

# Cosméticos naturales y orgánicos: ¿Una apuesta para Latino América?

Sociedad Chilena de Químicos Cosméticos  
5 de Noviembre 2013

Expositores:

Dra. Myriam Moya, Colombia  
Sra. Maite San Miguel, Chile



# Agenda



- 08:30 Registro
- 09:00 - 09:10 Bienvenida SOCHIQUICO, directorio
- 09:10 - 10:00 Inicios agricultura orgánica (MSM)
- 10:00 - 10:30 Tipos de certificaciones y como elegirlas (MSM)
- 10:30 - 10:45 Coffee break
- 10:45 - 11:30 Disponibilidad de materias primas certificadas (MSM)
- 11:30 - 12:00 Definiciones y conceptos: cosméticos orgánico, natural fitocosmetico, etc (MSM, MM)
- 12:00 - 13:30 Mercado y tendencias cosméticos orgánicos y naturales y modelo de negocios de desarrollo sustentable y cadena de valor (MM, MSM)
- 13:30 - 14:30 Almuerzo
- 14:30 - 16:00 Formulación de cosméticos orgánicos y naturales (MM)
- 16:00 - 16:15 Coffee break
- 16:15 - 17:00 Caso exitoso de PYME Colombiana (MM)
- 17:00 - 17:30 Ejemplos de líneas exitosas de este segmento (MM, MSM)
- 17:30 - 18:00 Preguntas Amenazas, oportunidades (MM, MSM)

# Concepto de producción orgánica



- Es un sistema de gestión holístico que fomenta y mejora el agro ecosistema: la biodiversidad y actividad biológica del suelo
- Menor uso posible de insumos externos, sin la aplicación de productos de síntesis química
- Empleo de métodos culturales, biológicos y mecánicos versus el uso de materiales sintéticos

# Conceptos de producción orgánica



- Los productos ecológicos, biológicos u orgánicos son aquellos cuyo sistema productivo (normas) verifican su garantía mediante un **sistema de certificación**
- Tercera parte no involucrada
- Transparencia



# ¿Qué es la certificación orgánica?



- Es un procedimiento por el cual organismos certificadores externos garantizan por escrito que el proceso de producción bajo la responsabilidad de un solicitante cumple con ciertas normas de la producción orgánica.
- Los **productos certificados orgánicos** deben cumplir con estándares internacionales rigurosos que cubren todos los aspectos de la cadena del proceso para asegurar que se mantenga la integridad orgánica, desde las semillas, cultivo, cosecha, almacenaje, transporte y procesamiento hasta obtener el producto terminado.

# Sistemas de control de la certificación orgánica



- **Nacionales:** son de un país, estado o un conjunto de países. (JAS, USDA-NOP, UE2091/92)
- **Privados:** son normas de una organización (IFOAM, Naturland, Demeter, Biosuisse, OIA; etc)
- **Internas:** son de una agrupación de productores; sirven para el control de calidad y pueden ser el primer paso para la certificación orgánica.

# Regulaciones nacionales de producción orgánica



- Un producto debe ser certificado de acuerdo a la reglamentación vigente en el país para ser comercializado como "orgánico".
- Unión Europea: [Reglamento \(EC\) N° 834/2007 y \(EC\) N° 889/2008; antiguo \(EEC\) N° 2092/91](#)
- Estados Unidos: [National Organic Program](#) (NOP)
- Japón: [Japanese Agricultural Standard](#) (JAS)
- Suiza: [Swiss Organic Farming Ordinance](#)
- Suiza, Israel, Argentina, Australia han establecido reglamentos orgánicos que se consideran equivalentes al reglamento (EC) N° 834/2007.
- A nivel mundial mas países han establecido sus propios reglamentos o standards orgánicos



# Standards privados



- Bio Suisse (Switzerland)



- Demeter (world-wide)



- Naturland (Germany & world-wide)



- Soil Association (UK)





Otras normas que no son obligatorias pero lineamientos básicos y guías de referencia



- Los estándares internacionales:
  - Codex Alimentarius (FAO)
  - IFOAM International basic standard
- El propósito es armonizar diferentes programas de certificación proveyendo un marco uniforme para los standards orgánicos a nivel mundial.
- ISO\_TC217 WG4 N25\_14-12-2011 Guidelines on Technical definitions and criteria for natural and organic cosmetic ingredients and products



