

Análisis de estudio del caso L'oreal en la incidencia en las empresas del sector de la industria cosmética en Colombia

Juan Pablo Gómez Mendivelso¹

Maria Alejandra Fandiño Polo²

Yessica Brighth Ardila Duran³

Resumen

recientemente se ha hablado de la tendencia creciente frente a la experimentación en animales; es por ello, que surge el término Cruelty free, el cual hace alusión a libre de crueldad animal, donde generaciones como millenials y Z han impulsado a la concientización de utilizar productos que no experimenten en animales y apoyar a las empresas que optan por una producción más ética y sostenible. Por ende, muchas marcas de maquillaje y cuidado personal, han tenido que verse obligadas a cambiar sus estrategias para que permitan aportar tanto en lo social como también salvar la vida animal. En consecuencia como equipo de trabajo, nos preguntamos ¿De qué manera las empresas colombianas pueden aplicar prácticas diferentes al testeo animal con base al caso L'oréal?, la respuesta se basa en buscar métodos alternativos que reemplacen este tipo de prácticas y que no perjudique la eficiencia de los productos. Cabe resaltar que al testar con animales, los productos no siempre salen 100% seguros, ya que en muchos laboratorios se presentan problemas que pueden afectar no solo la vida de estos seres vivos si no también la salud de las personas.

Asimismo, el resultado de estas experimentaciones han sido deficientes, a causa de que muchas veces la eficiencia de estos “bienes” no se alcanza a verificar del todo, haciendo que se pierdan la vida de millones de animales, y desarrollando silenciosamente enfermedades a largo plazo en la gente, en resultado de las reacciones que generan estos productos.

Palabras claves. Industria Cosmética, Libre crueldad Animal, Maquillaje, Testeo Animal, Estrategias.

¹juan.gomezmal@cun.edu.co Negocios Internacionales

²maria.fandinop@cun.edu.co Negocios Internacionales

³yessica.ardila@cun.edu.co Negocios Internacionales

Abstract

recently, there has been talk of the growing trend against animal testing. That is why the term 'Cruelty free' arises, which refers to testing free of animal cruelty, through which generations such as millennials and generation Z, have driven the awareness of using products that do not experiment on animals and support companies that opt for a more ethical and sustainable production. Therefore, many makeup and personal care brands have seen the need to adopt certain measures and changes that allow them to contribute to the social field and save animal life.

Consequently, as a work team, we asked ourselves: How can Colombian companies apply practices other than animal testing based on the L'oréal case? The answer is based on looking for alternative methods that replace this type of practices and that do not harm the quality of the product or the image of the corporation.

It should be noted that, when testing with animals, products are not always 100% safe, since in many laboratories there are problems that can affect, not only the life of these living beings, but also people's health.

Likewise, the results of these experiments have been deficient, since many times the efficiency of these "goods" is not completely verified. Reactions to these products result in the loss of millions of animals, and the development of new long-term diseases in a silent way.

Keywords. Cruelty Free, Cosmetics Industry, Test on Animals, Make-Up, Strategies.

Introducción

La industria cosmética, ha tenido un impacto global creciente, debido a su importancia cultural, social y económica. Asimismo, los avances tecnológicos y las crecientes preocupaciones ambientales y éticas en el testeo animal han generado inquietud por parte de los consumidores ya que sigue siendo una práctica común en la fabricación de estos productos. Empresas como Johnson & Johnson, Procter, entre otros, han sido objeto de críticas por el uso de animales en sus pruebas, a pesar de las demandas sociales y regulaciones en la evolución que buscan prohibir estas costumbres.

Este artículo no solo aborda la problemática ética del testeo animal, sino que también responde a la tendencia sociocultural de la sociedad por consumir productos más responsables y al cumplimiento de las normativas vigentes a nivel global y local en los diferentes mercados; nuestro objetivo es establecer métodos alternativos en la experimentación del testeo animal en

los productos beauty en Colombia por medio de diferentes tácticas como identificar la regulación de cosméticos testados en animales por parte de las empresas Colombianas, formular estrategias que aporten a la no experimentación con animales para la fabricación de maquillaje facial y aplicar enfoques que sustituyan el uso de animales en la experimentación y fabricación de cosméticos para el cuidado facial.

