productos realizado en vehículos externos.
- Desplazamientos de las personas empleadas a los puestos de trabajo.
- Viajes de negocios realizados en vehículos externos.
- Generación de los combustibles consumidos por la organización (extracción, producción, transporte).



Contexto normativo en el sector *Beauty*

Para que las empresas puedan tomar decisiones concretas, e implementar un desarrollo progresivo en el tiempo, además de lograr una visión de marca sostenible e integrada a todos sus departamentos, es necesario conocer la normativa y legislación vigente y futura. Su cumplimiento proporciona un marco de transición hacia una práctica empresarial enfocada en el bienestar de los consumidores y los procesos de producción éticos y sostenibles.

En las páginas siguientes encontraremos una **selección de las principales normativas e instrumentos legislativos** a nivel europeo y nacional.

Están clasificadas en los siguientes apartados:

Principales instrumentos legislativos de la Unión Europea

Protocolos internacionales

Instrumentos voluntarios de la Unión Europea

Instrumentos legislativos nacionales

Certificaciones

Principales instrumentos legislativos de la Unión Europea

Nombre	Descripción	Sectores afectados	Año de publicación
El Pacto Verde Europeo	El Pacto Verde Europeo (European Green Deal) es un paquete de medidas para combatir el cambio climático, lanzado por la Comisión Europea. Tiene como objetivo que Europa sea, en 2050, el primer continente climáticamente neutro . El Pacto Verde, por tanto, es el marco que engloba todos los planes de acción e iniciativas relacionadas con la economía circular, la protección de la biodiversidad y la agricultura sostenible, entre otros.	A todos los sectores en general	2019
Nuevo plan de acción para la economía circular	El plan de acción de economía circular incluye propuestas legislativas y un conjunto de iniciativas con el fin de estimular la transición de Europa hacia una economía circular, impulsar la competitividad mundial, fomentar un crecimiento económico sostenible y generar nuevos puestos de trabajo. En particular, aspira a establecer un marco sólido para la creación de productos y servicios sostenibles, así como fomentar hábitos de consumo que impliquen una reducción en la generación de residuos . Dentro de plan de acción se definen planes de trabajo con una duración de 4 años, donde se definen más concretamente proyectos focalizados en diferentes sectores.	Sector industrial, sector del packaging, sector de la gestión de residuos, sector de electrónica, sector de la construcción, sector agroalimentario	2020

Protocolos internacionales

Nombre	Descripción	Sectores afectados	Año de publicación
Protocolo de Nagoya	El protocolo de Nagoya es un acuerdo complementario al Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) que tiene como objetivo la participación justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos y el conocimiento tradicional asociado .	Sector de la biomedicina, sector de la cosmética, sector de la biología...	2014
Convenio de Biodiversidad	Bajo el programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente se negoció el Convenio de Diversidad Biológica, el cual constituye un tratado universal con el objetivo de conservar la biodiversidad biológica , promocionar el uso sostenible de sus componentes y asegurar el reparto justo y equitativo de los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos.	Todos los sectores los cuales sus actividades tienen relación con el entorno biofísico.	1993
Acuerdo de París	Bajo el Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático se estableció el Acuerdo de París, un documento que establece medidas a nivel global para reducir las emisiones de efecto invernadero a partir del año 2020.	Todos los sectores en general	2015

Instrumentos voluntarios de la Unión Europea

Nombre	Descripción	Sectores afectados
Sistema de Gestión y Auditoría Medioambientales	El Sistema de Gestión y Auditoría Medioambientales de la UE (EMAS: Environmental management in organizations) es un instrumento de gestión de desarrollado por la Comisión Europea para que las empresas y otras organizaciones evalúen, informen y mejoren su comportamiento medioambiental .	Todos los sectores
Huella Ambiental de los Productos	Con el objetivo de llevar al mercado productos verificados como sostenibles, la Dirección General de Medio Ambiente de la Comisión Europea está testeando métodos que incluyen la cuantificación de la huella ambiental de los productos (The Product Environmental Footprint) y la huella ambiental de las organizaciones , como forma de medir el comportamiento ambiental.	Todos los sectores

Estrategia Española de Economía Circular

España Circular 2030

“España Circular 2030 sienta las bases para impulsar un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible, reduciendo al mínimo la generación de residuos y aprovechando, con el mayor alcance posible, los que no se pueden evitar. La Estrategia contribuye así a los esfuerzos de España para lograr una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva”.



Instrumentos legislativos nacionales

Nombre	Descripción	Sector afectado	Año de publicación
Real Decreto que regula los productos cosméticos	El nuevo Real Decreto garantiza que los productos cosméticos comercializados en España sean eficaces, de calidad y seguros para el consumidor. El escrito pretende acercar la normativa nacional al Reglamento europeo de cosméticos.	Sector de la cosmética	2018
Proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envases	El proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envases , que entraría en vigor a mitades de 2022 aspira a realizar una revisión integral y coherente de toda la normativa de envases y residuos de envases actualmente en vigor incorporando aspectos contemplados en la Directiva 2018/852 y la Directiva 2019/904 sobre plásticos de un solo uso. Un punto a destacar es el desarrollo del régimen de responsabilidad ampliada del productor para todos los envases y residuos de envases.	Todos los sectores que generen residuos de envases en su actividad	2021
Ley de Cambio Climático y Transición Energética de España	La Ley de Cambio Climático y Transición Energética de España establece los objetivos mínimos nacionales para alcanzar la plena descarbonización de la economía antes de 2050 , lo que recoge medidas para la promoción del autoconsumo, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y el uso de energías renovables.	Todos los sectores en general	2021
Ley de Residuos y Suelos Contaminados	La Ley de residuos y suelos contaminados tiene por objeto regular la gestión de los residuos impulsando medidas que prevengan su generación y mitiguen los impactos adversos sobre la salud humana y el medio ambiente asociados a su generación y gestión, mejorando la eficiencia en el uso de los recursos . La nueva ley introduce restricciones a determinados productos de plástico de un solo uso , revisa la responsabilidad ampliada del productor (en coherencia con la normativa europea), e incorpora medidas fiscales (en concreto, un impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables y el impuesto sobre el depósito de residuos en vertederos, la incineración y la co incineración de residuos).	Todos los sectores en general	2022

Certificaciones

Nombre	Descripción	Sector afectado	Duración
Sello Ecocert	Ecocert es una entidad certificadora que emite cerca de 150 normas, públicas o privadas, nacionales o internacionales, garantizando y promoviendo las mejores prácticas respetuosas con el medio ambiente y con conciencia social .	Todos los sectores en general	-
Certificaciones Ecovadis	La calificación EcoVadis abarca una amplia gama de sistemas de gestión no financieros que incluye los impactos de medio ambiente, prácticas laborales y derechos humanos, ética y compras sostenibles .	Todos los sectores en general	-
Cosmos Ecocert	La certificación permite la comercialización de sus cosméticos orgánicos o naturales , garantizando procesos de producción y procesamiento ecológicos y saludables , un uso responsable de los recursos naturales, respeto de la biodiversidad, ausencia de ingredientes petroquímicos, ausencia de OGM y el uso de envases reciclables.	Sector de la cosmética	-
BCorp	B Corp es el estándar global que reconoce a las empresas con propósito , midiendo el desempeño social y ambiental de toda la compañía, a la vez que define su identidad. La entidad emisora utiliza la herramienta online y gratuita "Evaluación de Impacto B", que evalúa el impacto positivo que las empresas generan en los trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes.	Todos los sectores en general	3 años
Certificaciones ISO	Las normas ISO son elaboradas por grupos de expertos agrupados en comités que proporcionan criterios armonizados, definiciones y directrices para las diferentes etiquetas, alegaciones y declaraciones que prevalecen hoy en el mercado. Las normas ISO pueden hacer referencia al etiquetado y declaraciones ambientales, así como declaraciones de calidad y buenas prácticas, entre otras. En el sector de la cosmética algunos ejemplos de normas ISO aplicables son: ISO 17025 e ISO 16128	Todos los sectores en general	3 años
Etiqueta Ecológica Europea	La EEE (etiqueta ecológica europea) fue creada en 1992 con el objetivo de promover productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medio ambiente. Se trata de una Etiqueta tipo I.(ver página 26)	Todos los sectores en general	-

Certificaciones Sociales

Nombre	Descripción	Sector afectado
SEDEX	SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) es una organización global sin fines de lucro que permite a las empresas trabajar juntas para administrar mejor su desempeño social y ambiental, y así, mejorar las condiciones de trabajo en toda la cadena de suministro a nivel mundial.	Todos los sectores en general
Cites	Cites es un acuerdo internacional concertado entre los gobiernos. Tiene como objetivo velar por el comercio internacional de especímenes de animales y plantas silvestres no constituya una amenaza para la supervivencia de las mismas. La certificación autoriza el comercio de exportación e importación de productos provenientes de especímenes animales o plantas protegidos.	Todos los sectores en general que comercien con productos provenientes de especies animales o plantas protegidas.
Great Place To Work	Certificación que indica la calidad del lugar del trabajo. El sello indica que la empresa es un buen lugar para trabajar y desarrollarse profesionalmente.	Todos los sectores en general

