

La cosmética más natural

CARMEN B. CERBÁN
MÁLAGA.- Una alternativa natural a la cosmética tradicional. Ese es el concepto por el que trabaja Naetura, una empresa malagueña dedicada a la elaboración y distribución de productos de origen vegetal para el cuidado corporal.

La idea de la llamada «cosmética verde» nació en 1999 y dos años más tarde consiguió consolidarse en el mercado de la provincia, donde entró con fuerza en establecimientos especializados y algunas grandes superficies.

El aloe vera, el jojoba o el coco son algunas de las materias que forman parte de la oferta de esta empresa y cada una de ellas proviene de su lugar de origen. La nuez de Karité de África occidental, el aceite de jojoba de Estados Unidos y México o el monoi de la Polinesia francesa.

Todos estos elementos, que son la base del negocio de esta empresa, llegan a Málaga a través de un cuidadoso proceso de transporte que permite conservar intactas las propiedades originales de cada uno de los elementos, según explica el director de Naetura, Roberto García.

Obtener productos que contengan el máximo porcentaje de ingredientes naturales de origen vegetal es el objetivo de la empresa. «Hay muchos productos con aloe vera o cualquier otro ingrediente natural de moda, como la avena o la soja, pero la mayoría suelen tener porcentajes de estos no lo suficientemente grandes como para producir un efecto terapéutico en la piel, que es lo que nosotros ofrecemos», asegura García.

Así, en Naetura encontramos gel de aloe, manteca de coco o de

Naetura, empresa malagueña que acaba de consolidar su presencia en el mercado nacional, se dedica a fabricar productos con ingredientes de origen vegetal para el cuidado corporal

to final, sino que Naetura aspira a conseguir que aparezcan en todo el proceso de fabricación. Es por ello que actualmente siguen muy de cerca las investigaciones de unos de sus proveedores, que trabajan para obtener un conservante a partir de hongos. Los resultados de estos estudios le servirán a Naetura para aplicarlos a su oferta

de cosméticos «en el momento que funcione y tenga la efectividad deseada».

«Se trata de tener sólo nombres botánicos en nuestra formulación», afirma García.

Los envases del aceite de jojoba o el aloe vera también forman parte de la línea natural y ecologista que persigue esta empresa. Además del cristal, utilizan plásticos del mayor nivel de reciclabilidad, es decir, los más fáciles de reciclar y los que menos gases nocivos expulsan a la atmósfera en este proceso.

Aún así, los trabajadores de

Naetura van a más y se plantean conseguir un envase de plástico procesado a partir del maíz, que tendría «el mismo aspecto que el actual, pero sería completamente biodegradable».

Además del seguimiento de las investigaciones, la exportación se sitúa como el siguiente objetivo a cumplir por Naetura, donde tienen la vista puesta en el mercado francés, no sin antes asegurar el nacional. «El próximo paso será Francia por su gran potencial y por el interés del público local por este tipo de productos», sostiene García con la seguridad de que la «cosmética verde» comienza ya a hacerse un hueco entre las empresas tradicionalmente más consolidadas.



El director de la empresa malagueña de cosméticos naturales Naetura, Roberto García. / ANTONIO PASTOR

Karité, todos ellos al 99%. Fórmulas muy sencillas y fáciles de entender.

Después de la depilación, del afeitado o para la rozadura de los pañales son algunas de las posibles aplicaciones de estos productos naturales, de modo que ningún miembro de la familia se queda al margen. Esta ha sido una de las razones por las que, desde el año 2001, la aceptación por parte de los malagueños de estas recetas salidas de la misma naturaleza ha ido en aumento.

«Al principio éramos una empresa muy pequeña y, aunque seguimos manteniendo ese toque familiar, tenemos una estructura más corporativa», destaca el responsable de esta singular y ecológica

iniciativa. Con ese carácter se dio el siguiente paso para que Naetura se atreviera a acceder a otros mercados fuera del local, donde acaba de dar el salto definitivo con la firma de un contrato de distribución con una cadena de supermercados. La gran distribución a nivel nacional es ahora la forma de vida de la empresa.

«El proyecto responde a uno de nuestros valores: popularizar, en el sentido de hacer accesible, este tipo de cosmética al gran público. Se trata de dar un producto asequible al gran consumo», dice el director de Naetura. Los precios oscilan entre los cinco y los diez euros.

La utilización de elementos naturales no termina con el produc-