



Belleza con datos de identidad: el ADN de la transparencia

La cosmética vive una transformación silenciosa en la que los datos se convierten en el verdadero motor de la innovación y la confianza. La exigencia de transparencia por parte de los consumidores y el refuerzo normativo derivado del Pacto Verde Europeo están obligando a las empresas a replantear cómo gestionan la información sobre ingredientes, proveedores y procesos. En este escenario, la digitalización, la trazabilidad y la inteligencia artificial se perfilan como los pilares que definirán el futuro del sector.

Por *Germán Castillo*, FUNDADOR Y CEO DE KEMCHAIN

Imagina por un momento que cada crema, sérum, perfume, labial, gel, champú... que llega a las manos de los consumidores pudiera contar su historia completa: desde el campo donde creció la planta que dio origen a su principio activo, pasando por el origen del excipiente, hasta el laboratorio donde se efectuó su análisis. Esta no es una utopía, sino el futuro de una industria cosmética que vivirá una revolución silenciosa pero profunda.

Los consumidores ya no se conforman con productos que simplemente funcionen o luzcan bien en el tocador. Quieren saber más, entender mejor, y sobre todo, confiar plenamente en lo que aplican sobre su piel. Esta demanda de transparencia, sumada a las crecientes exigencias regulatorias europeas derivadas del Pacto Verde Europeo, está transformando radicalmente la manera en que concebimos, desarrollamos y comercializamos los productos cosméticos. En este nuevo paradigma, los datos se han convertido en el verdadero ADN de la belleza moderna.

El contexto regulatorio europeo se endurece progresivamente, exigiendo no solo la demostración de inocuidad de los productos, sino también el cumplimiento de rigurosos requisitos de sostenibilidad y transparencia. Esta presión normativa ha convertido los datos en un activo estratégico fundamental, no solo para cumplir con las regulaciones, sino para competir efectivamente, innovar con base científica y construir la confianza que demandan los consumidores actuales.

Sin embargo, existen muchos desafíos ocultos que la industria debe abordar urgentemente. La trazabilidad del ciclo de vida de los productos o que más del 90% del impacto ambiental de un producto se origina en sus materias primas, transporte,

'CADA DÍA, LAS EMPRESAS COSMÉTICAS ENFRENTAN UNO DE LOS MAYORES COSTES OCULTOS DE LA INDUSTRIA: LAS NO CONFORMIDADES. ES PRECISAMENTE AQUÍ DONDE LA AUTOMATIZACIÓN Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SE CONVIERTEN EN ALIADOS PODEROSOS'

procesos y envases provenientes de proveedores, pero muchas empresas aún o no gestionan esta información crítica o la gestionan con hojas de cálculo dispersas y documentos PDF inconexos y desactualizados. El resultado es una industria perdida sin sistemas de navegación - los datos, que deberían ser su brújula y estrellas - navegando en tormentas de archivos no digitalizados eficientemente, que confunden más que dar rumbo, perdiendo oportunidades de optimizar, innovar o poner en riesgo su credibilidad ante clientes y consumidores.

La verdadera transformación comienza cuando los datos dejan de ser simples números en una pantalla para convertirse en herramientas de decisión inteligente. Disponer de información estructurada, validada, comparable, trazable y actualizada sobre ingredientes, orígenes, impactos y características toxicológicas y medioambientales permite a las empresas formular con mayor seguridad y eficacia, anticipar cambios regulatorios antes de que les afecten, responder ágilmente a las demandas de clientes y certificadoras, y desarrollar estrategias de innovación basadas en evidencias científicas sólidas.

Esta visibilidad e interoperabilidad en la cadena de suministro no solo

aporta eficiencia operativa, sino que permite innovar con agilidad, evitar errores costosos y diseñar productos más alineados con las expectativas del mercado actual.

El *material data management* emerge como una disciplina crucial, ya que permite centralizar, estandarizar y gestionar de manera inteligente toda la información relacionada con proveedores, materias

primas, ingredientes y componentes. Esta digitalización eficiente asegura que cada elemento de la cadena de suministro esté perfectamente estructurado en bases de datos, desde sus propiedades fisicoquímicas hasta su impacto ambiental y social. Plataformas especializadas como Kemchain están demostrando cómo el *material data management* puede transformar la gestión de la información en la industria, proporcionando a las empresas las herramientas necesarias para navegar con éxito en este nuevo paradigma de transparencia y sostenibilidad.