Ecoetiquetas

Ecoetiquetas	Descripción	Sector afectado
Tipo I	Las etiquetas tipo I están desarrolladas por una entidad externa e informan sobre parámetros establecidos y que cumplen unos requisitos ambientales determinados. En el ámbito de la Generalitat de Catalunya, el organismo competente para conceder etiquetas ecológicas tipo I es la Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático. Concretamente, tiene competencia en la concesión del distintivo de garantía de calidad ambiental y la Etiqueta ecológica de la Unión Europea.	Todos los sectores en general
Tipo II	Las ecoetiquetas de tipo II son auto declaraciones de las empresas y carecen de garantías. Es decir, son autodeclaraciones que realiza el fabricante de sus productos sobre alguna característica ambiental en concreto de un artículo que comercializa. No existe supervisión ni verificación por una entidad externa.	Todos los sectores en general
Tipo III	Las etiquetas tipo 3 nos dan información basada en el análisis del ciclo de vida (conocido por sus siglas ACV) sobre el producto en cuestión. Por tanto, es una información objetiva y cuantitativa sobre el impacto medioambiental que éste tiene. Además, el producto está sometido a verificación por parte de una entidad externa al fabricante que le otorga esta Ecoetiqueta. La entidad de control debe estar homologada.	Todos los sectores en general

Comunicación estratégica: Claims en el sector *Beauty*

Como comunicar las innovaciones en materia de sostenibilidad es esencial para cualquier empresa, es por esto que en la presente guía recopilamos un conjunto de Claims, palabras o frases que funcionan como estrategias comunicativas de venta para resaltar las características del producto y/o el envase y/o la empresa. Según recomienda la Comisión de la Unión Europea, el uso de los siguientes Claims debería cumplir los siguientes requisitos:

- 1) Reflejar un beneficio medioambiental verificable durante todo el ciclo de vida del producto; o indicar sobre a qué área de la cadena de suministro está relacionado el beneficio ambiental.**
- 2) Educar al consumidor sobre temas sostenibles, para que se les permita tomar una decisión informada.**
- 3) Las declaraciones medioambientales deben ser exactas y basarse en datos científicos sólidos.**
- 4) Las empresas deben evitar hacer afirmaciones exageradas que son difíciles de comprobar, tales como 'totalmente biodegradable'.**
- 5) El beneficio ambiental no debe causar o contribuir a otro problema medioambiental.**

Comunicación estratégica: *Claims* a nivel mundial

Cabe indicar que los *claims* son una herramienta de comunicación que tiene que estar en línea con las estrategias de economía circular aplicadas en la empresa.

Como recomendación, indicar el impacto cuantitativo de la estrategia en el envase del producto ,por ejemplo, reducción de huella de carbono, es una manera fiable y transparente de comunicar. (véase anexo 4: etiquetado de envases).

A continuación, una muestra de los Claims y/o expresiones con relación a la sostenibilidad, más usadas por el sector. Estos han sido extraídos del estudio de mercado "From Sustainability to Purpose in Beauty" (Euromonitor, 2021) y datos recopilados por el Beauty Cluster a los largo de los años 2020 y 2021. Los que serán mostrados en las siguientes tablas, solo claims sostenibles, SKU existentes con ese claim y el continente dónde es más popular.

En la tabla comparativa entre los años 2020 y 2021 que vemos a la derecha, se puede observar el aumento de las referencias en 10 los claims más usados a nivel mundial. El ingreso al ranking de claims como BPA Free, FSC (Forest Stewardshio Council) y Zero Waste, habla de la preocupación por cómo se obtienen las materias primas y por sobre todo su gestión final.

Ranking 2020	Ranking 2021	Ranking de Claims más usados en 2021	SKU con claim en 2020 (% de SKU total)	SKU con Claim en 2021 (% de SKU total)	Región
	1	Natural	331.575 (4,15%)	↑ 334.702 (4,26%)	Asia Pacífico
	2	Organic	273.303 (4,82%)	↑ 330.015 (5,33%)	Europa Occidental
	3	Environmental Friendly	107.160 (1,89%)	↑ 136.269 (2,20%)	Europa Occidental
	4	Can Be Recycled	31.777 (0,56%)	↑ 47.345 (0,77%)	Europa Occidental
↑	5	From Recycled Materials	16.503 (0,29%)	↑ 29.092 (0,47%)	Europa Occidental
↓	6	Biodegradable (product)	18.725 (0,33%)	↑ 27.318 (0,44%)	Europa Occidental
	7	Fairtrade	8.472 (0,15%)	↑ 11.715 (0,19%)	Europa Occidental
	8	From Sustainable Source (product)	3.671 (0,19%)	↑ 5.495 (0,21%)	Norte América
↑	9	BPA Free	2.896 (0,15%)	↑ 4.303 (0,17%)	Norte América
↑	10	FSC (Forest Stewardship Council)	1.945 (0,03%)	↑ 3.630 (0,06%)	Europa Occidental
↑	11	Zero Waste	1.630 (0,03%)	↑ 2.801 (0,05%)	Europa Occidental
↓	12	Plastic Free Packaging	3.652 (0,02%)	↓ 2393 (0,04%)	Asia Pacífico

Fuente: From Sustainability to Purpose in Beauty, Euromonitor, 2021

Comunicación estratégica: *Claims* a nivel Europeo

A nivel Europeo, el uso de los 10 primeros Claims no difiere mucho del resto del mundo, estando a la cabeza en el años 2021:

[1] Organic, [2] Natural, [3] Environmental Friendly. Respecto al año 2020, podemos observar cambios en los Claims, Natural y Biodegradable bajan un puesto.

Ranking	Ranking de Claims más usados EUROPA OCCIDENTAL 2020
1	Natural
2	Organic
3	Environmental Friendly
4	Can Be Recycled
5	Biodegradable
6	From Recycled Materials
7	Fairtrade
8	From Sustainable Source (product)
9	BPA Free
10	FSC (Forest Stewardship Council)

Ranking	Ranking de Claims más usados EUROPA OCCIDENTAL 2021
1	Organic
2	Natural
3	Environmental Friendly
4	Can Be Recycled
5	From Recycled Materials
6	Biodegradable
7	Fairtrade
8	From Sustainable Source (product)
9	BPA Free
10	FSC (Forest Stewardship Council)



Fuente: *From Sustainability to Purpose in Beauty*, Euromonitor, 2021

Comunicación estratégica: *Claims* más usados por región

A continuación, haremos un repaso por los claims más usados por región, a escala mundial. Haciendo una comparativa entre sus usos en el año 2020 y 2021.

Ranking	Ranking de Claims más usados ASIA 2020	Ranking de Claims más usados ASIA 2021
1	Natural	Natural
2	Organic	Organic
3	Environmental Friendly	Environmental Friendly
4	Can Be Recycled	Can Be Recycled
5	Biodegradable	Fairtrade
6	From Recycled Materials	From Recycled Materials
7	Plastic Free Packaging	Biodegradable
8	BPA Free	BPA Free
9	From Sustainable Sources (Product)	Plastic Free Packaging
10	Waterless/Water-Saving	Reef/Ocean Safe



Ranking	Ranking de Claims más usados EUROPA DEL ESTE 2020	Ranking de Claims más usados EUROPA DEL ESTE 2021
1	Natural	Natural
2	Organic	Organic
3	Environmental Friendly	Environmental Friendly
4	Biodegradable	Biodegradable
5	Can Be Recycled	Can Be Recycled
6	From Recycled Materials	From Recycled Materials
7	Fairtrade	Fairtrade
8	BPA Free	From Sustainable Sources (Product)
9	From Sustainable Sources (Product)	FSC (Forest Stewardship Council)
10	FSC (Forest Stewardship Council)	BPA Free



Ranking	Ranking de Claims más usados AMÉRICA LATINA 2020	Ranking de Claims más usados AMÉRICA LATINA 2021
1	Natural	Natural
2	Organic	Organic
3	Environmental Friendly	Environmental Friendly
4	Biodegradable (Product)	Can Be Recycled
5	Can Be Recycled	Biodegradable (Product)
6	From Recycled Materials	From Recycled Materials
7	Fairtrade	Fairtrade
8	BPA Free	BPA Free
9	Recycled Pet	Recycled Pet
10	Reef/Ocean Safe	Reef/Ocean Safe



Fuente: From Sustainability to Purpose in Beauty, Euromonitor, 2021

Comunicación estratégica: Claims más usados por región

Ranking	Ranking de Claims más usados MEDIO ORIENTE Y ÁFRICA 2020	Ranking de Claims más usados MEDIO ORIENTE Y ÁFRICA 2021
1	Natural	Natural
2	Organic	Organic
3	Environmentally Friendly	Environmentally Friendly
4	Can Be Recycled	Can Be Recycled
5	Biodegradable (Product)	Biodegradable (Product)
6	From Recycled Materials	From Recycled Materials
7	Fairtrade	From Sustainable Sources (Product)
8	From Sustainable Sources (Product)	Fairtrade
9	BPA Free	BPA Free
10	Reef/Ocean Safe	Reef/Ocean Safe



Ranking	Ranking de Claims más usados NORTE AMÉRICA 2020	Ranking de Claims más usados NORTE AMÉRICA 2021
1	Natural	Natural
2	Organic	Organic
3	Environmentally Friendly	Environmentally Friendly
4	Can Be Recycled	Can Be Recycled
5	Biodegradable (Product)	Biodegradable (Product)
6	From Recycled Materials	From Recycled Materials
7	Fairtrade	Fairtrade
8	From Sustainable Sources (Product)	From Sustainable Sources (Product)
9	BPA Free	BPA Free
10	Reef/Ocean Safe	Reef/Ocean Safe

Fuente: From Sustainability to Purpose in Beauty, Euromonitor, 2021

Definición de los *Claims* más usados.

