

→ The Anticipation Gap

BEAUTY UNDER PRESSURE

Guía normativa 2026 -2030
para marcas de perfumería,
cosmética y cuidado personal

2025

2026

2027

2028

blomon
BEAUTY SUSTAINABILITY



CAP. ° 34.00
NECK ° 15.30
BOTTLE ° 37.20
HEIGHT 112.40

El calendario regulatorio forma parte de la agenda de innovación

Hay una situación que aparece con frecuencia cuando hablamos de sostenibilidad y regulación en beauty. Se publica un nuevo marco normativo, y la **fecha de aplicación parece todavía muy distante**. El asunto entra en la agenda, se pospone, y mientras tanto, el producto continúa con sus propios ciclos de desarrollo y producción.

Con el tiempo, ambas líneas temporales empiezan a encontrarse.

Entonces surgen urgencias, preguntas sobre el portfolio, materiales, proveedores, formulación o el stock existente. **El calendario regulatorio y el calendario industrial responden a ritmos diferentes.**

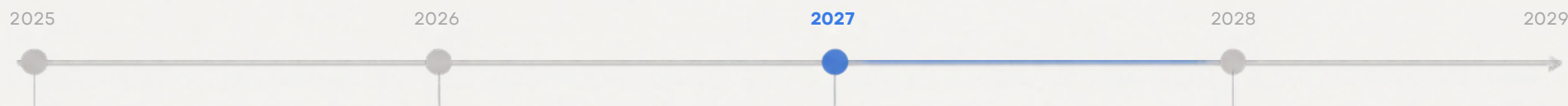
Una regulación puede establecer una fecha concreta. **Transformar un producto requiere un proceso más largo**, condicionado por decisiones, desarrollo, pruebas, proveedores y capacidad industrial.

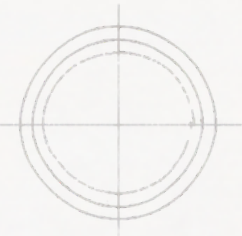
Esta guía propone mirar los cambios regulatorios junto al **tiempo real que necesita una empresa** para desarrollar e implementar una alternativa.

Esa perspectiva puede ayudar a integrar las transformaciones en los ciclos de innovación y a identificar dónde merece la pena empezar antes.

Mariano Lesser

Founder & ESG Strategist, Blomon





EL PUNTO DE PARTIDA

La sostenibilidad tiene tiempos industriales

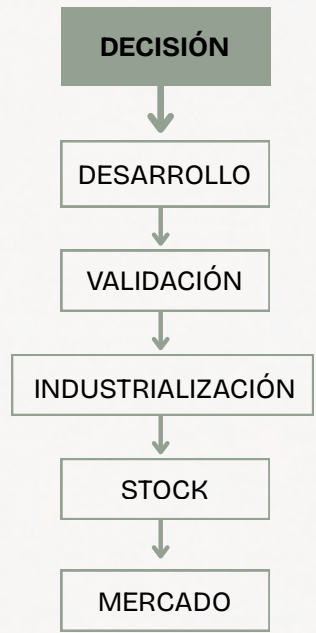
La regulación suele empezar por una fecha. Sin embargo, esta fecha solo adquiere sentido cuando se relaciona con **el tiempo que necesita cada organización para responder**.

Para una marca de beauty pueden entrar en juego la revisión de su portfolio, la búsqueda de alternativas, el desarrollo de nuevos componentes, la reformulación, las pruebas, la homologación de proveedores, la producción y la transición de referencias existentes.

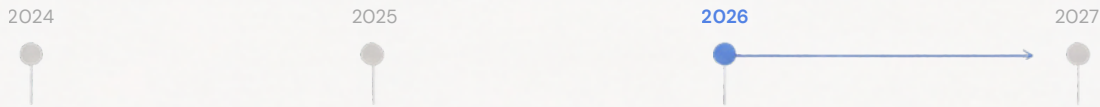
Un cambio regulatorio se convierte así en una cuestión de planificación industrial.

Anticipar consiste en reconocer qué decisiones necesitan más tiempo y cuáles pueden integrarse de forma natural en la evolución del portfolio.