[www.codexalimentarius.net](http://www.codexalimentarius.net)

[http://ec.europa.eu/consumers/sectors/cosmetics/files/pdf/organic\\_standard\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/sectors/cosmetics/files/pdf/organic_standard_en.pdf)

# Estándares orgánicos



- *¿Que standard escoger para la certificación?  
Dependerá del mercado donde quiera  
comercializar sus productos.*

# Bibliografía



- <http://www.ifoam-eu.org>
- [http://www.ifoam.org/sites/default/files/poa\\_folder\\_spanish.pdf](http://www.ifoam.org/sites/default/files/poa_folder_spanish.pdf)
- <http://www.fao.org/docrep/005/y4137s/y4137s03.htm>
- <http://www.fao.org/ag/againfo/programmes/es/lead/toolbox/Tech/Organic.htm>
- <http://www.ifoam.org>
- <http://www.humboldt.org.co/download/norma.pdf>
- [http://infohub.ifoam.org/sites/default/files/page/files/oa\\_humanhealth\\_es.pdf](http://infohub.ifoam.org/sites/default/files/page/files/oa_humanhealth_es.pdf)
- [http://www.ifoam.org/sites/default/files/page/files/ogs\\_brochure\\_2012\\_es\\_web.pdf](http://www.ifoam.org/sites/default/files/page/files/ogs_brochure_2012_es_web.pdf)
- [http://search.standardsmap.org/assets/media/IFOAMStandard/Spanish/AtAGlance\\_ES.pdf](http://search.standardsmap.org/assets/media/IFOAMStandard/Spanish/AtAGlance_ES.pdf)
- <http://web.catie.ac.cr/informacion/RMIP/rev62/101-105.pdf>
- [http://www20.gencat.cat/docs/DAR/AL\\_Alimentacio/AL01\\_PAE/03\\_Normativa/Fitxers\\_estatics/ESReg889\\_v130506.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/DAR/AL_Alimentacio/AL01_PAE/03_Normativa/Fitxers_estatics/ESReg889_v130506.pdf)
- [http://www20.gencat.cat/docs/DAR/AL\\_Alimentacio/AL01\\_PAE/03\\_Normativa/Fitxers\\_estatics/ESReg834\\_v090101.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/DAR/AL_Alimentacio/AL01_PAE/03_Normativa/Fitxers_estatics/ESReg834_v090101.pdf)
- <http://www.agriculturaorganicaamericas.net/Regiones/Sur/Chile/Documentos%20CIAO/Presentaciones%20Seminario%20Nacional%20de%20Agricultura%20Org%C3%A1nica-%20Vi%C3%B1a%20del%20Mar-%2031%20de%20Mayo,%202013/5.%20Presentaci%C3%B3n%20Vi%C3%B1a%20del%20Mar%20Mayo%202013.pdf>

# Certificación Cosmética:



- ☺ Natural
- ☺ Ecológica
- ☺ Orgánica





# Luego vemos la realidad...



**BdIH**  
Initiative for  
Practical  
Sustainability



# Certificación de cosméticos naturales y orgánicos:

- **BDIH** de Alemania
- **ECOCERT** de Francia
  - etiqueta cosmetic eco
- **Soil Association** del Reino Unido
- **AIAB/ICAE** de Italia
  
- COSMOS..... Es la solución??



# Alemania



En 1986 BDIH fue el primero en lanzar la certificación natural de productos cosméticos. En ese tiempo, la tendencia orgánica era aun no significativa en el segmento cosmético.

Los fabricantes que usan esta certificación, usan materias primas tales como: aceites vegetales, grasas y aceites, extractos de hierbas, aceites esenciales y materiales aromáticos provenientes de plantas orgánicas o silvestres cultivadas. Además de la cuidadosa selección de las materias primas, juega un importante rol el impacto ecológico de cada producto

# Reino Unido



- El standard The Soil Association Health and Beauty care fue lanzado en 2001



# Italia



La Asociación Italiana de Agricultura Orgánica (AIAB) y el Instituto para la Certificación Ética (ICEA) en conjunto con un grupo de fabricantes, han desarrollado las pautas de certificación para cosméticos naturales y orgánicos, y los procedimientos de control tienen que llevarse a cabo por un cuerpo certificador externo. Una vez certificados los productos, se puede utilizar el claim “AIAB Producto de belleza orgánico, amigo del ambiente” (i.e. Bio Eco cosmesi AIAB), y se puede ser etiquetado con el logo AIAB.