Natural	<i>Claim</i> referido a productos hechos a partir de ingredientes derivados de materiales vegetales, minerales o animales. Estos no contienen aditivos, no provienen de fuentes artificiales y/o sintéticas.
Organic	Hace referencia a la manera en que se cultiva un ingrediente, sin pesticidas, fertilizantes químicos, sulfatos o antibióticos.
Environmental Friendly	Son productos respetuosos con el medio ambiente. Estos pueden haberse elaborado con ingredientes naturales, orgánicos y a partir de técnicas o prácticas que no tienen un impacto negativo sobre el medio ambiente.
Can Be Recycled	Frase relacionada a productos cuyo envase se puede reciclar, ya sea, por el contenido de sus materiales, su color y su forma.
Biodegradable (Product)	Son aquellos productos con ingredientes que se descomponen completamente por microorganismos en presencia de oxígeno. El nivel de biodegradabilidad depende de la susceptibilidad que tiene el compuesto/ sustancia química a ser descompuesta por microorganismos.
From Recycled Materials	Alude a envases compuesto de materiales recuperados desde la misma industria u otras de proximidad.
Fairtrade	Se refiere a productos con ingredientes procedentes del comercio justo. Por ejemplo, procedentes de empresas con un modelo económico orientado a prácticas justas, basado en una política de precios justos, el respeto a los derechos humanos, la promoción de condiciones de trabajo dignas y el respeto al medio ambiente y la biodiversidad.
From Sustainable Sources (Product)	Es un término con un significado muy amplio. Por lo general, hace referencia a aquellos productos que se elaboran a partir de ingredientes que no dañan el planeta o las personas. Las formulaciones son naturales y o provenientes de fuentes renovables.
Plastic Free Packaging:	Hace referencia a aquellos productos cuyo envase no contenga plástico en la composición de materiales. *El no contener plástico no implica que el envase sea sostenible y circular, se tendría que revisar la composición de materiales alternativos para tal envase.
BPA Free:	Señala a aquellos productos cuyo envase no contiene bisphenol-A, un producto químico tóxico que se ha utilizado para endurecer el plástico y que afecta como disruptor hormonal.
FSC (Forest Stewardship Council)	Hace mención a todos aquellos envases hechos a partir de papel y/o cartón proveniente de bosques gestionados con estrictas normas medioambientales, sociales y económicas.
Zero Waste	Se remite a aquellos productos o envases que no generan residuos en el medio ambiente. El término es muy global, para utilizarlo cabe hacer un análisis del ciclo de vida (tanto para los ingredientes como para los envases).
Recycled Pet	Hace referencia a aquellos productos cuyo envase contiene plástico (PET) reciclado.
Reef/Ocean Safe	Son aquellos productos que no contienen ingredientes químicos que puedan dañar las arrecifes de coral y la vida marina. El producto, por tanto solo contiene ingredientes minerales.

Tendencias y buenas prácticas

En el siguiente apartado se expondrán 4 tendencias que están definiendo el comportamiento del sector *Beauty* en términos de sostenibilidad:

1. **Gestión circular de los materiales en la producción**
2. **Formulación con ingredientes sostenibles**
3. **Optimización de los recursos, subproductos y residuos**
4. **La comunicación y el uso para la sostenibilidad.**

En el [estudio](#) “*Natural & Sustainability segmentation*”, realizado por Beiersdorf a nivel mundial, se abordó **la naturalidad y la sostenibilidad en el cuidado personal y de la piel como tendencias de consumo sólidas y en crecimiento.**

¿Pero cuáles son las **principales tendencias** que **guían el sector** hacia la sostenibilidad? ¿La visión del ciclo de vida se hace presente al momento de pensarlas?

Tendencias del mercado | ¿Hacia dónde nos dirigimos?

En esta sección, explicamos brevemente cada tendencia y pasamos a exponer las estrategias y acciones de ecodiseño vinculadas a los casos de éxito. En las fichas de las tendencias, indicamos la relación con la visión del ciclo de vida y las diferentes estrategias de eco diseño a través del gráfico situado a la parte derecha. Los casos prácticos identificados en el sector serán a nivel internacional y nacional.



Gestión circular de los materiales en la producción

Esta tendencia hace énfasis en la optimización del uso de materiales en los envases y embalajes.

Los casos prácticos ejemplifican alternativas al plástico de un solo uso, a los envases monodosis, a la desmaterialización de partes y piezas, además de una correcta gestión de los materiales en el fin de su ciclo de vida.

Por otro lado, veremos cómo el formato de envases primarios, secundarios y terciarios se ve afectado con la intención de reducir los impactos medioambientales de su uso y gestión.



Formulación con ingredientes sostenibles

Durante los últimos años, con especial atención en 2020 y 2021, los usuarios y consumidores de productos de belleza y cuidado personal, han adquirido nuevos hábitos de compra y nuevas concepciones respecto al origen de los ingredientes.

Los consumidores exigen una obtención de materias primas ética y sostenible. Conocer el lugar de procedencia, los químicos utilizados, la huella hídrica y el compromiso ético extractivo, es información crucial para el usuario. Conceptos que determinan que un ingrediente sea sostenible.



Optimización de los recursos, subproductos y residuos

La siguiente tendencia hace hincapié en la optimización del uso de los recursos que ya tenemos y la reutilización de aquellos que son considerados residuos, los cuales pueden convertirse en la materia prima de otras empresas, aprovechando sus potencialidades para la creación de nuevos productos, servicios y/o experiencias.

Orientada principalmente hacia la cadena de suministros y la gestión del fin de vida eficiente.



La comunicación y su uso en sostenibilidad

La comunicación de cara al cliente y hacia la cadena de valor, está regida por la creación de un relato sostenible, el que incorpora el uso de certificaciones, sellos y el cálculo de emisiones, entre otros.

La elaboración de una estrategia comunicativa sostenible tiene un fuerte lazo con las nuevas tecnologías de la información, siendo esta, la posibilidad de comunicar que se está haciendo en torno a la eco innovación.



Gestión circular de los materiales en la producción.

A continuación podemos encontrar diversas estrategias y acciones de ecodiseño aplicables al sector. Algunas de estas estarán ejemplificadas con casos reales.

Estrategias

- Implementar sistemas a granel.
- Eliminación de elementos del envase.
- Disminuir y adaptar el tamaño del envase.
- Eliminar los plásticos de un solo uso.
- Evitar adhesivos innecesarios.
- Priorizar materiales de origen reciclado.
- Evitar el uso y la venta de monodosis.
- Priorizar envases mono material.

Recomendaciones

- Para el rellenado (granel), la comunicación es clave y los incentivos más. ¿Dónde devuelvo el envase? Como lo devuelvo? ¿Cuál es el impacto que genero con esta acción? ¿Cómo mejora mi experiencia de compra?
- Proveer a los clientes con una nueva experiencia de compra sin envases.
- Aprovechar las características intrínsecas del producto o del packaging primario para eliminar elementos del embalaje. Desmaterializar partes que no son esenciales para el producto.
- Utilizar tecnología y R&D para sustituir el packaging adicional.
- Eliminar de las botellas, recipientes y tubos de plásticos, como el PVC o los multicapas. (véase anexo 1: tablas de materiales).
- Simplificar la composición de materiales en los envases, haciéndolos de más calidad y con un diseño más duradero.

Etapas del ciclo de vida vinculadas



Gestión circular de los materiales en la producción de envases | Casos prácticos

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Eliminación de elementos del envase.