Teniendo en cuenta esto, lo que se busca con este trabajo es identificar dichas prácticas y así proponer alternativas a la experimentación animal que se alineen con las tendencias éticas y sostenibles que está en continuo desarrollo en el sector cosmético; Aplicándolo al comercio exterior, el sector del maquillaje es de gran importancia ya que la globalización ha facilitado el acceso a la información entre países, evidenciando que empresas cumplen o no con estas normativas. Como estudiantes en formación de Negocios Internacionales buscamos aportar de manera significativa a la transición de mejorar prácticas más sostenibles que favorezcan la reputación de esta industria. menciona Espinosa & Castañeda, (2020, citando a Singer, 1975).

Metodología

El presente estudio tiene como característica descriptiva, y de estudio de caso; ya que, en primera instancia describir y analizar este fenómeno de Cruelty free o libre de testeo desde el sector empresarial. Con el objetivo de recopilar, analizar y sintetizar información relevante y existente, pues se lleva a cabo a través de un proceso sistemático que incluye la búsqueda, selección y evaluación crítica de las fuentes más pertinentes. La búsqueda de información se realizó en bases de datos académicas, gubernamentales e institucionales reconocidas, tales como: Google académico, Dane, ANDI, Legiscomex, repositorio CUN, etc.

En segunda medida, se aborda como caso de estudio la empresa L'oreal ya es una empresa líder a nivel global, llegando a ser un ejemplo de que se puede producir maquillaje o cosméticos 100% sostenibles sin causar daños y perjuicios en la vida animal.

Revisión Bibliográfica

Métodos alternos frente al testeo animal en el sector cosmético colombiano

En palabras de Espinosa & Castañeda, (2020a, citando a Singer, 1975), menciona: El testeo animal como base de experimentación en la sociedad es una práctica que se sigue aprovechando en diferentes sectores empresariales como la cosmética , moda , alimentos , ocio , entre otros. sin embargo, estas costumbres vienen desde los tiempo del cristianismos pasando por la época del renacimiento y la era de la iluminación en donde en esta se empieza a reconocerse la moral del sufrimiento animal gracias a pensadores como Jeremy Berthan, en donde la igualdad para el es reconocer que los seres no humanos (animales) pueden llegar a sentir las mismas emociones y sentimientos que un ser humano. (p.42)

Según espinosa y castañeda, desde la perspectiva de Singer en su libro “liberación animal”, enfatizan que para evitar el especismo los seres humanos deben reconocer, que todos los seres vivos que son similares en aspectos relevantes o irrelevantes a ellos tienen el mismo derecho a vivir y este derecho a vivir no puedes ser dado solo a los que son miembros de la especie humana. (Espinosa & Castañeda, 2020b, p.45); asimismo, La industria cosmética son los que más están dispuestos a experimentar en animales ya que su objetivo es garantizar que los ingredientes que emplean para la creación de sus productos no tenga los mismos efectos colaterales en los humanos (dolor, daños, malformaciones o muerte) asimismo puedan satisfacer las necesidades de los mismos. (Espinosa & Castañeda, 2020c, p.46).

El testeo animal también se reprocha desde su efectividad dado que muchos de los experimentos que se realizan, causan efectos contraproducentes bilateralmente ya que las sustancias que se utilizan pueden provocar reacciones alérgicas tanto en humanos como no humanos ya que el organismo de ambos es diferente y al momento de probar dichas sustancias, pueden responder de manera distinta (Singer, 1975a, p.47). De igual manera cabe mencionar que estas prácticas no siempre van en contra de lo moral y ético por parte de la comunidad científica, puesto que se les restringe mucha información. Existen procedimientos alternativos diferentes al testeo animal, si no que en ciertos casos muchos se ven obligados a participar en estos experimentos con el fin de competir y mejorar su reputación o de cierta forma el temor a perder su empleo (Singer, 1975b,p.48).

Para finalizar se debe llevar a cabo una concientización y estrategias alternativas que apoyen la vida animal sin poner en riesgo al gremio. Agregando a lo anterior, se deben buscar incentivos que ayuden a informar a la sociedad con el fin de mermar el hiperconsumo de productos que estén utilizando el testeo animal.

