

ENTREVISTA

Lidia Morus

Directora general de Dermagroup

ANÍBAL FALCO
afalco@observador.com.uy

Después de 30 años en el negocio, la empresaria fue electa presidenta de la Federación Latinoamericana de Ciencias de Cosméticas, lo que la convierte en la primera uruguaya en asumir ese cargo regional



D. BATTISTE

UN CAMINO COSMÉTICO

De profesión química farmacéutica, Lidia Morus dice haber llegado tarde al mundo de la cosmética. Empezó en 1988 al entrar a trabajar en una clínica estética hasta que en 2002 decidió afrontar su proyecto propio. Fundó un emprendimiento unipersonal que, si bien en un principio llevaba su nombre, luego pasó a llamarse Dermagroup; un laboratorio que trabaja para profesionales de la estética facial y corporal (spas, dermatólogos, esteticistas, cosmetólogos). Es reconocida por una sólida trayectoria de innovaciones en el campo de la cosmética y recientemente fue nombrada por unanimidad presidenta de la Federación Latinoamericana de Ciencias Cosméticas, siendo la primera uruguaya en alcanzar ese cargo.

¿Cuál es la función de la federación?

Estimular la investigación en América Latina e impulsar el desarrollo de la industria; el surgimiento de jóvenes investigadores y de nuevas materias primas y productos que sean originarias y típicas de la región.

¿Qué representa asumir esta nueva responsabilidad?

Es, para empezar, un reconocimiento para Uruguay que compite en el mercado regional frente a países como Brasil, Colombia, Argentina o México. Uruguay es respetado porque a pesar de ser pocos, está a la vanguardia. En lo particular, me llena de orgullo. También cierra un ciclo de casi 30 años dedicada a esto. Desde que entré a la cosmética me vinculé a la Asociación Uruguaya de Ciencias Cosméticas y a esta federación

desde sus inicios. Fue un largo camino hasta acá.

¿Cómo comenzó ese camino?

Cumplí todas las etapas. Empecé en la farmacia de mi familia, donde producía productos propios que luego yo misma comercializaba. Luego trabajé en una clínica de estética, y fue ahí que la cosmética me fascinó, me movió la cabeza. Me di cuenta que podía hacer mucho más cosas y en 2002 instalé mi propio laboratorio en un apartamento bien pequeño, para comenzar a dar mis propios pasos. Rápidamente tuve que mudarme a otro más grande y contratar personal que me pudiera asistir porque me sobrepasaba la demanda.

¿Cambió la industria de la cosmética en estos años?

Mucho. Antes era limpio, hidratante, nutritivo y ahora hablar de eso

PERFIL

EDAD

59 AÑOS

ESTADO CIVIL

CASADA, DOS HIJAS

LE ENCANTA

LEER Y COCINAR

es obsoleto. En estos tiempos la gente además de querer estar más linda, quiere estar más joven. Los cambios vinieron de la mano con los baby boomers y el uso del ácido glicólico que disparó nuevos productos en base a tecnología. Por ejemplo, hoy se habla de activos cosméticos.

¿Activos cosméticos?

Se trata de productos que hacen que la piel tenga mejores propiedades, que se presente mejor.

Revertir el paso del tiempo, cosa que en el pasado no había forma. Antes se tapaba e hidrataba la piel, en cambio ahora se busca revertir. Que la piel flácida se vuelva firme de vuelta, que las arrugas desaparezcan. Afortunadamente mantenerse joven no es una cuestión de pagar mucho, sino de constancia. La piel es sumamente generosa, con poco cuidado ya se muestra bella.

¿Hubo un cambio en los hombres a la hora de consumir?

Cada vez se están animando más. Ahora llaman y se interesan, antes era más solapado. Esto ha generado productos nuevos para un público que se está integrando. Cuando empecé las mujeres decían "yo no me hago nada" y eso hoy en día ya no existe. La gente ya no lo ocultaba tanto porque se ha naturalizado el uso de productos cosméticos. ●

PEUGEOT 308 SW
ES TODO
LO QUE PARECE
1.2 TURBO PURETECH 130 HP

DESDE
USD 35.990
IVA INC.



MOTION & EMOTION