

Natana, una apuesta decidida por la cosmética consciente, natural y eficaz

Son cosméticos naturales de alta calidad, pero al mismo tiempo eficaces y con voluntad de tener un fuerte compromiso e impacto positivo en la sociedad. La marca ha desarrollado productos cosméticos que incorporan principios activos naturales obtenidos de la fermentación de la uva de vinos de l'Empordà. La economía circular es una de las líneas de investigación y su aplicación hace posible ir más allá de la cosmética natural y evolucionar hacia Conscious Beauty

Cosmética consciente, natural, vegana y eficaz es la apuesta que hace Natana en el mercado de la cosmética para abrirse paso en el movimiento Conscious Beauty. Se presenta con productos formulados por la propia compañía de manera sostenible y en cinco de ellos incorpora un activo natural basado en la economía circular, es decir, a partir de subproductos, en este caso de la fermentación de la uva de vinos de l'Empordà.

El compromiso de Natana es doble, tanto con sus clientes y consumidores como con la sociedad. La marca muestra desde su inicio la voluntad de utilizar activos naturales en sus productos obtenidos por economía circular (upcycling). "Nos dirigimos principalmente a aquellas personas que, si bien demandan cada vez más una cosmética natural, sostenible y con valores sociales, al mismo tiempo también reclaman que sea eficaz, ya que la cosmética natural por sí sola no es lo suficientemente eficaz para el cuidado de la piel", afirma Laura Berzal, cofundadora de la empresa.

Natana crea productos de calidad y eficaces sin renunciar a la máxima naturalidad en los cosméticos. "Lamentablemente los cosméticos naturales por sí solos no me aportaban la eficacia que buscaba, así que hemos formulado nuestros propios productos, con una elevada naturalidad y calidad de sus activos para que aporten esta eficacia en la piel desde el principio y nuestros productos van del 93% al 99%", destaca Laura.

Natana se une al movimiento Conscious Beauty

La marca apuesta por ser reconocida en el sector de la denominada Cosmética Consciente o "Conscious Beauty", movimiento que se fundamenta en la voluntad de tener impacto positivo en la sociedad y no solo en quien la consume. "Natana se siente unida de inicio a una serie de valores en favor de las personas y de la sostenibilidad, de ahí que hayamos decidido adherirnos a los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU para 2030. Nos sentimos especialmente motivados en promover proyectos de educación en ámbitos cercanos y nuestra comunidad", declara Roger Guasch, cofundador de Natana.

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. Además, uno de los más innovadores es el jabón limpiador facial en polvo fabricado bajo el concepto "WaterLess", es decir, minimizado la utilización de agua.

Siguiendo esta misma línea de compromiso, Natana centra la investigación y desarrollo para la obtención y utilización de activos naturales en el upcycling-economía circular-. El primer activo propio de Natana obtenido a través de este proceso proviene de la primera fermentación de la uva para la elaboración de vino, el denominado “Lees Concentrated”. Estos posos (lías) son subproductos que habitualmente luego se utilizan como abono y Natana usa estos lodos convertidos en un postbiótico rico en antioxidantes para el cuidado de la piel encontrando ahí la eficacia deseada.

La colaboración con la bodega “Vins de Taller” de l’Empordà ha sido de vital importancia para este proceso y desde Natana ya se trabaja de cara a 2022 en la creación de nuevas gamas de productos, de forma progresiva, que tendrán un activo obtenido de otros subproductos como los surgidos al elaborar aceite, en este caso con origen en Andalucía. “En España hay elementos de referencia mundial y la obtención de productos de alto valor añadido también puede tener un reconocimiento significativo y ayudar a potenciar la economía después de esta pandemia” expone Roger Guasch.

Natana busca “democratizar la cosmética” porque “creemos que la buena cosmética es sinónimo de salud y bienestar y al nacer como marca nativa digital llegaremos de forma sencilla, rápida y cómoda al consumidor final con unos precios muy competitivos”, afirma Laura Berzal.

Sobre Natana

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, es 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 efectiva 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.

Junto a ellos hay un equipo profesional que ha permitido elaborar sus propias fórmulas y obtener su primer activo natural a partir de la economía circular. Natana lanza al mercado sus primeros siete productos en octubre de 2021 y con previsión de seguir en 2022 con otros ocho productos para ampliar rápidamente su oferta.

Datos de contacto:

MJVacas
616078204

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

Categorías: [Nacional](#) [Industria Farmacéutica](#) [Moda](#) [Ecología](#) [Industria Alimentaria](#) [Consumo Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>