Como los creadores de contenido contribuyen al no testeo animal por medio de las redes sociales

La concientización sobre los efectos negativos que puede contraer la experimentación animal, aumenta gracias a los contenidos de aquellos influencers referentes en el campo de la belleza que exponen la problemática a nivel global, creando comunidades que van a favor del sello Cruelty Free (Radin, 2020, p.364). Sin embargo, las tendencias sostenibles han crecido paulatinamente, generando cambios en los patrones de consumo e inclinando al público a consumir productos orgánicos que no hayan sido testeados en animales (Zhang y Dong, 2020, p.365).

Un informe de Deloitte (2022) establece que tanto millennials como la generación z muestran una extensa preocupación por cambiar sus hábitos de consumo para proteger el medio ambiente. Sin embargo, debido a la falta de información y el rechazo a ciertas campañas publicitarias que exponen una cortina de humo frente a la problemática ambiental y animal, muchos consumidores no llegan a concretar sus decisiones de compra a causa de la desconfianza y el rechazo por ciertas marcas que venden sus productos con mentiras y la carencia de información (p.365).

Por consiguiente, las redes sociales han creado un espectro sobre cómo hacer publicidad hoy en día. En los últimos años, muchos anunciantes reclutan a influencers para promocionar sus productos a través de estas plataformas, siendo Instagram la más relevante, ya que mucho de su contenido es entretenido, informativo y relevante para sus seguidores (Voorveld, 2019; Feng et al., 2021; Sidorenko et al., 2021, p.366). Por ende, cada vez más usuarios se sienten atraídos y seguros al comprar por estos medios, porque los influencers que hablan de estos productos son más seguros, transparentes, auténticos y creíbles en la descripción de los mismos (Jafarova y Matson, 2021, p.366)

¿De qué manera se pronuncian las empresas de maquillaje con respecto al testeo animal?

Dentro del marco de las empresas que emplean argumentos frente a la experimentación animal, L'Oreal y Shiseido se respaldan en la ciencia, buscando alternativas que no involucren las pruebas en animales. Estas dos marcas mencionadas anteriormente presentan las siguientes disyuntivas. L'Oreal maneja modelos de piel humana para sus pruebas de testeo, teniendo centros de episkin (Piel sintéticas) en Lyon Francia y Shanghai China. Además, se le reconoce a L'Oreal por ser de las pioneras y primeras compañías en utilizar estos métodos ya que empezaron a ocuparlo en 1979, aproximadamente hace 45 años. En consecuencia, la marca Shiseido ha evaluado diferentes opciones, creando alianzas con el centro japonés (the Japanese Center for the

validation of alternative methods) y el laboratorio de la unión europea (the european union reference laboratory for alternatives to animal testing), el cual busca implementar diferentes estrategias que puedan contrarrestar el testeo animal (Belén, 2020a, p.30).

Ahora bien, la marca P&G a través de colaboraciones con ONGS como PETA (PEOPLE FOR THE ETHICAL TREATMENT OF ANIMALS) and HUMAN SOCIETY INTERNATIONAL, expresan seguir promoviendo y desarrollando nuevas tácticas que aboguen en contra de los ensayos en animales; por otro lado, marcas como Estée Lauder realiza su testeo clínico sin la intervención de los animales, aunque claramente de manera más sencilla que otras empresas (Belén, 2020b, p.31).

Por último, la marca NIVEA argumenta que no experimenta en animales; sin embargo, cabe resaltar que en ciertos países no existe una regulación o normativa que se aplique contra el testeo animal, por ende, países como china permiten este tipo de prácticas, debido a las leyes y legislaciones del gobierno, lo que conlleva a que la marca mencionada tenga una excepción en este país y pueda llevar a cabo sus procedimientos de manera regular, ya que en china son muy exigentes en el tema de salubridad y se preocupan de que alguno de estos productos puedan causar daños o perjuicios en la salud de la población (Belén, 2020c, p.32).

Nosotros analizamos a través de la herramienta de estudio PESTEL que nos permite evaluar los aspectos y los factores externos que puedan impactar la industria cosmética, en sus diferentes entornos, permitiéndonos crear estrategias que se adapten a distintas circunstancias que se puedan presentar en el ámbito político, económico, tecnológico, social, ecológicos y legal; permitiéndonos anticipar riesgos y aprovechar oportunidades en función de las tendencias y sus regulaciones.