País: Nivel Global

Categoría del sector: Cuidado personal, Packaging

Descripción:

L'Occitane en Provence lleva a cabo una política de responsabilidad social corporativa a nivel global. Originalmente, la empresa se ha centrado en el abastecimiento sostenible de ingredientes, aunque actualmente está poniendo el foco en el *packaging*. En esta línea, L'Occitane quitará la película de plástico transparente alrededor de los productos para el cuidado personal que están empaquetados en cajas (como cremas y lociones).

Principales beneficios

- Se estima que se eliminarán 8 toneladas de película de plástico transparente por año.
- En 2017 el consumo de plásticos ha sido reducido en un 7% gracias a los clientes que han optado por estas soluciones respetuosas con el medioambiente.
- Como meta para el 2025, buscan la fabricación de los envases plásticos con 100% de plástico reciclado.



[Más información](#)

Gestión circular de los materiales en la producción de envases | Casos prácticos



Implementar sistemas a granel.

País: México

Categoría del sector: Packaging, Hair Care



Descripción:

Los usuarios pueden encontrar y rellenar sus botellas vacías de champú y acondicionador en tiendas de Walmart. Los clientes pueden pagar por el peso y eligen la cantidad a recargar. Los envases a rellenar son de aluminio de 1 litro. Como ventaja competitiva en el mercado, el champú tiene un precio 16% inferior a los productos vendidos en envases de un solo uso.

Principales beneficios

- Reducción de los residuos de plástico.
- Repensar el formato de los envases.
- Cambios en el comportamiento de los consumidores.
- **Durante el período piloto de tres meses, se eliminaron más de 3.000 botellas de champú de un solo uso, equivalentes a 126 kg de plástico**

[Más información](#)

Gestión circular de los materiales en la producción de envases | Casos prácticos

Humanrace

Disminuir y adaptar el tamaño del envase.

País: Estados Unidos

Categoría del sector: Packaging, Skin Care

Descripción:

Humanrace es una marca estadounidense conocida no solo por comercializar productos veganos, cruelty-free, sin parabenos, ni aceites minerales ni siliconas, sino también acoge una visión holística de la sostenibilidad en su modelo de negocio. Promocionando la reutilización de sus envases (los usuarios se pueden suscribir para recibir el *refill* de algunos de sus productos).

Principales beneficios

- Las botellas recargables han sido diseñadas con el fabricante y han desarrollado un sellado con papel de aluminio que elimina el uso de más de 1200 tapas de plástico de un solo uso por hora durante la producción.
- Elaboración de botellas con más del 51 % de plástico post consumo reciclado y deshaciéndonos del exceso de elementos de empaque.

[Más información](#)



Gestión circular de los materiales en la producción de envases | Casos prácticos

LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS

Eliminar los plásticos de un solo uso.

País: Reino Unido

Categoría del sector: Packaging, Cuidado personal

Descripción:

En los últimos 14 años, Lush ha vendido 47 millones de unidades de champús sólidos, lo que ha permitido que 141 millones de botellas de plástico no hayan tenido que fabricarse. El fundador de WaiWai, Javier Sánchez, añade que "bien formulada, la cosmética sólida es igual o más eficaz que la convencional, ya que está más concentrada".

Principales beneficios

- Ahorro en costos (los gastos de transporte, almacenamiento y envase se ven reducidos).
- Ahorro de 3.400 toneladas de plástico al planeta.
- Lush tiene un reto y es conseguir que sus clientes puedan devolver los envases de un solo uso a sus tiendas. Queriendo reciclar 150.000 envases en 2022. Esto significa, el reciclaje de 1/3 parte de todos los envases se la empresa vende. El incentivo es pagar 0,50€ o una mascarilla.

[Más información](#)



Gestión circular de los materiales en la producción de envases | Casos prácticos

by Humankind

Eliminar los plásticos de un solo uso.

País: Estados Unidos

Categoría del sector: Packaging, Oral Care

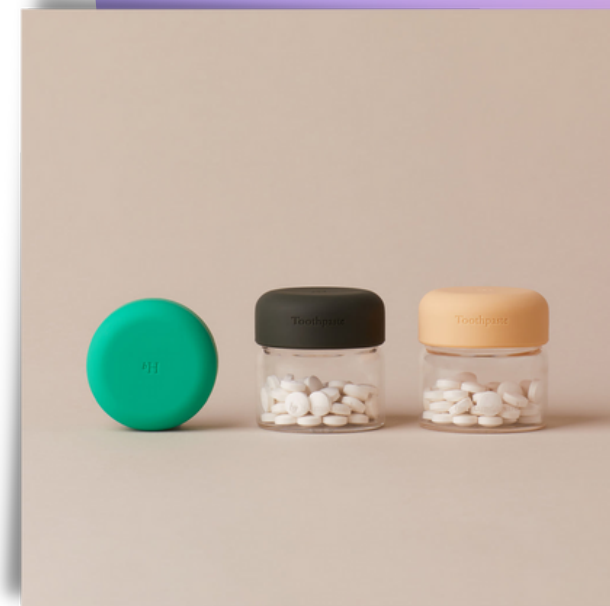
Descripción

By Humankind pone a la venta pasta dental 100% natural en forma de pastillas. No se utiliza plástico de un solo uso, las bolsas para recargar están hechas en papel Kraft y revestimiento de azúcar, por lo que el *packaging* es compostable.

Principales beneficios

- Reducción del plástico de un solo uso.
- La empresa compensa el 100 % de la huella de carbono al invertir en proyectos estratégicos de conservación de bosques.

[Más información](#)



Gestión circular de los materiales en la producción de envases | Casos prácticos



Priorizar materiales de origen reciclado

País: España

Categoría del sector: Cuidado personal, Skin Care

Descripción:

Bella Aurora Labs S.A. es una empresa especializada en marcas cosméticas que ofrece productos y servicios para dar respuesta a inquietudes específicas de la piel. El nuevo proyecto de la empresa consiste en dejar de utilizar plástico virgen en la elaboración de las botellas de su línea de limpieza.

Principales beneficios

- Reducción de la huella de Carbono en un 49%.
- Sustitución del PET por PCR (100% plástico reciclado por consumo)
- La fabricación de 1kg de plástico PCR emite 1,7kg de CO2 versus 3,5kg de 1kg de PET

[Más información](#)

ANUARIO DE PROVEEDORES

Cosmética - Perfumería - Cuidado personal





Formulación con ingredientes sostenibles

A continuación encontraréis diversas estrategias y acciones de eco diseño aplicables al sector. Algunas de estas estarán ejemplificadas con casos de éxito.

Estrategias

- Simplificación de las formulas
- Reducir el uso de agua en las fórmulas.
- Utilizar ingredientes activos y fórmulas concentradas y limpias.
- Utilización de materias primas orgánicas certificadas.
- Uso de productos biodegradables y libres de sintéticos.
- Ingredientes provenientes de comercio justo.
- Reducir el uso de químicos en las mezclas de productos.
- Utilización de ingredientes de proximidad.

Recomendaciones

- Comparativa ambiental, logística y eficiencia de uso: entre producto líquido y sólido.
- Impulsar un círculo de trabajo (cadena de suministro) sostenible, con agricultores, recolectores y destiladores locales. Que operan con prácticas de cultivo respetuoso.
- Formulación de cosmética sólida y cosmética en polvo.
- Utilización de ingredientes orgánicos, veganos, sin silicona, sin parabenos, cruelty free (no testados con animales).
- Promover la protección y preservación de los espacios naturales.
- Utilizar ingredientes en su forma natural o con poca manipulación (*clean beauty*).

Etapas del ciclo de vida vinculadas



Formulación con ingredientes sostenibles | Casos prácticos

FIVE
DOT
BOTANICS®

Simplificación de las fórmulas

País: UK

Categoría del sector: Skin Care

Descripción:

Five Dot Botanics tiene el objetivo de crear un cuidado de la piel lo más transparente posible con ingredientes mínimos (5 ingredientes máx./ producto), todos veganos, sin aceite de palma y hechos en el Reino Unido. La marca ofrece solo seis productos - un suero, aceite, suero para los ojos, máscara, niebla y bálsamo limpiador. Las materias primas se seleccionan con base en la biocompatibilidad, y se centran en los elementos botánicos activos respaldados por la ciencia.

Principales beneficios

- Todo el *packaging* está hecho con cartones mixtos con certificación FSC.
- Reconocimiento Carbon Neutral Britain, ayuda a las empresas a mitigar el impacto del cambio climático.
- Promueve un abastecimiento sostenible y local de los ingredientes.



[Más información](#)

Formulación con ingredientes sostenibles | Casos prácticos

ONE OCEAN
BEAUTY

Reducir el uso de químicos en las mezclas de productos.

País: Estados Unidos

Categoría del sector: Cuidado facial y corporal

Descripción:

Los productos de One Ocean Beauty están completamente libres de ingredientes tóxicos como GMOs, parabenos, sulfatos. Además, One Ocean Beauty se ha asociado con Oceana (responsabilidad social) para donar dinero por cada producto comprado y trabajar en las políticas sobre la protección de los océanos.

