

Los productos solubles de The Refill Concept redefinen la sostenibilidad en cosmética

El innovador enfoque que aporta The Refill Concept, un nuevo actor en el mundo de la cosmética natural sostenible

Según datos del Foro Económico Mundial y la OCDE, la perspectiva global del reciclaje de plásticos es desalentadora. Para 2050, se espera reciclar solo el 37 % del plástico recogido, que será aproximadamente el 70 % del total producido. En 2019, 22 millones de toneladas de plástico contaminaron el medio ambiente, y se generaron 353 millones de toneladas de residuos plásticos. España, en particular, desecha más de 126 toneladas de plásticos al día, siendo el segundo país que más contamina el Mediterráneo.

El simple acto de ducharse diariamente genera una cantidad alarmante de residuos plásticos. Cada año, una persona consume cerca de 5 kilogramos de botellas de plástico en productos como geles y champús. En una familia de cuatro, esto se traduce en 20 kilogramos de plástico, de los cuales solo el 30 % se reciclará, según la OCU. El resto acabará en vertederos o contaminando la naturaleza. Si se extrapolan estos datos a toda la población española, las cifras son aún más impactantes.

Los productos sólidos, envasados en papel, han sido, hasta el momento, la opción más sostenible. Sin embargo, no todo el mundo los prefiere. Ahora existe una opción para aquellos que prefieren los formatos líquidos: los productos solubles que se reconstituyen con agua en el hogar. Este innovador enfoque viene de la mano de The Refill Concept, un nuevo actor en el mundo de la cosmética natural sostenible.

La evidencia científica es irrefutable: el plástico está invadiendo el día a día de la población. La ingesta a través del agua (también la embotellada) de microplásticos es una realidad. Y cualquier acto, incluso darse una ducha, está acompañado de plástico.

Ante esta alarmante realidad, surgen iniciativas empresariales que buscan ofrecer alternativas más sostenibles. Sin embargo, no todas son lo que parecen. Algunas marcas optan por el "Greenwashing", una estrategia de marketing que da una apariencia ecológica a productos que, en realidad, no lo son.

La industria cosmética ha sido una de las primeras en adoptar prácticas más sostenibles, con un notable aumento en la demanda de cosméticos naturales. Los geles de ducha y champús sólidos se han convertido en una opción popular, pero ¿qué ocurre con aquellos consumidores reacios a cambiar sus hábitos? Muchos productos líquidos de cosmética natural aún se envasan en plástico, lo que plantea un dilema para el consumidor consciente del medio ambiente.

En este contexto, The Refill Concept emerge como una solución innovadora. "Analizamos detenidamente la tendencia hacia los productos 'refill' y decidimos ir un paso más allá",

afirma Mónica Martín, fundadora y CEO de la empresa. La compañía ha lanzado una línea de geles y champús naturales en forma de concentrados solubles en agua, eliminando la necesidad de envases plásticos.

La propuesta es sencilla pero revolucionaria: los consumidores pueden reconstituir en casa estos concentrados en polvo, obteniendo así productos líquidos para el cuidado personal. "Este enfoque no solo elimina el plástico, sino que también reduce las emisiones de CO2 asociadas al transporte, a la vez que optimiza el espacio de almacenamiento", explica Martín.

Mirando hacia el futuro, The Refill Concept aspira a expandir su modelo de recargas solubles a una amplia gama de productos de uso cotidiano. "Es necesario un cambio de hábitos. Se trata de reconstituir antes, en lugar de tener que reciclar después", concluye Mónica Martín. "Creemos que, al destacar los beneficios de este tipo de productos, podemos contribuir al cambio de comportamiento que la sociedad necesita para minimizar su impacto ambiental".

Datos de contacto:

Mónica Martín
Fundadora
674760329

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

Categorías: [Nacional](#) [Ecología](#) [Consumo](#) [Belleza](#) [Sostenibilidad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>