Cruelty Free (libre de crueldad) se relaciona con cualquier producto cosmético que no afecte ni pueda llegar a dañar a los animales en toda la cadena de suministro (Cruelty-Free International, 2021, p.365). Este término se asocia como un certificado que brinda seguridad a los consumidores al momento de la compra de cualquier objeto de la industria de cosmética, ya que se expide un sello y las marcas que lo empleen se verán beneficiadas tanto en su imagen corporativa como con los millones de personas que a diario buscan una satisfacción personal en estos bienes (Biune, 2022). Gracias a la implementación de esta norma, muchas empresas han optado por dejar de hacer prácticas poco éticas y darle un enfoque ambiental y respetuoso a sus productos, sin poner en riesgo la vida de la fauna silvestre de nuestro planeta.

El testeo animal es una práctica utilizada en el sector del maquillaje o cosmético, donde las pruebas conducen a la experimentación y tortura en animales, en el cual sus productos pueden llegar afectar no solo a estos seres vivos si no también a los humanos (Cream Lab, 2022).

Además, *la crueldad animal* hace referencia a pruebas de sometimiento dolorosas o tortura que ponen fin a millones de animales (muerte) con el propósito de asegurar que sean compatibles con el cuidado personal, incentivando al gremio que puedan utilizar estrategias diferentes como los métodos *in vitro* que usan células y tejidos artificiales permitiendo examinar la eficiencia de sus productos; por ejemplo *los modelos computacionales* son simulaciones a través del uso de una computadora que beneficia la industria de la cosmetología y reduce los riesgos en los animales o los avances tecnológicos como pieles artificiales, entre otros.

Desde el punto de vista de Boada, Colom y Castelló (2011, p.4); “*La experimentación animal* se define como una actividad que tiene como misión evidenciar fenómenos biológicos sobre los animales determinados. También va ligado a lo científico o experimental que pueda llegar a suponer un ataque al estado de bienestar del animal”, en palabras de Lin (2010), “susceptible de

causarle sufrimiento, angustia, en la producción de cosméticos; la práctica de diferentes pruebas usando animales como conejos, ratones, etc; con el fin de cumplir con los requerimientos de seguridad que un producto debe cumplir para que sea comercializado” (p.16).

En pocas palabras, *la industria cosmética* es aquella que obtiene beneficios económicos directos a través de productos dedicados a embellecer la imagen, estética o cuidado de la piel con la finalidad de mejorar la apariencia. Esta industria ha evolucionado favorablemente siendo la más rentable económicamente en la historia; en Colombia, este sector es un pilar fundamental de nuestra economía destacándose como uno de los más prósperos por su alta demanda y capacidad productiva.

Desde una perspectiva más general, el *Greenwashing* consiste en engañar al público con productos 100% “sostenibles”, haciéndole creer a la población que todos los beneficios que presentan son libres de crueldad animal y con ingredientes que son totalmente amigables con el medio ambiente. Por ende, este concepto se puede ver reflejado en muchos contextos como por ejemplo, redes sociales, páginas web e incluso llegando a la televisión y radio. Cabe resaltar que muchas empresas buscan exonerarse por medio de políticas verdes , “certificaciones” y “etiquetas” que suelen ser dudosas y en su mayoría falsas. Ahora bien, estas compañías gastan dinero en pautas publicitarias con el fin de presentar una apariencia “ecológica”, ya que se representan en el mercado verde, significando mayores ingresos; es por eso que el greenwashing es una estrategia avanzada para destacar en esta industria Besil, M. C. & Orozco-Toro, J. A. (2019, p.5-6).

Cabe señalar que *la Sostenibilidad* se enfoca en crear productos respetuosos tanto con los animales como con el medio ambiente, utilizando ingredientes ecológicos y procesos éticos que minimizan el impacto ambiental y promueven el bienestar social (Acciona, 2021).