Principales beneficios

- Reducción de la contaminación de las aguas.
- Conservación de los océanos.
- Obtención de ingredientes de fuentes renovables.
- Certificaciones: Cruelty-free, Clean Formulations (Think Dirty), Sustainably Source + Produced (Positive Luxury – Brands to Trust).

[Más información](#)

Formulación con ingredientes sostenibles | Casos prácticos

RAW APOTHECARY

Utilizar ingredientes activos y fórmulas concentradas y limpias.

País: México

Categoría del sector: Skin Care

Descripción:

Raw Apothecary apuesta por la cosmética natural, simple y segura para la piel. Utiliza ingredientes naturales como las flores, plantas y semillas en cada fórmula. Además sus envases, hechos de vidrio, son reciclables.

Todos los pedidos a la empresa, son 100% neutrales en emisiones de carbono, gracias a las estrategias de compensación que se desarrollan posterior a cada envío.

Principales beneficios

- Eliminación de la película plástica en sus etiquetas.
- Uso de cartón reciclado en el packaging y de relleno biodegradable para cuidar del estado de los productos.
- Reforestación de pueblos.



[Más información](#)

Formulación con ingredientes sostenibles | Casos prácticos



Utilización de materias primas orgánicas certificadas.

País: España

Categoría del sector: Activos e ingredientes

Descripción:

Biogründl es una empresa especializada en la producción de materias activas de alto valor añadido de origen vegetal y preferiblemente, de cultivo ecológico o silvestre. La empresa proveedora de ingredientes, ha detectado que el consumidor final está interesado por el origen de los ingredientes. Por tanto, la empresa ha adquirido varios terrenos situados en la provincia de Tarragona. Terrenos dedicados a cultivos ecológicos, hierbas autóctonas del paraje mediterráneo. Todos estos cultivos se pueden visitar por clientes.

Principales beneficios

- Producción KM 0.
- Énfasis en la confianza con el cliente/usuario/consumidor.
- Certificaciones: NAT (A.C.E.N.E.) ingredientes ecológicos certificados, A.C.E.N.E. VEGAN ingredientes certificados, ECOCERT (materias primas) Cosmos Certified, Garantía HALAL (requerimientos junta Islámica de España).

[Más información](#)

Formulación con ingredientes sostenibles | Casos prácticos

Kao

Utilización de materias primas orgánicas certificadas.

País: Todo el mundo

Categoría del sector: Hair Care, Skin Care

Descripción:

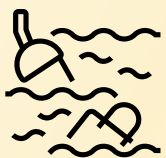
Fórmulas solubles y sólidos a base de tensoactivos suaves. La sinergia entre conceptos tales como la conciencia ecológica, reducción del uso del agua, optimización del embalaje. Esta fórmula supone un paso adelante en el compromiso de la empresa: crear soluciones respetuosas con el medio ambiente y dar respuesta a las necesidades de sus clientes a la hora de desarrollar productos innovadores acordes con las nuevas tendencias.

Principales beneficios

- La generación de residuos por tonelada producida, se ha reducido en un 3% desde 2005.
- Las emisiones de CO₂ se han reducido en un 20% desde 2005.
- El consumo de electricidad renovable ha pasado del 30% en 2018 al 71% en 2019 y al 81% en 2020.
- La empresa ha logrado una reducción de la extracción de agua del 44% desde 2005.



[Más información](#)



Optimización de los recursos, subproductos y residuos.

A continuación encontraréis diversas estrategias y acciones de eco diseño aplicables al sector. Algunas de estas estarán ejemplificadas con casos de éxito.

Estrategias

- Reducción del uso de recursos finitos.
- Uso de subproductos.
- Reducción de los residuos.
- Simbiosis industrial y uso de subproductos.
- Uso de recursos renovables.
- Uso de materiales reciclados.
- Optimización rutas de proveedores y propias.

Recomendaciones

- Establecer criterios de compra verde y transmitirlos a la cadena de suministro.
- Colaboración con instituciones/organizaciones públicas o privadas, para el uso de materiales en desuso.
- Fomentar la colaboración con centros de investigación, para el desarrollo de sistemas de retorno o recogida de residuos con potencial de reutilización.
- Proveer al cliente con una estructura de logística inversa fácil y conveniente: retorno en tienda, en casa, rellenado en tienda o en casa.

Etapas del ciclo de vida vinculadas



Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos

L'ORÉAL

Uso de materiales reciclados

País: Nivel Global

Categoría del sector: Packaging

Descripción:

Veolia y L'Oréal se unen para fabricar envases con plástico reciclado y promover la economía circular, reduciendo la huella de carbono de los envases cosméticos. Veolia suministrará plástico reciclado de alta calidad para los envases de L'Oréal en todo el mundo. Para cumplir con las certificaciones internacionales Veolia ha adoptado una tecnología innovadora de granulación basada en un sistema de eliminación de compuestos orgánicos para obtener un plástico de muy alta calidad, equivalente a la del plástico virgen.

Principales beneficios

- La fabricación de envases cosméticos con plástico reciclado puede evitar entre el 50% y el 70% de las emisiones de CO2 en comparación con un envase estándar.



[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos



Simbiosis industrial y uso de subproductos

País: México

Categoría del sector: Ingredientes Activos (Well-aging-Multifuncional)

Descripción:

Provital, es una empresa con más de 40 años en el mercado, dedicada al desarrollo de nuevos ingredientes, es un proveedor de principios activos y extractos naturales para cosméticos. Provital presenta *Ethicskin*, un activo multifuncional desarrollado y producido alrededor de una iniciativa eco-ética de reconocimiento mundial en Querétaro, México. El producto activa diversos mecanismo celulares gracias a un perfil de expresión génica.

Principales beneficios

- Cumplimiento del 8 artículos del protocolo de Nagoya. (participación justa y equitativa, acceso a conocimientos tradicionales, aplicación de la legislación, contribución a la conservación y utilización sostenible, entre otros)
- Elaboración de un protocolo comunitario Biocultural.
- Cumplimiento de certificaciones: vegano, certificado HALAL, ISO 16128-Natural Origen (%), 100% Cosmos aprobado.



[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos



Uso de subproductos

País: España

Categoría del sector: Cuidado personal, Skin Care

Descripción:

Lanzamiento de su nueva marca (Re)Herm, utilizando la metodología Upcycling en sus ingredientes. El veganismo es una opción de vida basada en el respeto a los animales. La cosmética vegana es, en consecuencia, un tipo de cosmética estrictamente respetuosa con los animales y la naturaleza. Los envases en tubo están hechos de 50 % PCR (Post Consumer Recycled Plastic) y 50 % Green. Los tapones de dichos tubos son 100 % Green.

Principales beneficios

- Re imaginar el uso y dar nueva vida de los ingredientes desperdiciados.
- Las etiquetas de los envases son 100 % biodegradables.
- Ingredientes KM 0 – Proveedores de proximidad (menos de 200 km de distancia)
- Marca Cruelty-free.



[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos



Simbiosis industrial y uso de subproductos

País: España

Categoría del sector: Activos e ingredientes



Descripción:

La empresa Biogründl y el Instituto Catalán del Corcho ponen en marcha un proyecto para utilizar el corcho en cosmética. El proyecto busca utilizar los polifenoles que se pueden extraer del corcho y utilizarlos como ingredientes de las cremas antienvjecimiento. La empresa ha recibido una ayuda de 77.500 euros por parte de ACCIÓ en el marco del programa INNOTECH. durante los que se realizarán pruebas de eficacia para comprobar la capacidad de los polifenoles como agentes para retrasar el envejecimiento.

Principales beneficios

- Busca reaprovechar subproductos de la industria.
- Además de intentar aprovechar subproductos del corcho que no son aptos para la producción de tapones, también quieren ofrecer un incentivo a la industria, para que disponga de más recursos para cuidar de los bosques y les dé más rendimiento de forma sostenible.

[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos



Uso de recursos renovables

País: España

Categoría del sector: Perfumería

Descripción:

La compañía Eurofragance, ha instalado juntamente con **Nexus Energía** paneles solares de **autoconsumo en la fábrica** de Rubí. La instalación cuenta con **320 módulos de placas fotovoltaicas** de alto rendimiento con una potencia de 118,40 kWp para conseguir una producción de 149.300 kWh al año y abastecer casi la mitad de todo el consumo eléctrico anual de la planta. Además del diseño, legalización, instalación y mantenimiento, Nexus Energía realizará una gestión integral de la energía producida por la instalación de Eurofragance a través de sus servicios de **comercialización de energía 100% verde certificada**. La energía excedente se vierte a la red y la empresa podrá reducir la factura de la luz gracias a los ingresos precedentes de estos excedentes.

Principales beneficios

- La instalación de autoconsumo representará una reducción de 35 Toneladas de CO₂ al año y comportará un ahorro en el consumo de energía eléctrica de la planta anual en aproximadamente el 20% del total.
- Reducción de los costes de energía.



