



## LAS CIENCIAS BIOLÓGICAS EN UNA ENCRUCIJADA: LA COSMÉTICA Y EL PROTOCOLO DE NAGOYA\*

PHOTOS: Shea butter processing plant, washing the shea / Centre: Ylang-ylang / Right: Shea butter and nuts

La cosmética se puede definir como «cualquier sustancia o mezcla destinada a ser puesta en contacto con la diversas partes externas del cuerpo humano o con los dientes y las membranas mucosas de la cavidad oral con el fin de limpiarlas, perfumarlas, cambiar su apariencia, protegerlas, mantenerlas en buen estado o corregir olores corporales». Se utilizan para una gran variedad de aplicaciones que van desde el cuidado del cabello, los perfumes y las fragancias a la belleza y el cuidado personal, la nutricosmética o los suplementos de belleza, así como la categoría de la cosmeceútica, que suele incluir compuestos bioactivos y está desarrollándose rápidamente.

La utilización de ingredientes naturales en el sector de la cosmética ha aumentado considerablemente en los últimos quince años, impulsada por un creciente interés de los consumidores en la salud y el bienestar, así como en productos orgánicos y de precio justo. Eso ha llevado a un aumento de la demanda de ingredientes botánicos. Al mismo tiempo este sector ha dado un giro notable en lo que se refiere a la concienciación sobre el acceso a los recursos genéticos y la participación en los beneficios que se deriven de su utilización y en lo que se refiere al compromiso con las prácticas éticas de abastecimiento. Sin embargo poner en práctica esta nueva concienciación no siempre es directo ni sencillo.

El comercio se produce de forma parecida a la de los sectores de los productos botánicos y la alimentación, y muchos de los intermediarios son los mismos. Muchos productos cosméticos y de cuidado personal contienen múltiples ingredientes, la mayoría de los cuales son bien conocidos y no contienen compuestos activos. Sin embargo algunas empresas están implicadas tanto en la utilización directa de materias primas a través del biocomercio como en actividades intensivas de investigación para identificar propiedades bioquímicas interesantes. En el desarrollo de productos también se utilizan como guía conocimientos tradicionales, sobre todo porque la «historia» de los diferen-

tes ingredientes es una parte crucial de la publicidad de la marca y del marketing del producto.

### EL MERCADO

- ▶ En 2011 las ventas globales de «cosmética natural» fueron de unos 26 300 millones de USD, pero se calcula que las ventas del creciente segmento de la mucho mayor industria del cuidado personal fueron de 426 000 millones.
- ▶ La tendencia al mayor uso de ingredientes naturales no se limita solo al segmento de mercado más puro de la «cosmética natural», sino que también se extiende a la cosmética convencional, incluidos los cosméticos «inspirados en la naturaleza». Tales productos incorporan una amplia gama de materiales basados en plantas entre los que se incluyen aceites, grasas y ceras, aceites esenciales y oleorresinas, extractos de plantas y colorantes.
- ▶ A Estados Unidos y Europa les corresponde casi un 40% del mercado mundial de la cosmética natural.
- ▶ En 2010 el 50% de las ventas totales de productos de cuidado personal con ingredientes naturales se concentraba en diez empresas. Sin embargo también existe un número considerable de pequeñas y medianas empresas.
- ▶ Las cuestiones de sostenibilidad y las cuestiones éticas han pasado a ser fundamentales para el sector y tienen un considerable valor para el marketing, pero unas empresas dan más relevancia que otras a estos planteamientos.

### TENDENCIAS CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS

Se calcula que en este sector se gastan 9000 millones de USD al año en investigación y desarrollo (I+D). Pero las inversiones y los enfoques de la I+D varían enormemente. En un extremo del espectro están las empresas que apenas procesan las materias primas para elaborar productos simples destinados a la venta local, otras empresas procesan organismos marinos y plantas para convertirlos en extractos o aceites esenciales, algunas se centran en fórmulas de siempre y recurren poco a la I+D, mientras que en el otro extremo del espectro están las pequeñas y medianas empresas intermediarias y las grandes

\* Esta ficha informativa ha sido preparada por Rachel Wynberg y Sarah Laird. Para obtener más detalles y fuentes, consulte el informe de orientación política sobre el sector de la cosmética disponible aquí: <https://www.cbd.int/abs/policy-brief/default.shtml/>.



multinacionales con presupuestos de I+D de cientos de millones de dólares estadounidenses que emprenden investigaciones avanzadas de nuevos ingredientes y sistemas de obtención de sus productos.

