

NATANA, cosmética natural, consciente y eficaz, triplica su donación a proyectos sociales durante la campaña de Navidad

La marca NATANA es Conscious Beauty, cosmética natural de alta calidad, eficaz y con voluntad de tener un fuerte compromiso e impacto positivo en la sociedad y el planeta. La marca confía en la economía circular para su línea de investigación y formulación, elabora productos en frío y elimina el agua en su jabón facial en polvo minimizando la huella de carbono y la hídrica

Cosmética consciente, natural y eficaz es la apuesta que hace Natana Cosmetics desde 2021, momento en el que se empezó a abrir paso en el movimiento Conscious Beauty. La marca nativa digital destina esfuerzos en tener impacto positivo también en la sociedad y no solo en el consumidor. Por este motivo, triplica la donación obtenida de sus ventas a proyectos de responsabilidad social.

NATANA desde sus orígenes se adhiere a los objetivos de sostenibilidad 2030 de la ONU, y muy especialmente al objetivo 4 que es la Enseñanza de Calidad. Por ello, una parte de su facturación se destina a causas sociales afines a su compromiso.

Durante la campaña de Navidad, como un paso más en su objetivo de promover un consumo consciente, todas las ventas que se realizarán desde el 1 de diciembre de 2022 hasta el 5 de enero de 2023 triplicarán su aportación habitual a los proyectos sociales seleccionados, que este primer año se han centrado en frenar el abandono escolar en colaboración con la Asociación del Raval de Barcelona.

La recompensa tras un sólido compromiso

Los valores de NATANA han hecho mella en los consumidores y en el mercado, fruto de ello se ha creado NATANA LOVERS Club, una comunidad que ya atrae a más de 1.000 fans que consumen de manera consciente fomentando un consumo responsable. Y es gracias a ellos que el compromiso de NATANA con la sociedad y con el planeta pueden seguir adelante.

Según los datos que baraja la marca, más del 80% de los compradores repite debido a la alta eficacia y la calidad que imprime NATANA en sus productos. Además, un cambio de imagen cuidado y la apuesta por un embalaje cada vez más sostenible son pasos que siguen afianzando el compromiso de la marca con el planeta y fidelizando cada vez más a sus consumidores.

La marca nativa digital se adentró en el mercado en octubre de 2021 con línea de cuidado facial descubriendo productos novedosos como el limpiador en polvo Organic Powder Cleanser, jabón limpiador facial 0% agua, el Cool Advanced Contour , contorno de ojos cuya fórmula incorpora un 95 % de productos naturales orgánicos, y la pasada primavera lanzaron gama well-ageing , que consiguen unos excelentes resultados en la reducción de arrugas -hasta el 35%, tras un estudio de un laboratorio independiente-. De esta línea destaca su Antiox Advanced Booster con un 98,8% de ingredientes

naturales que incorporan péptidos biomiméticos para que los signos de la edad aparecieran de manera pausada.

Desde NATANTA ya se trabaja en la creación de nuevas gamas de productos, de forma progresiva, que tendrán activos obtenidos de otros subproductos como los surgidos al elaborar aceite, en este caso con origen en Andalucía.

Siendo fiel al movimiento Conscious Beauty, la marca sigue presentando productos de alta calidad formulados de manera sostenible e incorporando, en la mayoría de ellos, un activo natural basado en la economía circular. A partir de subproductos como las lías del vino, se obtiene un activo exclusivo que han denominado Lías Concentradas, origen del cual proviene de la uva de las Bodegas de Vins de Taller de Siurana d'Empordà. Este exclusivo activo es rico en antioxidantes para la piel.

Además, los productos Natana se diseñan bajo el concepto "menos es más" y se elaboran en frío minimizando así la huella de carbono al máximo durante la fabricación. También fabrican bajo el concepto "WaterLess " eliminando la utilización de agua y reduciendo así la huella hídrica.

NATANA es Belleza Consciente

Nacida oficialmente en Barcelona en 2021 como marca nativa digital con su propio e-commerce, se trata de una empresa de cosmética y cuidado personal enmarcada dentro del movimiento denominado Cosmética Consciente o "Conscious Beauty".

El proyecto, que se ha diseñado desde inicios de 2020, está liderado por sus dos cofundadores, Laura Berzal y Roger Guasch. Berzal atesora una dilatada carrera en marketing. Su motivación en utilizar cosmética natural y que al mismo tiempo sea eficaz fue la base inicial del proyecto que ha desarrollado junto a Guasch, quien tiene una amplia formación en el ámbito de la ingeniería química y ha estado vinculado al sector farmacéutico y cosmético durante su carrera profesional, así como una experiencia dilatada en la gestión empresarial liderando proyectos significativos.

NATANA apuesta por la innovación, la alta calidad y la eficacia elaborando sus propias fórmulas y productos a partir de la combinación de ingredientes naturales, algunos de ellos obtenidos por economía circular –upcycling-, con otros principios activos.

Natana lanza al mercado sus primeros seis productos en octubre de 2021, ampliando su oferta este primer año de vida con gama well-aging , para primer semestre de 2023 tiene la previsión de lanzar una nueva línea para ampliar rápidamente su oferta.

Datos de contacto:

María José Vacas Roldán
616078204

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Solidaridad y cooperación](#) [Consumo](#) [Belleza](#) [Sostenibilidad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>