[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos



Utilización de materias primas orgánicas certificadas.

País: España

Categoría del sector: Activos e ingredientes, Skin Care



Descripción:

COBIUTY es el primer activo cosmético basado en su extracto de pulpa del Buriti. Para ser elaborado se transforman los subproductos agrícolas generados tras el prensado de los frutos para obtener su aceite. Es un ingrediente que activa los mismos receptores que el retinol.

Principales beneficios

- Ingredientes Upcycled
- Reducción de la polución
- Reciclaje de subproductos generados tras el prensado de los frutos del burití para obtener su aceite.
- 100% Origen Natural ISO 16128

[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos

RACC

Movilidad sostenible (in itinere – interna)

País: España

Categoría del sector: Transporte

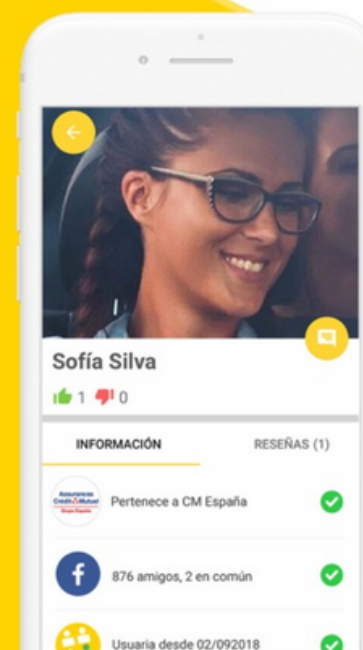
Descripción:

RACC Hop es una **aplicación móvil de carpooling** que pone en contacto a pasajeros y conductores, de una misma empresa o empresas ubicadas en la Zona Franca de Barcelona, que realizan el mismo trayecto de manera habitual. La aplicación facilita, de forma fácil e intuitiva, que los usuarios se organicen, coordinen el encuentro, realicen el trayecto y compartan los gastos a través del coche, ahorrando tiempo y dinero en sus desplazamientos al trabajo. También se beneficia a las empresas que pueden **optimizar el uso de aparcamientos**.

Principales beneficios

- Facilitar la movilidad compartida a los más de 4.000 trabajadores de 10 empresas instaladas en el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona.
- La movilidad compartida reduce la congestión, la contaminación ambiental y acústica, y mejorar la calidad del aire y la salud de las personas.

Disfruta del trayecto:
Conecta con tus compañeros
de trabajo o universidad



[Más información](#)

Optimización de los recursos, subproductos y residuos | Casos prácticos



Movilidad sostenible (distribución)

País: Italia

Categoría del sector: Transporte y logística



Descripción:

Arcese es una empresa de logística italiana con presencia internacional que incorpora la sostenibilidad como pilar fundamental de su negocio. **Evalúa** el impacto ambiental derivado de su actividad, **actualiza progresivamente su flota de vehículos a opciones más sostenibles**, sus instalaciones funcionan con energías renovables y criterios de eficiencia energética, y sus procesos apuestan por la digitalización para procesar las rutas de forma más rápida y eficiente, reduciendo así los kilómetros recorridos y los tiempos de tránsito. Además, se ha adherido a varios programas de evaluación de sostenibilidad para garantizar seguimiento y mejora continua (p.ej. EcoVadis).

Principales beneficios

- La flota está compuesta por un 12 % por vehículos Euro5-EEV*, un 72 % de vehículos Euro 6* y un 16 % de vehículos Euro 6 GNL*, para reducir las emisiones de CO₂.

*Motor que cuenta con una válvula que se encarga de recircular los gases que salen por el tubo de escape

[Más información](#)



ne>>>t IN
beauty }

The Beauty
Business
Magazine

El primer medio económico digital y
bilingüe de la industria de la cosmética,
perfumería y cuidado personal

www.nextinbeautymag.com



La comunicación y el uso de tecnologías en sostenibilidad

A continuación encontraréis diversas estrategias y acciones de eco diseño aplicables al sector. Algunas de estas estarán ejemplificadas con casos reales.

Estrategias

- Uso de certificaciones medioambientales
- Cálculo de emisiones
- Relato sostenible
- Trazabilidad de los productos
- Análisis del comportamiento del usuario

Recomendaciones

- Publicar en plataformas online el origen de los materiales y los ingredientes para asegurar la mayor transparencia posible.
- Utilizar herramientas, softwares o colaborar con organizaciones que te permitan trazabilizar el origen de tus ingredientes (ej. RSPO, Unique Manuka Factor, Sourcemap, ...)
- Crear una visión de marca que se relacione con un movimiento para un cambio social o medioambiental.
- Convertirse en una empresa Bcorp, que priorice el bienestar medioambiental al resultado económico.
- Interactuar con la comunidad de manera constante, organizar actividades periódicamente.
- Escoger y alinear los objetivos con los proveedores de ingredientes y materiales de los envases.

Etapas del ciclo de vida vinculadas



La comunicación y el uso de tecnologías en sostenibilidad | Casos prácticos



Evaluar impactos ambientales.

País: España

Categoría del sector: Cuidado personal

Descripción:

Pierre Fabre lanza el Green Impact Index, la primera herramienta de valoración para medir, mejorar y comunicar por medio de los niveles A, B, C o D el impacto medioambiental y social de los productos cosméticos y de salud familiar. Índice sostenible validado y avalado por AFNOR Certificación.

Principales beneficios

- 14 criterios de impacto medioambiental repartidos entre el embalaje, la concepción de la fórmula, el impacto de la fabricación del producto y el transporte de las materias primas.
- Las valoraciones cubren una gran variedad de categorías (champús con aclarado o secos, geles de ducha, cremas de cuidado para la cara y el cuerpo, cuidados antiacnéicos, dentífricos, aceites esenciales, complementos alimenticios...).



[Más información](#)

La comunicación y el uso de tecnologías en sostenibilidad | Casos prácticos

SEQENS

Trazabilidad de los materiales e ingredientes

País: Francia

Categoría del sector: Activos e ingredientes, Digitalización

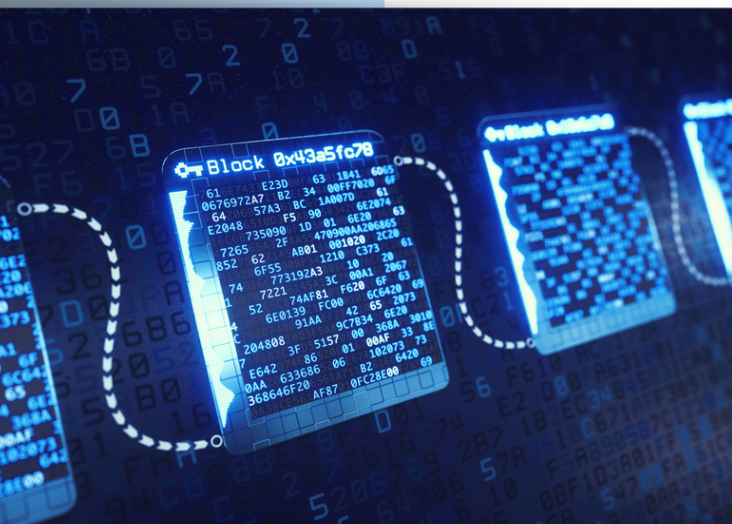
Descripción:

Seqens introdujo por primera vez la aplicación de tecnología *Blockchain* centrada en la trazabilidad de activos cosméticos en 2019. A medida que los consumidores exigen total transparencia de las marcas, la tecnología *Blockchain* puede ayudar a construir una relación de confianza y seguridad a lo largo de la cadena de suministro. Así mismo, la empresa ofrece a sus clientes un servicio de verificación en línea para comprobar si se respeta la línea de base orgánica de sus activos cosméticos.

Principales beneficios

- Promueve la producción sostenible y transparente de ingredientes orgánicos.
- Da visibilidad a toda una cadena de suministro.

[Más información](#)



La comunicación y el uso de tecnologías en sostenibilidad | Casos prácticos



Certificaciones para la confianza del consumidor.

País: España

Categoría del sector: Activos e Ingredientes

Descripción:

Vytrus Biotech es una compañía biotecnológica que desarrolla ingredientes activos cosméticos 100% naturales, eficaces y sostenibles, derivados de células madre vegetales. Vytrus ha sido reconocida en 2021 con la Medalla Platinum de Ecovadis, la plataforma de calificación de la gestión de la RSC y sostenibilidad. En 2020, la compañía alcanzó el Ecovadis Silver en su primer año de evaluación.

Principales beneficios

- EcoVadis, el único proveedor universal de calificaciones de sostenibilidad evalúa las prácticas de sostenibilidad de más de 75 mil empresas en más de 160 países.
- Cuenta con siete indicadores para la evaluación: 1) medio ambiente, 2) derechos laborales y humanos, 3) ética y compras sostenibles 4) GRI (Global Reporting Initiative), 5) el Pacto Mundial de la ONU 6) la norma ISO 26000, 7) indicadores de gestión con base en los 21 criterios de sostenibilidad.