La *experimentación* se enfoca en usar animales no humanos en laboratorios para varios propósitos, dentro de estos se puede evidenciar para fines militares o biomédica, como también para productos de maquillaje y aseo en general. (Animal Ethics, n.d.).

el Cuidado de la piel Según la esencia de salud (2023), lo define como la base de mantener una piel equilibrada, limpia y sana, ya sea que se utilice maquillaje o no. Asimismo, es importante resaltar que los productos que consumimos en nuestra piel deben usarse con suma precaución, ya que hay impurezas que llegan a causar imperfecciones en nuestra piel como contaminación, tabaco, etc. Estos malos hábitos pueden llegar a engendrar a largo plazo una obstrucción en los poros, ocasionando que la piel pierda luminosidad, llegando al punto de estar opaca y provocando que ningún producto haga su efecto.

Ahora bien la *ética animal* hace referencia a cómo nosotros usamos nuestro pensamiento racional, emociones y la moral para determinar y cuestionar nuestros comportamientos frente a los animales; más allá de eso, busca analizar y debatir sobre la responsabilidad que como seres humanos tenemos frente a los derechos, cuidado y protección de estos seres. Este debate ha venido presentándose desde hace mucho tiempo, pero es en este siglo donde toma mayor relevancia. Sin embargo, hay diferentes posturas respecto a este concepto, es decir, ciertas “personas” lo cuestionan, otros lo sostienen y defienden, haciendo énfasis de que los animales son seres sintientes, hasta el punto de expresar sus emociones y generar empatía, compasión y tristeza con un ser humano (*¿Qué es la ética animal?*, 2024).

En la *normativa de la experimentación animal* están especificadas las condiciones ambientales, sociales y sanitarias para los animales que son utilizados para la experimentación con el fin de brindar un mejor bienestar; hoy en día existen leyes que regulan su uso, las condiciones de

mantenimiento y personal calificado para este gremio destinados a controlar a aquellos que se dedican al estudio de toxicidad en animales (transparencia en investigación Animal, s/f).

Según la Real Academia Española (s.f) “la palabra *influencer* es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales”. El presente cuadro tiene como finalidad dar a conocer las leyes tanto locales como internacionales que regulan el testeo animal en el sector de la cosmética, ya que cada año se estima que se utilizan 115 millones de animales en investigaciones y experimentaciones para el consumo de estos productos de belleza; de esos 115 millones, 500,000 sacrifican su vida y se someten a un sufrimiento innecesario en el nombre de la ciencia (Say no to animal testing in cosmetics, 2024).

En el siguiente apartado se enlista las principales leyes que regulan la prohibición, experimentación y maltrato animal tanto en Colombia como en el exterior, abordadas ***Ver anexo imagen 1***. Normatividad legal sobre testeo animal a nivel nacional y global.

Para iniciar, encontramos la ley 2047 de 2020, en donde el congreso colombiano busca eliminar de manera gradual el testeo animal en Colombia para el uso de productos de maquillaje en el mercado Beauty, puesto que en ciertos países de América latina y a nivel global se lleva a cabo una regulación óptima en estas prácticas.

Posteriormente, la ley 1774 de 2016 constituye el principio de que los animales son seres que sienten, no se debe proceder a ningún tipo de maltrato físico y psicológico, que pueda llevar a causarle sufrimiento o la muerte a esta especie; de lo contrario esto tendrá acciones legales muy severas como por ejemplo una condena de 12 a 36 meses junto a una sanción económica de hasta 60 salarios mínimos legales vigentes.

No obstante, pasando al contexto internacional, el Reglamento (CE) No 1223/2009 expedido en la Unión Europea busca intervenir en la fabricación de los productos cosméticos. Este acuerdo tiene como finalidad prohibir de manera paulatina, la experimentación en animales en las fábricas cosméticas. Además, incentiva a ensayar otras alternativas validadas por la OCDE (Organización para la cooperación y Desarrollo Económico) en esta investigación cosmética y exige a los fabricantes especificar los compuestos químicos en sus productos comerciales. Por último, se exigió a los productores industriales realizar un calendario de plazos para sacar del mercado aquellos productos cosméticos que fueron testeados en animales.

Finalmente, tenemos el sello internacional Cruelty Free, que es la norma más importante a nivel global, puesto que, de ella depende que la reputación de las empresas se mantengan y puedan seguir comercializando con otros países, debido a que los productos de belleza deben contener esta etiqueta para dar credibilidad y asimismo, garantizarle a los consumidores que los bienes que utilizan son 100% naturales y libres de crueldad animal.