Las tendencias más destacadas son:

- ▶ Existe una enorme presión sobre las empresas para que innoven constantemente con el fin de diferenciar sus productos y así atraer a nuevos clientes y conseguir una ventaja competitiva.
- ▶ La innovación no implica necesariamente que los ingredientes sean totalmente nuevos y es posible que, por ejemplo, se centre en ingredientes de sobra conocidos y ya desarrollados en el sector de la alimentación pero que todavía no han sido incorporados a la cosmética.
- ▶ Hoy en día una parte importante y creciente de la I+D en este sector se centra en sistemas de obtención de los productos que estabilizan, protegen y realzan las actividades cosméticas en la piel, y la mayoría están patentados.
- ▶ Se produce cada vez más un cruce entre el sector de la cosmética y otros sectores, como el de la biotecnología, los fármacos (cosmecéutica) y los alimentos (nutricosmética).
- ▶ La cosmecéutica es un nuevo e importante mercado de productos que integran ingredientes activos y propiedades medicinales, por ejemplo antioxidantes, y productos que frenan los efectos del envejecimiento.
- ▶ La nutricosmética, o los «alimentos de belleza», también están generando un nuevo e importante mercado. Ingredientes como el colágeno, el Aloe vera, las pepitas de uva y los probióticos han sido utilizados en productos alimenticios argumentando que realzan la belleza, normalmente enfocándolos a la solución de problemas de piel de dentro afuera.

### RELEVANCIA DEL PROTOCOLO DE NAGOYA: RESPONDIENDO A CAMBIOS CIENTÍFICOS, TECNOLÓGICOS, POLÍTICOS Y ECONÓMICOS

El sector de la cosmética ha dado un giro notable en lo que se refiere a la concienciación sobre el acceso a los recursos genéticos y la participación en los beneficios que se deriven de su utilización (APB) y en lo que se refiere al compromiso con las prácticas éticas de abastecimiento. Sin embargo poner en práctica esta nueva concienciación no siempre es directo ni sencillo. La aplicación del Protocolo de Nagoya ofrece una gran oportunidad para responder a algunas de las preocupaciones que se han planteado en los últimos años:

**Proporcionando seguridad jurídica y medidas eficaces y más simples:** El Protocolo de Nagoya pretende crear un entorno de seguridad jurídica y confianza mutua exigiendo a las Partes que designen un punto focal nacional dedicado al APB que dé a conocer la información disponible sobre los procedimientos para obtener el consentimiento fundamentado previo (CFP) y para establecer condiciones mutuamente acordadas, y que designen una o más autoridades nacionales competentes encargadas de conceder el acceso. El establecimiento del Centro de Intercambio de Información sobre APB ayudará a garantizar la transparencia y a mejorar la seguridad jurídica.

**Aclarando el ámbito de aplicación:** El Protocolo de Nagoya se aplica a los recursos genéticos que son utilizados según la definición del artículo 2 c) y no los recursos genéticos a los que se accede y que se utilizan como productos básicos. La mayoría de los productos cosméticos



llevan múltiples ingredientes, muchos de los cuales son ingredientes conocidos con cadenas de suministro establecidas en las que apenas se realizan actividades de I+D. La aplicación del Protocolo puede ayudar a proporcionar orientación a empresas, investigadores y comunidades locales sobre qué recursos y actividades quedan dentro de su ámbito, proporcionando así seguridad jurídica y claridad sobre las implicaciones y los requisitos del APB.

**Ayorando la participación en los beneficios que se deriven de la utilización de conocimientos tradicionales:** El Protocolo de Nagoya puede ayudar a garantizar que el acceso a conocimientos tradicionales asociados a recursos genéticos y su utilización se realicen con el consentimiento fundamentado previo de quienes poseen esos conocimientos, y que se establecen condiciones mutuamente acordadas para participar en los beneficios.

**Mejorando la vigilancia de la utilización de recursos genéticos:** Mediante los puntos de verificación descritos en el artículo 17 y los certificados de cumplimiento reconocidos internacionalmente, el Protocolo de Nagoya puede ayudar a vigilar la utilización de recursos genéticos a lo largo de las cadenas de suministro y aportar pruebas de que se ha obtenido el consentimiento fundamentado previo y se han establecido condiciones mutuamente acordadas.

**Creando y desarrollando la capacidad de los Gobiernos, investigadores y empresas respecto al APB y a los adelantos científicos y tecnológicos:** A pesar de la creciente concienciación sobre el APB, en este sector aún hay mucha incertidumbre y falta de comprensión de las cuestiones relacionadas con el APB. La formulación y aplicación de estándares voluntarios, códigos de conducta, prácticas óptimas y directrices puede contribuir a reforzar la capacidad y a apoyar el cumplimiento de los requisitos del APB en un sector con un largo historial de utilización de tales herramientas.

**Elaborando enfoques regionales para el APB:** Muchos de los recursos genéticos y de los conocimientos tradicionales asociados a ellos que se utilizan en cosmética se encuentran ampliamente distribuidos más allá de las fronteras políticas. La aplicación del artículo 11 sobre la cooperación transfronteriza proporciona importantes oportunidades para investigar enfoques regionales o subregionales comunes para tales recursos y conocimientos.