<http://www.icea.info/en/perche-bio/cosmesi-e-detergenza>

# Natrue



True Friends of  
Natural and Organic  
Cosmetics

<http://www.natrue.org/>

# Argentina



<http://www.oia.com.ar/>

<http://www.oia.com.ar/certificaciones/programas/50027/cosmetica>



# Francia



En 2003 Ecocert comienza a certificar cosméticos, creando su propio standard, tanto en productos naturales como orgánicos:

- **ECO**: 95% del total de ingredientes son de origen natural, 5% del total de los ingredientes son certificados orgánicos y 50% del total de los ingredientes vegetales son certificados orgánicos
- **BIO**: 95% del total de ingredientes son de origen natural, 10% del total de ingredientes son certificados orgánicos, y 95% del total de ingredientes vegetales son certificados orgánicos

<http://www.ecocert.com/sites/default/files/u3/Liste-des-operateurs-en-pays-tiers-31052012.pdf>

<http://www.ecocert.com/en/faq>



# Ecocert etiqueta natural y bio



conservadores

Agua  
Alkylpolyglucosidas  
Esters vegetales  
xanthane  
tocopherol  
glycerina

Aceites vegetales  
Manteauillas veetales  
Extractos vegetales Orgánicos  
Aceites vegetales Orgánicos  
Aceites esenciales Orgánicos

Máximo 5% de  
Ingredientes de síntesis

95% del total de  
Ingredientes  
de origen natural

Mínimo 5% (natural)  
ó 10% orgánico

**VEGETAL**  
Mínimo 50% natural  
o 95% orgánico

# Ecocert



- <http://ap.ecocert.com/glorganic/>
- <http://ap.ecocert.com/glpackaging/>
- <http://www.ecocert.com/en/natural-and-organic-cosmetics>
- <http://www.ecocert.com/sites/default/files/u3/the-organic-cosmetics-certification-procedure.pdf>
- <http://www.ecocert.com/sites/default/files/u3/TS004%28GC%29v04en-certification-process-GL.pdf>
- <http://www.ecocert.com/en/provider-natural-raw-materials>
- <http://www.ecocert.com/en/formulas-validation>
- <http://www.ecocert.com/en/packagings-checking>

# Ecocert



- <http://www.ecocert.com/en/approved-raw-materials>
- <http://www.ecocert.com/en/organic-cosmetics-and-wellness>
- <http://www.ecocert.com/sites/default/files/u3/13.07.17-Listing-Emballage-En.pdf>
- <http://www.ecocert.com/sites/default/files/u3/Ecocert-Standard.pdf>
- <http://ap.ecocert.com/glorganic/>



# Australia



Hasta ahora solo era aplicable la certificación orgánica a alimentos

En respuesta al rápido crecimiento del sector cosméticos orgánicos, los consumidores demandan un estado de certificación de los productos cosméticos, es por esto que hicieron el standard para productos de belleza y salud

<http://www.ascc.com.au/papers.php?id=7>

<http://www.nasaa.com.au/data/newforms/NOS%20Addendum%20Section%2012.7%20Cosmetic%20Labelling%20Standard%20February%202011.pdf>

<http://www.nasaa.com.au/steps1.html>





# Estados Unidos



A pesar de que el standard USDA/NOP fue hecho para productos alimenticios, permite que cosméticos, suplementos alimenticios y otros productos no alimenticios puedan usar este logo, previo cumplimiento de los standards.

<http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5068442>

# USDA etiqueta organica



- 100% orgánico 100%
- Orgánico (ingredientes orgánicos) 95%
- Hecho con ingredientes orgánicos 70%

<http://usdaorganicskincare.com/what-is-usda-certified-organic/>

<http://usdaorganicskincare.com/authentic-organic-companies/>

<http://www.fda.gov/Cosmetics/ProductandIngredientSafety/ProductInformation/ucm203078.htm>

# Oasis Estados Unidos



- OASIS significa *"Organic and Sustainable Industry Standards"*



<http://www.oasisseal.org/>

# Luego vemos la realidad...



**BdIH**  
Initiative for  
Practical  
Sustainability





# COSMOS



- COSMOS (COSMetic Organic Standard) es una **norma privada** a escala europea desarrollada por cinco miembros fundadores:
  - BDIH (Alemania).
  - Cosmebio (Francia).
  - Ecocert Greenlife SAS (Francia).
  - ICEA (Italia).
  - Soil Association (Gran Bretaña).
- Todos ellos se han agrupado en el seno de la AISBL (asociación internacional con base en Bruselas) con el objetivo de definir **requisitos mínimos comunes, armonizar unas normas de certificación** de los cosméticos ecológicos y naturales y llevar a cabo actividades de presión ante las instituciones con vistas a defender el sector.