En conclusión, se puede inferir, que tanto la normativa nacional como internacional tienen como propósito prohibir y velar por el bienestar animal e incentivar a la concientización en las personas, empresas y la comunidad científica, dado que los avances tecnológicos han sido significativos para dejar de lado estas prácticas y utilizar métodos alternativos que promuevan cuidar y proteger la integridad animal.

Reflexión

Haciendo el análisis con base a la herramienta PESTEL, podemos observar que en el mercado cosmético colombiano, hay muchas oportunidades y beneficios para aquellas empresas que comercializan en este sector: entre estas podemos encontrar beneficios fiscales, en temas como el

impuesto a la renta y el IVA, así como una reducción en los impuestos arancelarios (*Conozca los beneficios tributarios para empresas que ayuden a proteger el medio ambiente* -, 2022). En temas macroeconómicos, vemos que Colombia ha tenido un leve crecimiento en su economía, dejando en claro que sigue siendo estable para la inversión extranjera y también demostrando que los precios han bajado, gracias a una disminución significativa de la inflación, lo que impulsa a los consumidores a comprar más en productos de cuidado personal y dándole mayor crecimiento al nicho de belleza a nivel nacional.

No obstante, el voz a voz del Cruelty free (Libre de crueldad) en el país ha tomado mayor fuerza, es por eso que muchos jóvenes están empezando a generar conciencia para cuidar y proteger la vida de los animales y poner en la lupa a aquellas empresas que aún testean en ellos. Por ende, muchas compañías deben enfrentar el desafío de adaptarse y alinearse a estas nuevas tendencias éticas y sostenibles, mitigando la experimentación con estos seres vivos en su cadena de producción, con el fin de aportar no solo a la industria, su imagen y reputación si no también a la sociedad, en especial a sus clientes para dar ejemplo de que se puede cambiar y amoldar de acuerdo a sus necesidades, para así llegar a mantener una fidelización a largo plazo. Un ejemplo de ello, es la empresa L'oreal; tercera marca más vendida en Colombia y que se ha mantenido firme en su papel de no utilizar animales en sus pruebas en más de 40 años, si no que empleó un modelo diferente conocido como pruebas In vitro que consiste en reconstrucción de pieles (artificiales) para determinar el alcance de sus productos (L'oréal, s/f).

Del mismo modo, se puede evidenciar que es una marca que contribuye al ecosistema, ayudando a reducir al máximo el agua, llegando a usar líquido reciclado para la fabricación de sus bienes y fábricas 100% carbono neutro (Paris, 2024). Aún así, L'oreal sigue innovando en sus productos, utilizando métodos diferentes al In vitro y demostrando porque es una empresa líder en su

segmento a nivel global. De esta manera, vemos que si las empresas se inclinan en la demanda de productos libres de crueldad, pueden alcanzar nuevos segmentos del mercado, ya que el sector cosmético es bastante amplio y así podrían elevar sus márgenes de ganancia en última instancia.

Ver anexo imagen 2. Análisis PESTEL de la empresa L'Oréal en el mercado Colombiano.

Por lo tanto, proponemos las siguientes estrategias con el fin de ofrecer opciones diferentes al testeo animal, tomando como base el análisis PESTEL:

Impulsar las ventas de productos cosméticos, mediante Flyers y posters en el cual se de una descripción de los atributos y ventajas de los productos que son libres de crueldad animal a través de redes sociales y plataformas e-commerce que puedan ayudar a la retención de clientes y la lealtad hacia las marcas generando una confianza positiva en el consumidor, de tal manera que aporte y favorezca al crecimiento del sector tecnológico de compras online y contribuya al desarrollo de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (ANDI).

Colaborar en campañas de sensibilización pública que resalten los beneficios de los productos libres de crueldad, mediante marketing digital con el apoyo de influencers que muestren sus experiencias y disminuyan la publicidad engañosa, conocida como greenwashing.

Concursar en foros dentro y fuera del territorio aduanero nacional, para contribuir con nuestra investigación en materia de protección animal, mediante redes de contacto con otros países que tengan la misma visión y metodología en alternativas que puedan cumplir con los estándares de seguridad y ética sostenible.

