

IRENE MARTÍNEZ BROX, MARKETING MANAGER DE WELEDA ESPAÑA

“Trabajamos para que nuestros productos estén cada vez más orientados al consumidor”

PARA WELEDA, LA APUESTA DE LA I+D+I EN DERMOFARMACIA NO ES NUEVA; LLEVA MÁS DE 100 AÑOS INVESTIGANDO PARA ELABORAR COSMÉTICOS NATURALES EFICACES Y SEGUROS, QUE ADEMÁS APORTEN BIENESTAR Y UNA EXPERIENCIA AGRADABLE PARA LOS SENTIDOS.



Es posible que otras compañías hayan despertado tras lo vivido con la pandemia e inviertan ahora más en I+D+i en dermofarmacia que antes de marzo de 2020; en Weleda en cambio, llevan 100 años investigando “para elaborar productos eficaces y seguros, que además aporten bienestar y una experiencia agradable para los sentidos”, afirma **Irene Martínez Brox**, Marketing Manager de Weleda España. En palabras de la especialista, “nuestra cosmética natural es eficaz porque combina ingredientes activos específicos, desde extractos de plantas, aceites esenciales, hasta aceites de semillas”.

Pero van aún más lejos: junto con el instituto de investigación del Goetheanum en Suiza, estudian cómo se relacionan las propiedades de las plantas con los seres humanos, “para dar así con la planta que apoye de forma óptima la piel de las personas más sensibles, o entender por qué hay partes de una planta que son particularmente adecuadas para su uso en una crema nutritiva”, explica. Para ello, cuentan con más de 100 especialistas trabajando “incansablemente” en las áreas de investigación y desarrollo, y con un centro propio de competencias dónde los perfumistas de la compañía suiza, “crean composiciones únicas de fragancias puras a base de aceites esenciales naturales”.

Además, ponen el foco en cumplir y desarrollar sus “compromisos existentes en el futuro”: desarrollo de envases atractivos y sostenibles,

contribución al desarrollo de suelos sanos y la preservación de la diversidad ecológica, promoción de un estilo de vida sostenible y saludable y reducción de la huella ecológica e impacto medioambiental. Estos, subraya Martínez, *“son la piedra angular de la identidad y los valores de Weleda y encarnan los principios rectores integrados que apoyarán firmemente nuestros valores y una contribución al desarrollo sostenible de la sociedad”*.

Sostenibilidad certificada

En este sentido, hace hincapié en que *“en Weleda somos naturales y éticos de verdad 100% certificados, con diferentes sellos que lo acreditan, yendo más allá de los requisitos cuando se trata de calidad”*. Se refiere a la experta a que *“toda nuestra cosmética es 100% natural sin excepción, certificada por expertos independientes de acuerdo con los rigurosos estándares de NATRUE”*. Además, *“contamos con el sello UEBT, una asociación sin fines de lucro cuya misión es asegurar la biodiversidad de forma sostenible, fomentando entre las compañías el valor de un abastecimiento de materias primas más ético”*.

“Estamos orgullosos de comunicar que hemos obtenido un nuevo sello B-Corp, un movimiento global que persigue construir una economía más humana, cumpliendo con estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal”, remarca.

Y, por último, comenta, *“no podía haber mejor año que este, donde cumplimos 100 años en el mercado, para volver a ganar el prestigioso Sustainable Award al Liderazgo Sostenible, que se otorga a empresas de todo el mundo, por su valiosa contribución al desarrollo sostenible en la industria cosmética”*. Todo ello, *“avales de nuestra eficacia, esencia y compromiso tras 100 años en el mercado, un compromiso que sigue más actual y vigente que nunca”*.

En la misma línea, valora los que, a su juicio, son las nuevas tendencias y los principios activos más demandados, al tiempo que tendrán un papel relevante en el futuro. Así pues, *“esperamos un auge del ‘clean beauty’, productos de origen ético, sostenible y seguros para el consumidor y el medio ambiente”*. Incide en que ya es una realidad, dado que cada vez hay más usuarios de cosmética natural que evita el uso de ingredientes sintéticos. Es por ello que *“el consumidor está dispuesto a pagar más por productos con ingredientes sostenibles, por el creciente interés en la reducción de residuos y por su potencial beneficio para la piel”*.