ÁREA	DECISIÓN DE NEGOCIO	DEPENDENCIAS HABITUALES
Portfolio	Priorizar referencias y ventanas de renovación	Volumen, margen, mercados, calendario de innovación.
Packaging	Definir alternativas y especificaciones	Materiales, proveedores, compatibilidad, fin de vida.
Fórmula	Evaluar sustituciones y oportunidades	Eficacia, seguridad, sensorialidad, escalado.
Comunicación	Aprobar mensajes verificados	Datos, documentación, metodología, alcance del claim.



El reto consiste en identificar qué decisiones necesitan empezar antes



THE ANTICIPATION GAP

El intervalo entre la normativa y tu capacidad de respuesta

Llamamos **Anticipation Gap** al espacio de tiempo que puede existir entre la aplicación de un **nuevo requisito y el momento en que una empresa necesita empezar a trabajar** para integrarlo en su portfolio.

Los cambios requieren años de desarrollo, validación industrial y una transición progresiva del SKU. La fecha de aplicación regulatoria es el punto final de un proceso que puede haber empezado mucho antes.

Por eso resulta útil leer el calendario hacia atrás. Primero, la fecha de aplicación. Después, el momento en que el producto debería estar preparado. A continuación, las fases de validación, producción y transición. Y finalmente, la decisión de cuando iniciar el proyecto.

Esto permite relacionar el calendario regulatorio con el calendario de innovación de cada empresa, y tomar decisiones con mayor contexto.



01



Fecha regulatoria

¿Qué exigencia y qué productos quedan afectados?

**ALCANCE REGULATORIO
DEFINIDO**

02



Producto ya preparado

¿Qué referencias requieren una solución completa?

**PORTFOLIO
OBJETIVO**

03



Validación

¿Qué ensayos, pruebas o aprobaciones son necesarios?

**PLAN TÉCNICO
Y DE PROVEEDORES**

04



Decisión inicial

¿Cuándo debe empezar el próximo ciclo de innovación?

**PRIORIDAD Y RESPONSABLE
ASIGNADOS**

La regulación orienta decisiones de producto, packaging, y comunicación

Cuatro marcos clave que condicionan la competitividad del sector beauty en Europa.
Conectarlos con decisiones de negocio hoy, es tu mejor ventaja competitiva.



Riesgos

Impacto por incumplimiento o retraso.



Oportunidades

Ventajas por anticipación y preparación.

01



PPWR: diseño, prevención, reciclabilidad, contenido reciclado, reutilización y datos de packaging.

Pregunta estratégica:

¿qué familias de envases requieren rediseño o información adicional?



02



ESPR y pasaporte digital: mayor estructuración de información de producto.

Pregunta estratégica:

¿qué arquitectura de datos permitiría responder de forma racional y emocional?



03



Claims ambientales: mensajes más específicos, proporcionados y basados en evidencia.

Pregunta estratégica:

¿qué afirmaciones deben revisarse antes de la próxima campaña?



04



Sustancias y formulación: restricciones y cambios por categoría o ingrediente.

Pregunta estratégica:

¿qué fórmulas necesitan análisis de alternativas y qué plazos?



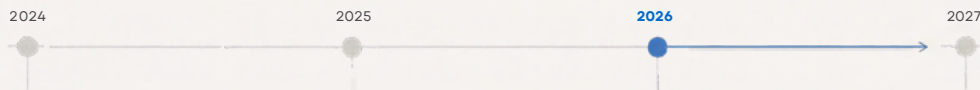
Evaluar el envase como parte de un sistema

El packaging concentra decisiones de **impacto, coste, experiencia, logística y diferenciación de marca**. Para muchos productos beauty, la complejidad surge de la combinación de materiales, componentes, decoraciones, formatos y sistemas de dosificación.

La evolución regulatoria invita a **evaluar el envase como parte de un sistema**, no como una especificación aislada.

La **PPWR** seguirá introduciendo nuevas exigencias progresivamente. La respuesta estratégica necesita distinguir entre medidas de bajo esfuerzo, cambios que pueden incorporarse en renovaciones ya previstas y familias que requieren un proyecto específico por su complejidad técnica o industrial.

Las decisiones de packaging adquieren mayor valor cuando **impacto, viabilidad industrial, coste y experiencia de marca pueden evaluarse al mismo tiempo**. Aquí se introduce claramente el criterio de negocio.





Si el objetivo está en 2030, ¿cuándo hay que empezar?