Participar con organizaciones sociales y privadas para poder llevar a cabo propuestas que beneficien a las empresas en cuanto a incentivos y subsidios que impulsen a emplear y adoptar métodos alternativos al testeo animal, con el objetivo de que se pueda llegar a instancias legislativas para su implementación.

Conclusiones

En síntesis, podemos inferir que se pueden aprovechar otras alternativas diferentes al testeo animal; ya que hemos visto casos, como la empresa L'oreal y otras marcas que se van acoplando a la tendencia Cruelty free (libre de crueldad), a través de innovación y desarrollo, no solo por seguir una “moda”, sino para fidelizar a sus clientes y satisfacer sus necesidades, ya que el mercado es constantemente cambiante y al no adaptarse a ese cambio, una empresa puede quedar en el olvido.

Sin embargo, cabe destacar que esta práctica aún persistirá en ciertas compañías y centros de investigación, ya que como se mencionaba anteriormente, la resonancia del Cruelty Free es un tema que sigue tomando fuerza en la sociedad, puesto que son los jóvenes los que inspiran el cambio y expresan sus desacuerdos frente a este tipo de ensayos, haciendo que las personas más conservadoras abran sus puertas a esta alternancia.

Por último, conviene destacar que este movimiento tomará más fuerza si los mandatos e instituciones unen sus lazos a nivel global para darle más prioridad e importancia al bienestar de los animales, ya que como expresan ciertos autores, son seres sintientes igual que nosotros y no se debería de vulnerar y sacrificar su vida por satisfacer el consumo desmedido de la humanidad.

Referencias

ANDI - noticias. (s/f). Com.Co. Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de

<https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un-promedio-de-44>

Argumentos científicos contra la experimentación animal. (s/f). Addaong.org.

Recuperado el 3 de noviembre de 2024, de

<https://alternativaexperimentacionanimal.addaong.org/argumentos-cientificos-contra-la-experimentacion-animal/>

Biune, B. (2022, octubre 27). *La crueldad animal en la cosmética*. Biune.

<https://biune.com/blogs/sustentabilidad/la-crueldad-animal-en-la-cosmetica>

Castañeda, D. E. J. (2020). *ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS A LA PRODUCCIÓN CON BASE EN EXPERIMENTACIÓN ANIMAL EN PRODUCTOS TÓPICOS DE MAQUILLAJE FACIAL CONSUMIDOS EN COLOMBIA*. Edu.co.

Conozca los beneficios tributarios para empresas que ayuden a proteger el medio ambiente -. (2022, julio 5). Gov.co.

<https://www.minambiente.gov.co/conozca-los-beneficios-tributarios-para-empresas-que-ayuden-a-proteger-el-medio-ambiente/>

DANE - PIB Información técnica. (s/f). Gov.co. Recuperado el 10 de noviembre de 2024, de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

de Salud, E. (2023, septiembre 21). *Cuidado de la piel*. Esencia de Salud Finca España.

<https://esenciadesaludlaguna.com/cuidado-piel/>

En septiembre se registraron 2,3 millones de desocupados y tasa de desempleo cayó.

(2024, octubre 31). Diario La República.

<https://www.larepublica.co/economia/tasa-de-desempleo-en-colombia-en-septiembre-de-2024-3988944>

Experimentación Animal. (s/f). Animal-ethics.org. Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de <https://www.animal-ethics.org/experimentacion-animal/>

Experimentación de Cosméticos y Productos del Hogar. (s/f). Animal-ethics.org. Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de <https://www.animal-ethics.org/experimentacion-cosmeticos-productos-hogar/>

“Greenwashing” la nueva estrategia en el sector cosmético - Mentactiva. (2019, febrero 27). *Cursos de cosmética natural - Mentactiva.* <https://www.mentactiva.com/greenwashing-en-cosmetica-natural/>

LegisComex. Sistema de Inteligencia Comercial. (s/f). Legiscomex.com. Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de <https://www.legiscomex.com/Documentos/colombia-industria-cosmetica-sector-crece-promete>

