



Elsa García en el Parque Científico de la Universidad de Salamanca. ENRIQUE CARRASCAL

> SALAMANCA

Un séquito de burras para embellecer la piel

Neathea formula, envasa y elabora cosméticos y complementos alimenticios con leche / Este rico ingrediente posee propiedades beneficiosas: alto contenido en retinol y ácidos grasos. Por **E. L.**

La leche de burra es un producto cosmético que se utiliza desde la antigüedad. Famosos son los baños de Cleopatra o los de Popea, la mujer que fue capaz de conquistar al mismísimo Nerón. Un secreto de belleza que llega en forma de cosméticos y complementos alimenticios de la mano de la empresa Neathea, situada en el Parque Científico de la Universidad de Salamanca (Usal).

Según explica Elsa García, directora de la compañía, la razón de optar por este particular oro blanco es porque posee propiedades beneficiosas tanto para la piel (alto contenido en retinol y ácidos grasos), como para el organismo a través del refuerzo de las defensas, además de ser un excelente sustituto a la leche de vaca para los intolerantes a su proteína. «No sólo la leche de burra proviene de la agricultura ecológica, sino también todos los ingredientes empleados para la elaboración de los productos tienen certificado BIO», manifiesta. Se trata de un proyecto que fomenta el desarrollo rural, es sostenible y apuesta por «la calidad y la eficacia» con el fin de cubrir necesidades específicas.

La promotora de esta peculiar idea tiene claro que la innovación reside en recuperar la leche de burra para embellecer, ya que su uso se ha ido perdiendo con el paso de los años y en la actualidad es «anecdótico». «No existen empresas en España que fabriquen cosmética ecológica de calidad elaborada a partir de leche de burra. En nutrición tampoco se ha empleado por tratarse de un producto escaso y de difícil obtención», expone García.

¿Y cuáles son esas propiedades? Su «gran valor» radica en su alto contenido en vitamina A, «altamente eficaz» contra las arrugas y marcas de expresión por su poder antioxidante y regenerador. Evita el envejecimiento prematuro de la piel, ayuda a combatir los radicales libres y estimula la producción de colágeno que protege la piel de la pérdida de elasticidad. «Contribuye al mantenimiento de una piel tersa y uniforme, con una apariencia más joven», apostilla.

La leche de burra también ayuda a combatir el acné y las manchas oscuras, ya que exfolia las capas superiores de la piel ejerciendo un *peeling* de forma natural. Mejora la cicatrización y evita la pérdida de humedad cutánea, lo cual le suma propiedades hidratantes. Es rica en vitaminas B1, B2, B6, C, D y E, en minerales como calcio, magnesio, fósforo o zinc y en oligoelementos y ácidos grasos Omega 3 y 6.

Pero sus bondades, tal y como co-

menta García, no se quedan ahí. En el aspecto nutricional, su importancia reside en que es la más similar a la materna. De ahí, que sea «muy recomendable» en etapas en las que el fortalecimiento de las defensas es «esencial», como por ejemplo en bebés y personas de avanzada edad, donde el cuerpo necesita un aporte extra de protección.

Su meta es cubrir las necesidades específicas de los consumidores. Por ello, Neathea va a salir al mercado con una amplia gama de productos cosméticos—más de 25 referencias—y la meta de posicionar la leche de burra como referencia tanto en fresca como en pastillas. Un proyecto innovador, ya que, insiste, solamente cuenta con un competidor en Suiza, aunque existe «una gran cuota» de mercado disponible, puesto que cuenta «con propiedades que no se encuentran en otro sustituto».

El proyecto arrancó hace tres años, mientras Elsa García estudiaba un MBA en el extranjero, sin em-

bargo, la idea no empezó a tomar forma hasta el pasado mes de septiembre. A día de hoy están «a pocas semanas» de salir al mercado con sus más de 25 referencias testadas, validadas y certificadas. «Provengo de una familia con tradición en el emprendimiento y con orgullo puedo decir que la idea fue de mi padre, el visionario de la familia», relata, antes de indicar que se trata de una iniciativa «ambiciosa» por la escasez de la materia prima y la complejidad de su obtención. «Creemos en nuestra idea y sobre todo en nuestra manera de implementarla. Nos gusta luchar cada día por diferenciarnos del resto de los competidores y ofrecer algo más a nuestros clientes. Estamos convencidos de que se trata de un proyecto exitoso, pues en nuestro corto recorrido ya hemos obtenido premios y menciones que nos hacen creer en él, más aún si cabe».

En este momento trabajan tres personas, pero tienen pensado am-

pliar la plantilla hasta cinco, además de crear una red de comercios propios, que den a conocer la filosofía de marca y empresa. Y lo hacen en el Parque Científico de la Usal. Allí, realizan labores de investigación y producción a baja escala, si bien están inmersos en el proceso de construcción y legalización de sus propias instalaciones de producción. García reconoce que este enclave ha sido «una gran ayuda» debido a sus condiciones económicas ventajosas y el acceso a recursos que en el momento de lanzarse a un negocio están fuera del alcance.

La situación de crisis en España llevó a esta emprendedora a trabajar en el extranjero durante ocho años. Sin embargo, siempre pensó en construirse un futuro por sí misma. En casa es lo que ha visto, ya que forma parte de una familia de emprendedores. Por ello, sostiene que «nunca» vio un «ejemplo significativo» de ayuda por parte de las administraciones públicas, pero a su vuelta a España, constató «con ilusión» que desde la Universidad sí que se apoyan las ideas. «Sólo espero que no sea una moda temporal», subraya.

Elsa García tiene claro que el emprendedor nace y no se hace. Y lo argumenta: «Cada persona tiene que hacer aquello con lo que se siente bien y para lo que vale, pues sin ninguna de las dos condiciones anteriores, se llegaría a la frustración». Ahora bien, anima a las personas que tienen espíritu emprendedor a que lo intenten y no se echen atrás por el riesgo que ello puede conllevar.