

La Industria Cosmética ha reducido voluntariamente el uso de microesferas plásticas en un 97,6% desde 2018

Madrid, 03 junio 2020

- Además, el sector ha realizado otros importantes avances en pro de la sostenibilidad con iniciativas como la minimización del problema de las toallitas húmedas, el impulso de la cosmética natural y el ecodiseño.
- La palanca clave es la innovación, así el sector se sitúa por encima de la media europea en inversión en I+D invirtiendo 307 millones de euros, un promedio del 3,4% de su facturación anual total.

Desde 2018, el sector ha eliminado de manera voluntaria el 97,6% de las microesferas plásticas en productos que se aclaran, lo que representa [más de 4.250 toneladas de microesferas de plástico sustituidas y eliminadas](#). En este sentido, La Agencia Europea de Productos Químicos (ECHA) propuso la restricción del uso de las microesferas plásticas añadidas en diversos productos de consumo y de uso profesional en 2020 como fecha límite. Por lo que el sector gracias a su compromiso ha sido capaz de llegar a la práctica erradicación dos años antes de lo establecido por la normativa. Teniendo en cuenta que la aportación de los cosméticos a la presencia de microesferas plásticas en los océanos supone, como máximo, entre el 0,1% y 1,5%.

Fruto de este compromiso han desaparecido, entre otros, los exfoliantes con bolitas que han sido sustituidas por fórmulas sostenibles con semillas o compuestos minerales u otros ingredientes no plásticos; la eliminación de pastas de dientes con granulados plásticos para un arrastre adicional que han sido sustituido por otras formas más respetuosas con el medio ambiente; y productos como los exfoliantes corporales, que llevaban también a veces microesferas plásticas y que han sido reemplazados por otros compuestos, generalmente, de origen natural.

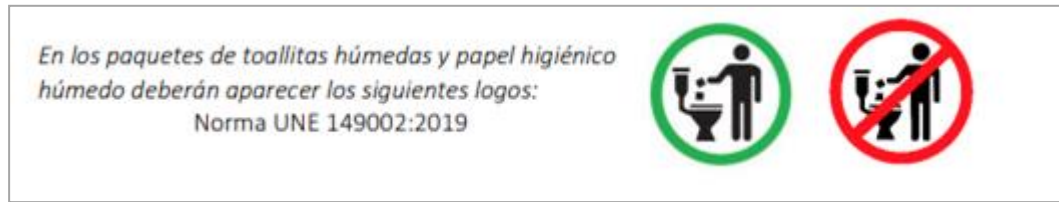
Estos ejemplos son solo una muestra de la capacidad de innovación del sector, ágil y constante, con capacidad de cambiar complejos sistemas de producción en tiempo récord. De hecho, en los últimos 2 años se han reajustado cerca de 1 de cada 3 productos y más de la mitad de las empresas han generado nuevas fórmulas.

Este compromiso de voluntariedad ha evidenciado la importancia que el cuidado del medioambiente y la sostenibilidad tiene para la Industria Cosmética y de Cuidado Personal europea. Esta anticipación del sector supone afrontar el anteproyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados, aprobado ayer, con un amplio margen de maniobra. Ya que este prohíbe la comercialización de cosméticos que contengan microesferas de plásticos añadidas intencionalmente, a partir del 3 de julio de 2021, un objetivo prácticamente logrado desde hace 2 años por la industria.

Toallitas Húmedas: los fabricantes priorizan los desarrollos sin poliéster y desechables

En 2019, las empresas fabricantes de toallitas, promovidas por Stanpa, se propusieron minimizar un problema muy concreto creado por un producto de uso cotidiano en las familias: los atascos creados por el uso inadecuado de las toallitas húmedas en las redes de saneamiento urbanas. Para ello, asumieron como obligatoria la referencia de la Norma UNE 149002:2019.

Desde entonces, los fabricantes se han comprometido a cumplir el [“Código de Buenas Prácticas de etiquetado de Toallitas y Papel Higiénico Húmedo” elaborado por Stanpa](#), según el cual, los productos que puedan ser “desechables por el inodoro” tienen que pasar hasta cinco pruebas de laboratorio. De esta manera, sólo el papel higiénico húmedo que supere los requisitos de esta norma UNE podrá etiquetarse como “Desechable por el inodoro” y llevará el logo correspondiente. Un logro conseguido gracias a la aplicación conjunta de ciencia, tecnología y educación ciudadana, con el máximo respaldo institucional del Ministerio de Transición Ecológica.



A través de este Código, las empresas fabricantes de toallitas se han comprometido también a incrementar los requisitos y asegurar un etiquetado que indique al consumidor dónde debe desechar las toallitas húmedas para cuidar el medio ambiente, como priorizar los desarrollos sin poliéster. Es una iniciativa única a nivel europeo y mundial, que nos coloca a la vanguardia de la solución del problema. **En solo 6 meses, casi el 80% de los fabricantes de estos productos ya han implementado este Código y el 50% ya se puede ver en el mercado.**

Productos Naturales

Stanpa ha llevado a cabo el primer [macro análisis europeo sobre “Productos naturales en cosmética”](#). Las conclusiones del estudio evidencian que el consumidor identifica el concepto de “belleza natural”, con valores como el bienestar, la salud y el respeto por el medio ambiente.

El medio ambiente es la razón principal por la que el 62% de los consumidores de belleza natural españoles elige comprar estos productos. Por ello, el 58% de las empresas han creado en los últimos dos años, alguna línea de productos naturales (‘ECO’, ‘BIO’ u ‘ORGÁNICO’). Además, el 30% de las empresas emplean materias de origen local y evalúa prácticas éticas a la hora de colaborar con sus proveedores.

Ecodiseño, economía circular y estrategia de plásticos

Gracias a la innovación, 2 de cada 3 empresas reducen los residuos de sus productos a través del ecodiseño de envases. El objetivo no es otro que minimizar su impacto en la naturaleza. De hecho, cada vez son más las empresas cosméticas que desarrollan productos biodegradables más sostenibles con el medio ambiente.

En cuanto a envases, las empresas llevan años trabajando de la mano de la innovación y el ecodiseño, para conseguir los objetivos marcados por la Comisión Europea para 2025 y 2030.

También, Stanpa, como miembro de CEOE, Ecoembes, Plataforma de Envases y Sociedad, Packnet y Ecodrio, ha participado activamente en sus grupos de trabajo analizando y ahondando en las medidas del nuevo modelo de economía circular y estrategia de plásticos.

Fruto de este trabajo conjunto, han visto la luz diversas iniciativas de calado para asegurar un futuro sostenible de la industria. En 2019, Stanpa y Ecoembes elaboraron la [Guía Declaración de Envases de Productos de Perfumería y Cosmética 2019](#), con el objetivo de ayudar a la industria cosmética a identificar y clasificar los diferentes elementos que componen un envase tanto a la hora de realizar la Declaración Anual de Envases y la Guía de mejora de la reciclabilidad para facilitar a las empresas el diseño de productos más sostenibles.

 www.stanpa.com   [@stanpa_es](https://www.instagram.com/stanpa_es)

Para más información de prensa:

STANPA Clara Pi clara.pi@stanpa.com | Nuria Cuenca Octavio stanpacomunicacion@stanpa.com

KREAB Raquel Alonso ralonso@kreab.com / Ana Ruiz aruiz@kreab.com / Tel. 91 702 71 70

Stanpa es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 400 entidades que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de higiene y cuidado personal en nuestro país.