En cuanto a los principios activos del momento que más utilizan en Weleda, la experta se remonta a 1921, año en el que inició la empresa su andadura. Desde entonces, relata, *“nuestra misión ha sido ofrecer una cosmética eficaz, procedente de ingredientes de origen 100% natural, de forma sostenible y con el mínimo impacto en el medio ambiente”*. Apunta al respecto que *“estamos orgullosos de cuidar a las personas y al planeta a través del comercio justo, el cultivo biológico, el no testado en animales y el uso responsable de los recursos ambientales, para no perder nunca de vista que la belleza y la salud han de ir de la mano. Y seguimos ese enfoque holístico en todos nuestros productos, con el fin de buscar siempre el equilibrio sano entre cuerpo y mente”*.

Una fórmula 100% natural

La eficacia de la fórmula, *“se basa en la combinación de todos los ingredientes”*. Entre ellos, la planta líder. *“Partimos de la raíz, detectamos sus propiedades y beneficios en la piel. Y, a partir de allí, extraemos las sustancias con mucho cuidado, para conservar las cualidades y características inherentes de la planta, y elaboramos los mejores productos para cubrir las necesidades del consumidor de la manera más eficiente y sin agredir la piel ni el metabolismo”*, revela Martínez. Al mismo tiempo, *“utilizamos aceites vegetales de primera presión en frío, aceites esenciales, extractos de plantas y otros ingredientes de la máxima calidad”*.

“NO PODÍA HABER MEJOR AÑO QUE ESTE, DONDE CUMPLIMOS 100 AÑOS EN EL MERCADO, PARA VOLVER A GANAR EL PRESTIGIOSO SUSTAINABLE AWARD AL LIDERAZGO SOSTENIBLE”

En función de las necesidades de cada piel, agrega, *“combinamos diferentes aceites y extractos”*, que proceden de semillas de albaricoque, frutos del árbol de argán, semillas de granada, semillas de trigo, espino amarillo o semillas de onagra. *“Mientras que los extractos los obtenemos de una variedad de plantas como la malva blanca, el cactus o la Granada, cuyo poder antioxidante, entrelazado con otros ingredientes, se utiliza para regenerar la piel, ofrecerle su propia vitalidad y contrarrestar el envejecimiento prematuro”*, cuenta. Otra clave del proceso es que *“las plantas absorben la luz y el calor del sol, lo convierten en azúcares y luego en sustancias que forman lípidos que se almacenan en las semillas”*. El aceite extraído de semillas de plantas, continúa la portavoz de Weleda, *“es rico en ácidos grasos saturados e insaturados, así como en vitaminas nutritivas”*.

Además, *“la estructura de estos lípidos es muy similar a la del manto hidrolipídico de la piel. Por eso se absorben con facilidad y no obstruyen los poros, dejando que la piel respire, y que los nutrientes penetren”*. Por el contrario, *“los aceites minerales como la vaselina o parafina son derivados del petróleo, se adhieren a la piel, y crean una película que obstruye los poros y dificulta su respiración”*.

Por todo lo expuesto, el futuro apunta a una creciente demanda de fórmulas con principios activos 100% naturales y presentadas en envases eco-responsables. En su opinión, *“se consolidarán los formatos de cosmética sólida que se elaboran con fórmulas sin agua, lo que permite hacer un packaging totalmente plasticfree, reciclable y reutilizable”*. Igualmente, desde el punto de vista de Weleda, *“la confianza de nuestros consumidores se basa en nuestro especial compromiso con la calidad, también exigen innovación; por ello, trabajamos para que nuestros productos de belleza natural estén cada vez más orientados al consumidor, innovando con nuevos formatos y texturas. De cara al año próximo tendremos novedades interesantes”*. +

“EL CONSUMIDOR ESTÁ DISPUESTO A PAGAR MÁS POR PRODUCTOS CON INGREDIENTES SOSTENIBLES, POR EL CRECIENTE INTERÉS EN LA REDUCCIÓN DE RESIDUOS Y POR SU POTENCIAL BENEFICIO PARA LA PIEL”