L'oréal. (s/f). *L'oréal no testa ninguno de sus productos ni ninguno de sus ingredientes en animales.* Loreal.es. Recuperado el 11 de noviembre de 2024, de <https://interior-productos.loreal.es/nuestro-enfoque/nuestros-metodos-alternativos-la-experimentacion-con-animales>

L'oreal. (27 de julio 2023). *L'oreal Mantiene el Ritmo: Continúa el Fuerte Crecimiento.* Loreal.com. <https://www.loreal.com/-/media/project/loreal/brand-sites/corp/master/lcorp/7-local-country-folder/mexico/press-release/group/loreal-da-a-conocer-resultados-del-1er-semester-2023/esploreal-ca-h1.pdf>

M., J. R. (2024, noviembre 8). *Inflación en Colombia cerró octubre en 5,41% en su variación anual*. Portafolio.
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/inflacion-en-colombia-cerro-octubre-de-2024-en-5-41-617151>

Marketing. (2017, agosto 3). *Qué es la industria cosmética*. Isséimi.
<https://www.isseimi.es/que-es-industria-cosmetica/>

Medrano, D. (2023, septiembre 14). *L'Oréal por el futuro, los desafíos para cuidar el planeta*. infobae.
<https://www.infobae.com/mexico/2023/09/14/loreal-por-el-futuro-los-desafios-para-cuidar-el-planeta/>

Paris, L. (2024, febrero 4). *Somos una empresa sostenible comprometida con el medio ambiente*. L'Oréal Paris.
<https://www.loreal-paris.es/empresa-sostenible-y-comprometida>

Productos Cosméticos Colombianos Volumen del mercado. (s/f).

Mordorintelligence.com. Recuperado el 14 de noviembre de 2024, de
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/colombia-cosmetics-products-market-industry>

¿Qué es el Desarrollo Sostenible y los Objetivos Globales? (s/f). Acciona.com.
Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de
https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/?_adin=02021864894

¿Qué es la ética animal? (2024, abril 25). World Animal Protection en español.

<https://www.worldanimalprotection.cr/noticias-y-blogs/blogs/etica-animal/>

Say no to animal testing in cosmetics. (2024, mayo 31). ADA Cosmetics.

<https://ada-cosmetics.com/expert-stories/animal-testing-cosmetics/>

Ventajas de ser una marca Cruelty-Free o libre de crueldad animal. (2022, agosto 31).

TheCreamLab.

<https://thecreamlab.com/blogs/blog/ventajas-de-ser-una-marca-cruelty-free-o-libre-de-crueldad-animal>

Villena-Alarcón, E., & Zarauza-Castro, J. (2024). El papel de los influencers en la comunicación de productos cruelty-free en Instagram: un estudio exploratorio sobre el impacto de la sostenibilidad en la industria de la belleza. *Revista de Comunicación*, 23(2), 363–382. <https://doi.org/10.26441/rc23.2-2024-3588>

Anexos

Imagen 1. Normatividad legal sobre testeo animal

fuelle: Autor propio

NORMATIVIDAD LEGAL TESTEO ANIMAL

Categoría	Normativa	Fecha	Objetivo
NACIONAL	Ley 2047	20 agosto 2020	Tiene como principal objetivo erradicar la crueldad animal en la industria cosmética.
NACIONAL	Decreto 1369 del	22 julio 2014	Busca regular en la publicidad las cualidades, características y atributos de índole ambiental en los productos.
NACIONAL	Artículo primero ley 1774	6 de enero 2016	Busca proteger la vida animal
NACIONAL	Ley 1801 del 29 julio	2016	Enfatiza en respetar el medio ambiente y velar por su cuidado, así como proteger todas las formas de vida, incluyendo los animales en calidad como seres sintientes, llegando a proteger su bienestar, salud física y emocional.
INTERNACIONAL	Reglamento N° 1223	30 de noviembre 2009	En el marco de este reglamento la unión europea busca prohibir las pruebas en animales para cosméticos.
INTERNACIONAL	The leaping Bunny program (Certificación Cruelty free)	septiembre 2018	Certificación internacional que garantiza que los productos son libres de testeo animal.

CRUELTY FREE

Imagen 2. Análisis PESTEL de la empresa Loreal en el mercado Colombiano.

fuelle: Autor propio