[Más información](#)

La comunicación y el uso de tecnologías en sostenibilidad | Casos prácticos

BEAUTYCOUNTER

Trazabilidad de los productos.

País: Estados Unidos

Categoría del sector: Cuidado personal

Descripción:

La línea de cosméticos y cuidado de la piel utiliza "mica" en el 40% de sus productos, el cual es un ingrediente conocido por la extracción en minas de trabajo forzado de niños. Por lo tanto, se ha asociado con *Sourcemap* para certificar que los ingredientes que utilizan provienen de un origen social y medioambientalmente justo.

Principales beneficios

- Además la empresa se ha propuesto ser Carbon Neutral en 2030.
- Buscan que para el 2025 el 100% de sus envases sean de origen reciclable, rellenables o compostables
- Con el proyecto de envases *refill*, la empresa ha reducido el uso del agua, las emisiones y el uso de combustibles fósiles en un 47% .
- Desmaterialización de componentes en el packaging y uso de cartón con certificación FSC 100% material reciclado.

[Más información](#)



La comunicación y el uso de tecnologías en sostenibilidad | Casos prácticos

FOREO

NFT Responsables

País: Global

Categoría del sector: Digitalización

Descripción:

La compañía de tecnobelleza FOREO lanza versiones digitalizadas de sus productos imprescindibles como NFT antes de su lanzamiento convencional, y donará lo recaudado con su venta a tres organizaciones benéficas internacionales, en los continuos esfuerzos de la marca por promover tanto la salud de la piel como la mental.

La colección cuenta con cinco NFT diferentes, cada uno de los cuales representa un producto de la última innovación de la marca, la gama LUNA. Cada NFT estará disponible en 50 variantes, lo que permitirá a los consumidores acceder en exclusiva a una edición limitada de 250 NFT.

Principales beneficios

- La totalidad de los beneficios de la venta de los NFT se donará directamente a organizaciones benéficas que ayudan a personas que luchan contra de los problemas de salud mental y diversas afecciones de la piel. Esto incluye lo recaudado en la subasta, así como todos los derechos generados por el comercio de NFT
- Consolida el compromiso a largo plazo de la marca para desestigmatizar los problemas de salud mental y crear una comunidad saludable autosostenible.



[Más información](#)

Conclusiones

Análisis a nivel de materiales

El desarrollo del análisis de ciclo de vida en relación con los materiales y los procesos de fabricación, tanto en el ámbito de envases primarios como secundarios, está avanzando hacia la economía circular. Se está adaptando la maquinaria (optimización de los procesos), la composición de los materiales (mono materialidad), y los formatos (estandarización de tamaños).

Gestión final de vida

Una correcta gestión de los residuos, tanto en la separación de los materiales (diseño para la reciclabilidad) como la incorporación de nuevos materiales con un porcentaje de material reciclado en composición de los envases, puede ayudar a la disminución de la huella de carbono.

Énfasis en la innovación

Los procesos de investigación y desarrollo requieren conocer muy bien las características y necesidades del producto, así como el uso por parte del consumidor. Por otro lado, para innovar internamente, se recomienda hacer un análisis interno de la empresa que ayude a entender en qué áreas hay un potencial y un beneficio medioambiental para innovar. Es necesario estudiar cada caso en particular, orientado las decisiones hacía querer reducir, optimizar y poner en perspectiva los recursos de cada empresa.



Análisis constante del comportamiento de los consumidores

Para innovar, se tiene que considerar a los usuarios, su comportamiento y sus expectativas en la experiencia de compra. La Covid-19 ha llevado un cambio de hábitos y exigencias, estas vinculadas a un aumento, por ejemplo, del uso de productos de cuidado personal. La creación de un relato sostenible de cara al consumidor es esencial para comunicar y empatizar con este, impulsándolo hacia uno más sostenible.

Comunicación y consumidores

Hay una mayor demanda de requerimientos y certificados de origen por parte de las instituciones regulatorias y los consumidores. Ser transparente y comunicar de manera holística en relación la sostenibilidad en la empresa, los materiales utilizados y las certificaciones, se considera como un valor añadido que ayuda a obtener una mayor ventaja competitiva en el mercado.

Evitar mensajes superfluos

La comunicación se queda en *Claims* estéticos, sin entrar en cambios de fondo. Cabe educar al consumidor sobre su sentido, e importancia. Se debe hacer hincapié en el etiquetado, en charlas informativas, guías y decálogos. *Evitar el Greenwashing.*



Conclusiones

Presupuesto e inversiones

Transitar hacia la economía circular no es un tema de elevadas inversiones. Podemos revisar y evaluar los procesos de fabricación, la eficiencia energética, la sección de almacenaje, origen de los materiales, optimización de los recursos de fabricación, etc. Nuestro día a día nos puede dar pistas de acciones llevamos a cabo y como éstas se vinculan con las estrategias sostenibles mencionadas en la presente guía.

Logística aguas arriba y aguas abajo

Se ha de considerar el transporte y distribución aguas arriba y aguas abajo. La incorporación de la sostenibilidad en este aspecto, debe ser fundamental. Debemos evaluar el impacto ambiental en función de las emisiones CO₂eq. Emitidas en las diferentes etapas del funcionamiento de una empresa.

Seguimiento y medición de los cambios sostenibles dentro de la empresa

Es necesario establecer variables para cuantificar y medir que se ha hecho en las diferentes etapas de integración de la economía circular. Cabe destacar, que una empresa es sostenible cuando todos los departamentos están involucrados. Para esto, se debe hacer un diagnóstico interno constante, de lo que sucede dentro de la empresa, desde las instalaciones hasta que hace cada departamento. La integración del eco diseño y estrategias sostenibles, requiere de una implementación holística. Las empresas deben ser activistas por la economía circular.



El camino hacia la implementación de nuevas estrategias

No todos los caminos y transiciones hacia una economía circular son iguales. No a todas las empresas les cuesta lo mismo, por ejemplo, un cambio de materiales hacia otros de menor impacto. Pero sí existen claves y métodos que no fallan a la hora de hacer frente a este nuevo paradigma.



Estudiar el estado del arte del sector y el propio (diagnóstico de la empresa) y entender el actual uso de nuevos materiales y procesos.



Establecer metas para incorporar nuevos materiales y procesos dentro de la actividad de la empresa.



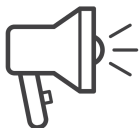
Hacerse con el compromiso de los eslabones de la cadena de valor y revisar qué es posible llevar a cabo conjuntamente.



Trabajar para que la sostenibilidad sea parte de la cultura de la empresa y ser capaces de impregnarlo en los equipos de trabajo.



Dialogar cada dificultad o problema en la empresa surgidos en el camino hacia una estrategia basada en la economía circular.



Crear un relato sostenible para comunicar cada paso relevante que se da para convertirse en una empresa más sostenible.

Anexo 1: Tabla de materiales en el sector *Beauty*



Tabla semáforo para la priorización de materiales

Esta tabla muestra las diferentes características de un envase por orden de priorización, clasificadas a su vez en diseño, origen del material y gestión final. De esta manera, se puede identificar dónde estarían los envases que se utilizan actualmente, y cuáles podrían ser los potenciales cambios, para considerarlo en la búsqueda de proveedores.

Go for it!

Materiales con potencial de reciclabilidad y de menor impacto ambiental.

A evaluar

En casos en los que se necesita y con mayores limitaciones.

A evitar

Referencias que no son aconsejables, pero por el contexto (sectorial, empresarial) se siguen utilizando.

NO usar

No es recomendable por seguridad alimentaria, por su gran impacto ambiental, o están prohibidos bajo legislación.