2030 parece mucho tiempo, pero sabemos que los procesos de rediseño de packaging son largos. Y no conviene ir a contra reloj. Para el 2030 todo envase deberá alcanzar grado A, B o C de reciclabilidad. Grado D y E quedan prohibidos, y un contenido reciclado mínimo (30% PET de contacto sensible, 10% otros plásticos sensibles, 35% resto) y 40% de envase de transporte reutilizable.

OPORTUNIDAD

Empezar el proceso en 2026–2027 te ayuda a pensar con tiempo, asegurando la producción en un proveedor homologado, antes de que la demanda se concentre en 2028 / 2029.



2026

2027

2028

2029

2030

DIAGNÓSTICO

Qué envases deben cumplir grado D o E; qué SKU no llega al mínimo reciclado.

DECISIÓN Y DESARROLLO

Qué formatos migran, con qué proveedor, primeros prototipos.

VALIDACIÓN

Industrialización, con los criterios de grado ya publicados o el riesgo de diseñar sin ellos si hay retraso.

PRODUCCIÓN Y TRANSICIÓN

Producción, agotamiento de referencias antiguas, transición de stock.

CUMPLIMIENTO

El producto que llega a mercado ya cumple la normativa.

**EXIGENCIAS
NORMATIVAS**

Plantear el ecodiseño del envase, etiquetado y DPP.

Aplicar etiquetado armonizado y el DPP

Reciclabilidad por grados y el contenido reciclado mínimo. Los envases que no cumplen dejan el mercado.

De la alternativa material a la decisión integral

La elección de una solución no puede tomarse sobre un único atributo. La matriz siguiente ordena las cuestiones que un equipo puede valorar antes de definir una alternativa. Cada criterio debe nutrirse de información propia del producto, del proveedor y del mercado donde se comercializa.



ALTERNATIVA	 IMPACTO ¿QUÉ LOGRAMOS?	 INDUSTRIA ¿QUÉ IMPLICA?	 MARCA ¿QUÉ TRANSMITE?	PRIORIDAD OPORTUNIDAD
1 Reducción de material	peso, recursos, protección	compatibilidad, eficiencia líneas, moldes	percepción, funcionalidad, inteligencia, tendencia	ALTA Impacto + Viabilidad
2 Simplificación de componentes	separabilidad y fin de vida	disponibilidad, especificaciones, plazos	uso, estética, diferenciación	MEDIA Viabilidad + Marca
3 Contenido reciclado	disponibilidad y calidad	variabilidad, color, validación	código visual, coherencia	MEDIA Impacto + Marca
4 Sistema de recarga	reducción por uso	logística, limpieza, inversión, sistema	comodidad, hábito, propuesta de valor	ALTA Impacto + Marca
→ Oportunidad: integrar impacto, viabilidad industrial, coste y experiencia en una sola decisión.				

Los cambios normativos pueden convertirse en prioridades de I+D

Las decisiones de fórmula reúnen eficacia, seguridad, coste, disponibilidad, sensorialidad, abastecimiento e impacto. Una sustitución de ingrediente puede modificar la estabilidad, la textura, el color, el perfume o la compatibilidad con el envase. El calendario de desarrollo debe reflejar esa interdependencia.

Los cambios normativos asociados a sustancias, así como las señales relativas a agua, biodiversidad, abastecimiento o trazabilidad, pueden convertirse en prioridades de I+D.

Un análisis normativo permite identificar dónde una reformulación podría proteger el producto actual y abrir nuevas opciones para los próximos años.



ORIGEN

¿Qué conocemos del suministro y su trazabilidad?

Riesgo de continuidad y evidencia disponible



ALTERNATIVA

¿Qué opciones preservan el rendimiento?

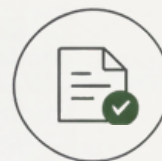
Programa de desarrollo y ensayos



PROCESO

¿Qué recursos requiere la formulación?

Eficiencia, escala y coste



COMUNICACIÓN

¿Qué mejoras pueden documentarse?