Cada día, las empresas cosméticas enfrentan uno de los mayores costes ocultos de la industria: las no conformidades. Un ingrediente mal documentado, un proveedor sin fichas actualizadas, un reclamo mal argumentado o una incompatibilidad con requisitos legales, puede desencadenar desde una costosa retirada de producto hasta un daño reputacional irreparable.

Es precisamente aquí donde la automatización y la inteligencia artificial se convierten en aliados poderosos. La automatización robótica de procesos permite solicitar, recibir, validar y actualizar información de forma continua, sin depender de procesos manuales propensos al error



Los consumidores exigen conocer la historia completa de sus productos, y las marcas que proporcionen esta trazabilidad detallada no solo se adelantarán a futuras necesidades, sino que estarán aportando una ventaja competitiva.

Para prosperar en este nuevo ecosistema, cada empresa debe poder responder con precisión y rapidez a preguntas fundamentales: ¿qué sustancias potencialmente preocupantes contienen nuestros ingredientes?, ¿cuál es el método de transporte con menor huella de carbono?, ¿y el menor impacto del proceso productivo?, ¿cómo puedo optimizar el envase sin comprometer la estabilidad?, ¿qué ingredientes tienen menor impacto en el medioambiente?... Las respuestas sólo pueden emerger de una base de datos fiable, dinámica y perfectamente conectada con toda la cadena de suministro.

Contar con esta infraestructura de datos permite tomar decisiones más sostenibles y saludables que, además, resultan también en una mayor rentabilidad. No se trata solo de cumplir regulaciones o asegurar la calidad, sino de construir una industria más transparente, innovadora, trazable y alineada con los valores de las nuevas generaciones de consumidores.

La industria de la belleza, y el resto de industrias del mañana, serán indudablemente más tecnológicas y eficientes. Y también más humanas si utilizan la tecnología para cuidar mejor de los seres vivos y del planeta que habitamos. La revolución de los datos no representa una amenaza a la creatividad: serán precisamente estas herramientas las que nos permitirán expresar la creatividad de manera más responsable, precisa y exitosa. Un futuro donde innovación, transparencia, trazabilidad y sostenibilidad converjan en beneficio de todos 🌱

humano. Y la inteligencia artificial, por su parte, puede extraer volúmenes masivos de información estructurada, identificando inconsistencias que pasarían desapercibidas, o anticipar alertas regulatorias. Es como contar con un asistente incansable, que trabaja 24/7, sin errores, ni olvidos, que siempre está actualizado con las últimas regulaciones.

Con estas herramientas tecnológicas, las empresas pueden liberar a sus equipos técnicos de tareas repetitivas, sin valor añadido y focalizarse en actividades que

realmente aportan valor: formular productos extraordinarios, reducir riesgos operativos, acompañar y formar a clientes internos o externos, aportando un valor incalculable.

La llegada del *Digital Product Passport* en la Unión Europea marcará un punto de inflexión definitivo en la gestión de proveedores y cadenas de suministro. Este no será simplemente un nuevo requisito burocrático, sino una oportunidad única para que las empresas demuestren su compromiso real con la transparencia, la trazabilidad y la sostenibilidad.



IN VITRO BIOASSAYS CLINICAL TESTING

Claims substantiation and R&D marketing support

Beauty
Innovation
Days
'25



**in-cosmetics®
global**
Amsterdam 8 - 10 April 2025
BOOTH 12D81

cosmetotest
Cosmetic Testing Symposium
International Preclinical and Clinical
Testing Symposium
May 14-15, 2025 | Lyon

Save the Date
SUPPLIERS' DAY
JUNE 3-4, 2025
JACOB K. JAVITS CONVENTION CENTER
NEW YORK CITY - BOOTH 2069

COSMETIC360
LET'S EXPLORE INNOVATION
INTERNATIONAL B2B TRADE SHOW
15 & 16
OCTOBER
2025
PARIS
CARROUSEL
DU LOUVRE


COSMETORIUM
de la idea al producto
22-23 octubre
2025
BARCELONA
STAND 565

**in-cosmetics™
asia**
Bangkok 4 - 6 November 2025
BOOTH C70