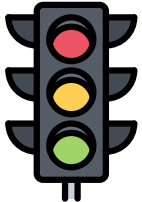
	Go for it! Materiales con potencial de reciclabilidad y de menor impacto ambiental.	A evaluar En casos en los que se necesita y con mayores limitaciones.	A evitar Referencias que no son aconsejables, pero por el contexto (sectorial, empresarial) se siguen utilizando.	NO usar No es recomendable por seguridad alimentaria, por su gran impacto ambiental, o están prohibidos bajo legislación.
DISEÑO Y TIPO DE ENVASE	Envase monomaterial Envases con componentes fácilmente separables (cada componente es monomaterial)	Material compuesto pero con materiales compatibles para el reciclaje	Material compuesto no reciclable	N/A
	Envase transparente, translúcido, incoloro	Colores blancos y claros Colores detectables	Envase negro detectable	Plástico negro rígido Envases de color no detectable
	Estructuras monocapa	Bicapa fácil de separar por el usuario Estructuras multicapa pero mono material	Multicapa	Estructura sandwich (plástico + cartón + plástico)
ORIGEN Y TIPO DE MATERIALES (renovables, reciclables, tipos de materiales)	Vidrio, PET, rPET, Aluminio, Papel y Cartón	PE, PP, Alternativas compostables Bioplásticos con sello compostable para pequeños tamaños y que vayan a tener restos orgánicos	PLA – plásticos biodegradables	Oxy/Oxo degradable PVC, PVdC Water soluble plastic Polystyrene
	Material origen renovable (ej: Carton, Vidrio)	Material de origen no renovable	N/A	Bioplásticos de origen desconocido
	Material origen reciclado (ej: rPET, vidrio, aluminio, papel)	Materiales de origen no reciclado (PP y PE)	Material de origen fósil con alto impacto ambiental y poca salida en el mercado	N/A
GESTIÓN FINAL (Compostabilidad y reciclabilidad)	100% reciclable	Envase parcialmente reciclable	Bajo índice de reciclabilidad	N/A
	Biobasados, 100% compostable (home compost)	Certificado compost industrial	Envases biodegradables y compostables sin certificado	N/A

Tabla de decisión de materiales

La siguiente matriz muestra las propiedades de cada material con base en los aspectos que los determinan circulares: origen renovable o reciclable, huella de carbono, gestión final, grado de implementación y la percepción por parte del consumidor final. Del mismo modo, que la matriz anterior, se hace una clasificación por colores, siendo el rojo aquellos aspectos críticos, el amarillo, aquellas referencias con las que tener cuidado, y el verde el que se debe llevar a cabo.

Tabla de referencias a considerar en el rediseño de envases.

PLÁSTICO	PET
	rPET
	HDPE
	LDPE
	PP
	PS
	Biobasado + biodegradable (ej: PLA)
PAPEL	Papel
ALUMINIO	Aluminio
VIDRIO	Vidrio
MIXTO	Complejos laminados
ETIQUETAS	PVC
	Adhesivo poliuretano

Semáforo de aspectos a considerar dentro de la matriz.












































Crítico



A considerar



Llevar a cabo

Tipo de material		Origen renovable / reciclado		Huella de carbono (CO ₂ por gr de material) Un solo uso		Recuperación sistema de gestión final		Observaciones	
PLÁSTICO	PET	Ni renovable, ni reciclado		Medio CO ₂		Recuperación depende de separación – índice alto		N/A	
	rPET	No renovable, Sí reciclado		Bajo CO ₂		Recuperación depende de separación – índice medio		Alta demanda en el mercado	
	HDPE	Ni renovable, ni reciclado		Bajo CO ₂		No se recupera con calidad, ni cantidad		N/A	
	LDPE	Ni renovable, ni reciclado		Bajo CO ₂		Recuperación depende de separación – índice medio		A pesar de ser una opción no óptima, hay pocas alternativas para envase flexible	
	PP	Ni renovable, ni reciclado		Bajo CO ₂		No se recuperará con calidad		N/A	
	PS	Ni renovable, ni reciclado		Medio CO ₂		No se recupera con calidad ni cantidad		Evitar por baja calidad de reciclaje.	
	Biobasado + biodegradable (ej: PLA)	Sí renovable, No reciclado		Medio CO ₂		No se recicla, casi nunca se recupera. Verificar sello “Industrial Compost” – entender que es viabilidad técnica pero no siempre se recupera.		Evitar debido a infraestructuras actuales (ni se recicla ni se composta)	
PAPEL	Papel	Renovable Reciclado		Bajo CO ₂		Se recupera en grandes cantidades y con calidad		Recomendable. Evitar estructuras Sandwich con plástico o bicapa con LDPE	
ALUMINIO	Aluminio	No renovable		Alto CO ₂		Se recupera en grandes cantidades y con calidad		Recomendable en reutilización	
		Reciclado							
VIDRIO	Vidrio	No renovable		Alto CO ₂		Se recupera en grandes cantidades y con calidad		Recomendable en reutilización	
		Reciclado							
MIXTO	Complejos laminados	Ni renovable, ni reciclado		Medio CO ₂		No se recupera		Evitar	
ETIQUETAS	PVC	Ninguno		Medio CO ₂		No se recupera		Evitar	
	Adhesivo poliuretano	Ninguno		Medio CO ₂		No se recupera		Evitar	

Anexo 2: Etiquetado de envases

en el sector *Beauty*



Comunicación estratégica en envases

Recomendaciones para evitar el greenwashing

Uso de datos demostrables y no mal interpretables.

Evitar declaraciones que induzcan a mala interpretación. Los datos declarados deben basarse en una metodología rigurosa, y que produzca resultados exactos y reproducibles.

Evitar símbolos o imágenes de objetos naturales y/o verdes.

No deben utilizarse símbolos de objetos naturales, a no ser que exista una relación directa y verificable con la ventaja declarada; también se recomienda no utilizar imágenes que puedan sugerir un impacto verde.

Evitar términos poco concretos como:

- Respetuoso con el medio ambiente,
- Verde,
- Medioambientalmente seguro,
- Natural,
- Eco-friendly, etc.

Cuando hablamos de reciclable en envases.

No declarar que un producto es reciclable si **no existe un servicio de recogida o instalaciones de reciclado** en el mercado donde se vende.



Cuando hablamos de contenido de reciclado.

Indicar siempre el **porcentaje** de material reciclado y aclarar si se aplica a una parte o a todo el conjunto del envase.



Cuando hablamos de compostabilidad

Especificar si la compostabilidad se refiere al **compostaje doméstico o industrial**.

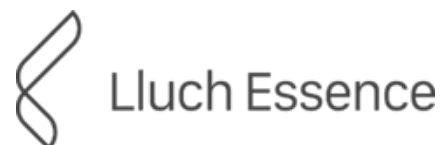
Indicar si es compostable **todo o solo una parte**; en este último caso indicar si la separación debe hacerla el usuario.

Como se trata de un tema muy sensible, disponer de la máxima información y garantías (certificados compostabilidad).



Agradecimientos

Desde el Beauty Cluster nos gustaría agradecer todo el feedback recibido y las contribuciones aportadas por las siguientes empresas participantes en el proceso de elaboración de esta guía.

The logo for akt. features the word "akt." in a bold, black, sans-serif font.The logo for Bella Aurora Labs features a stylized, colorful letter 'b' composed of many small dots, with the text "BELLA AURORA" and "LABS" below it.The logo for biogründl features three overlapping circles in shades of green, with the word "biogründl" in white text inside the top circle.The logo for BLOMETIC R&D PROJECTS features the word "BLOMETIC" in a bold, black, sans-serif font, with "R&D PROJECTS" in a smaller font below it.The logo for Cobiosa features the word "Cobiosa" in a blue, sans-serif font, with a small blue and white icon to the right.The logo for eurofragrance features a stylized red flower icon to the left of the word "eurofragrance" in a purple, sans-serif font.The logo for IDESCO ROD COSMETICS features the word "IDESCO" in a bold, black, sans-serif font, with "ROD COSMETICS" in a smaller, orange font below it.The logo for imago features the word "imago" in a bold, black, sans-serif font.The logo for inédit features the word "inédit" in a bold, black, sans-serif font, with a small orange dot above the 'i'.The logo for kao features the word "kao" in a green, sans-serif font, with a stylized green face icon to the right.The logo for Lluch Essence features a stylized grey icon to the left of the words "Lluch Essence" in a grey, sans-serif font.The logo for LUSH FRESH HANDMADE COSMETICS features the word "LUSH" in a bold, black, sans-serif font, with "FRESH HANDMADE COSMETICS" in a smaller font to the right.The logo for MARTI DERM LA FORMULA features the words "MARTI DERM" in a bold, green, sans-serif font, with "LA FORMULA" in a smaller font below it.The logo for Pierre Fabre features a blue circular icon to the left of the words "Pierre Fabre" in a black, sans-serif font.The logo for Provital Do Care features a stylized black icon to the left of the word "Provital" in a bold, black, sans-serif font, with "Do Care" in a smaller font below it.The logo for RAFESA features a stylized blue icon to the left of the word "RAFESA" in a blue, sans-serif font.The logo for QUADPACK features a stylized purple icon to the left of the word "QUADPACK" in a black, sans-serif font.The logo for vytrus biotech features a stylized blue icon to the left of the word "vytrus" in a bold, blue, sans-serif font, with "biotech" in a smaller font below it.



Fomentamos
**todo tipo de
belleza.**



Promovemos
**emociones
positivas.**



Provital

Do Care



Creemos que
**cuidar es
tomar
acción.**



Diseñamos soluciones circulares y sostenibles
para un futuro más **beauty**

¿Qué podemos ofrecerte?

- Estrategias empresariales para la circularidad y la descarbonización
- Ecodiseño de productos, envases y servicios
- Métricas ambientales como la huella de carbono y de agua

¿Hablamos?