Base para mensajes precisos (sin green claims)

REFORMULAR CON MARGEN

El tiempo disponible condiciona el número de alternativas evaluables

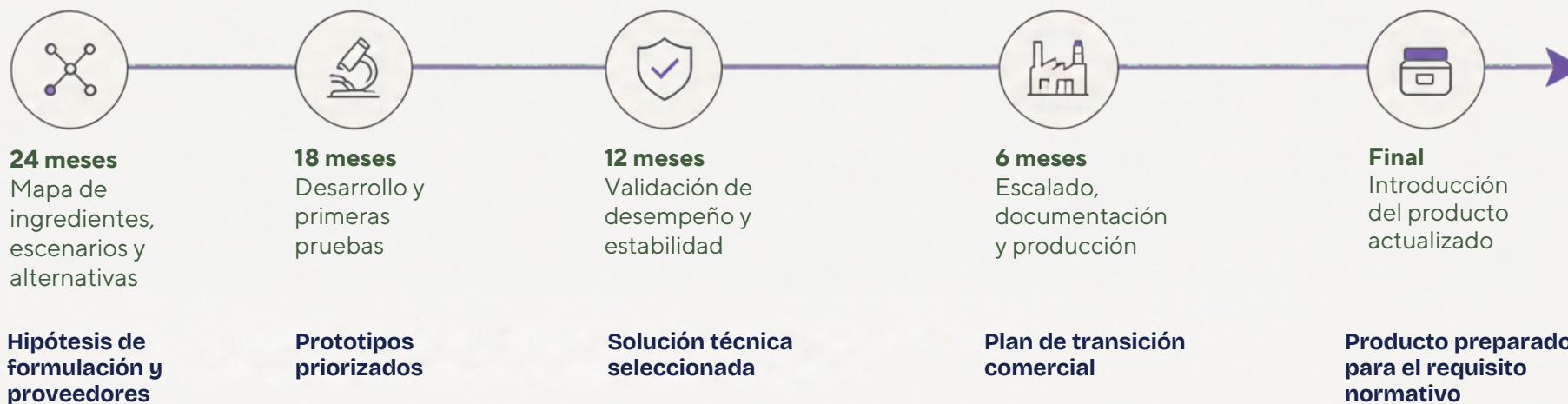
Una reformulación puede responder a una restricción, a una señal de abastecimiento o a una oportunidad de mejora.

El periodo disponible condiciona el abanico de opciones que una empresa puede explorar.

Un proyecto con margen incorpora investigación, pruebas y evaluación económica. Un proyecto comprimido tiende a concentrarse en asegurar continuidad operativa.



ROADMAP DE DESARROLLO



Riesgo principal: empezar tarde limita la exploración y concentra la decisión en asegurar continuidad operativa.

Del dato al claim.

La comunicación constituye **la capa visible de decisiones** realizadas antes en producto, packaging, compras y operaciones.

Una afirmación consistente describe una **mejora concreta**, **delimita su alcance y dispone de evidencia** disponible para quien la aprueba y la utiliza.

La evolución de los marcos sobre alegaciones ambientales impulsa mensajes más precisos. Esta exigencia afecta al pack, e-commerce, publicidad, materiales comerciales y comunicación corporativa. La revisión de claims puede funcionar como un punto de conexión entre marketing y la información técnica de la empresa.

- 1**  **PRECISIÓN**
¿La frase especifica qué atributo ha cambiado?
- 2**  **ALCANCE**
¿afecta a todo el producto, envase o a un componente?
- 3**  **EVIDENCIA**
¿dónde está la documentación que respalda la afirmación?
- 4**  **COHERENCIA**
¿La especificación coincide con el mensaje en todos los equipos y mercados?



**Composición de envases**
packaging y proveedores , especificaciones y compras

**Origen de ingredientes**
I+D, compras y proveedores cuestionarios y claims

**Evidencia ambiental**
sostenibilidad y producto comunicación y clientes

**Certificaciones y fichas**
calidad y compras homologación y documentación

 **Oportunidad:** convertir la trazabilidad y la evidencia en una capacidad de mercado.

La trazabilidad puede convertirse en una capacidad de mercado

Los requisitos de información viajan a lo largo de la cadena de valor.

Grandes empresas, distribuidores y retailers necesitan datos para gestionar sus propios compromisos, compras y reportes. Esa necesidad puede aparecer ante las marcas en forma de **cuestionarios, especificaciones, fichas de producto o criterios de selección.**

Para una empresa mediana, la capacidad de responder con información consistente puede condicionar la relación comercial.

La misma información sirve para un regulador, para lo que necesita un cliente para comprarte, para crear una campaña o certificar una homologación.

 INFORMACIÓN	 RESPONSABLE	 USO COMERCIAL
Composición de envases	Packaging y proveedores	Especificaciones y compras
Origen de ingredientes	I+D, compras y proveedores	Cuestionarios y claims
Evidencia ambiental	Sostenibilidad y producto	Comunicación y clientes
Certificaciones y fichas	Calidad y compras	Homologación y documentación

Priorizar el portfolio actual antes de abrir nuevos proyectos

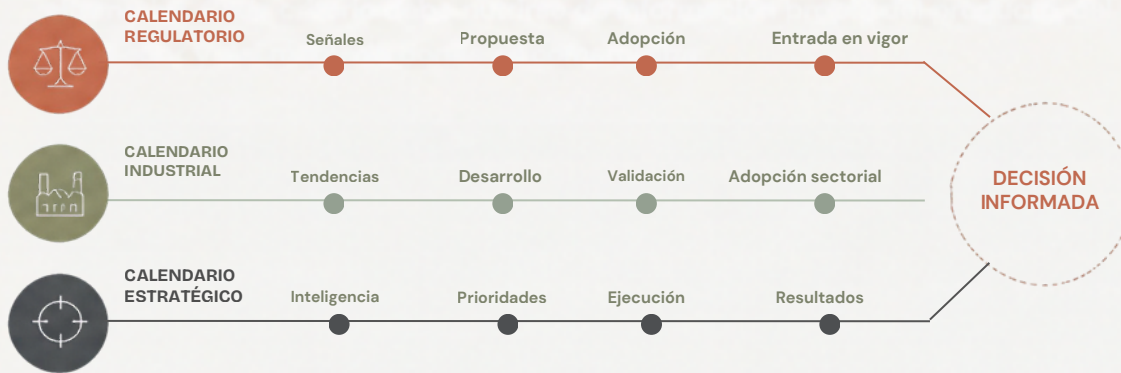
Una regulación puede afectar a un número elevado de referencias.
El valor de un análisis de portfolio consiste en distinguir las referencias que requieren **intervención prioritaria** de aquellas que pueden alinearse con su **próxima renovación natural**.

Esta diferencia protege recursos y permite concentrar la atención en los productos donde tendrá mayor efecto y menor coste.

VARIABLE	INDICADOR A REVISAR	EFFECTO SOBRE PRIORIDAD	TU PRODUCTO (PUNTÚA DEL 1-5)
Exposición y riesgos	Requisito, mercado y categorías afectadas	Aumenta la urgencia de análisis	
Tiempo de cambio	Desarrollo, homologación, stock y transición	Amplía el Anticipation Gap	
Importancia del SKU	Volumen, margen, hero, relevancia de marca	Eleva impacto de la decisión	
Próximo ciclo	Próxima renovación o relanzamiento	Puede reducir costes de integración	

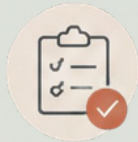
Cruzar el riesgo con el ciclo de innovación que ya existe en la marca, para priorizar qué se interviene primero.

Convierte el calendario regulatorio en una herramienta de decisión para tu portfolio.



CINCO PREGUNTAS ESTRATÉGICAS

- 01 ¿Qué requisito está cambiando realmente?
- 02 ¿Qué parte del portfolio está expuesta?
- 03 ¿Cuánto tarda la empresa en transformar esa referencia?
- 04 ¿Qué ventana de innovación puede absorber el cambio?
- 05 ¿Qué evidencia será necesaria al comunicar el resultado?



AUTODIAGNÓSTICO RÁPIDO



Diferenciamos requisitos confirmados, marcos en desarrollo y señales emergentes



Conocemos el tiempo real de desarrollo, validación y transición



Sabemos dónde está la evidencia de las principales alegaciones



Identificamos referencias que encajan con el próximo ciclo natural de renovación

El calendario de tu marca es el siguiente paso.

Lo aplicamos a tu portfolio real: priorizando qué referencias necesitan un relanzamiento y cuáles ya cumplen la normativa.

En una conversación de treinta minutos, sales con las referencias priorizadas.

AGENDA UNA REUNIÓN

O escríbenos a hola@blomon.io