<http://www.cosmos-standard.org/>

# Cosmos – alcance



- The “COSMOS-standard”, incluye el standard, el manual de control, las reglas de etiquetado y las pautas técnicas
- Para certificar los productos deben cumplir con los criterios definidos de:
  - Origen y proceso de los ingredientes
  - Composición del producto terminado
  - Almacenamiento, fabricación y empaque
  - Manejo ambiental
  - Etiquetado y comunicación
  - Inspección certificación y control
- Los usuarios de este standard son fabricantes, manipuladores y dueños de marcas de productos cosméticos naturales u orgánicos y sus ingredientes.

# Cosmos - Ingredientes



- Se clasifican en 5 categorías:
  - Agua
  - Minerales e ingredientes de origen mineral
  - Agro-ingredientes obtenidos mediante procesos físicos
  - Agro-ingredientes obtenidos mediante procesos químicos
  - Otros ingredientes
- Cada categoría de ingredientes tiene sus propios requisitos. Requerimientos detallados y reglas para el cálculo del porcentaje de ingredientes orgánicos
- La misma clasificación aplica para el origen y composición de un ingrediente único o una mezcla de ellos. Los fabricantes de ingredientes deben proveer los porcentajes correspondientes en sus documentos técnicos

# Cosmos - Empaque



## 5. Packaging

The following list of materials would be automatically accepted:

- Wood
- Glass
- Aluminium
- PE, PET, PP, PETG
- Paperboard
- PLA (non GMO)
- Any other 100% natural origin materials

For some specific technical applications, a derogation may apply (for example materials for a pump) which would be considered by the COSMOS-standard Technical Committee.



# COSMOS Standard



- <http://www.cosmos-standard.org/>
- <http://www.ecocert.com/sites/default/files/u3/COSMOS-certification-process.pdf>
- <http://www.cosmos-organic.co.uk/>
- <http://organicwellnessnews.com/en/cosmos-aims-to-harmonise-europes-organic-natural-cosmetic-standards/>
- <http://ecoworld-cosmetics.com/cosmos-organic-en/>
- <http://www.cosmeticsdesign-europe.com/Market-Trends/Cosmos-organic-standard-launched-after-lengthy-consultation>
- <http://www.organicmonitor.com/r1411.htm>

# Bases de la certificación orgánica

- Organismo certificador acreditado
- Normas
- Inspección
- Certificación



# Requerimientos de producción

- Transporte, almacenamiento
- Proceso, procedimiento y limpieza de productos
- Energía, desechos, manejo y reciclado de material descartable
- Evaluación del sistema global de calidad (trazabilidad)



# Validación de formulas



- Reunir todos los elementos necesarios de materias primas (TDS, SDS, certificados, cuestionarios)
- Enviar las materias primas al organismo certificador para validar los ingredientes si es que aun no aparecen en el listado de ingredientes autorizados, (web)
- Enviar al certificador el % de ingredientes naturales y % de orgánicos que aparecerán en la etiqueta para validación



# Beneficios de cosméticos certificados orgánicos



- entidades externas garantizan calidad, pureza de ingredientes
- seguros, limpios y extractos de plantas potentes
- agricultura sustentable que respeta, apoya y fomenta la ecología y energía completa del planeta
- **autenticidad e integridad de los claims naturales y orgánicos**
- prevención del daño al medio ambiente y humanos
- abundan los claims “**natural**” y “**orgánico**”; la única manera de asegurarse de ello, es utilizar **productos con certificación orgánica**, mientras se espera la decisión de la armonización por los organismos gubernamentales y de la industria cosmética acerca de los límites y requisitos para utilizar este claim

# ¿Qué productos se pueden certificar?



- Cualquier producto que cumpla con un plan de manejo orgánico
  - Agrícola: **frutos, follajes, flores, hongos, fibras, raíces, tubérculos**
  - Ganadería: carne, **leche**, subproductos
  - Avícola: carne, huevos, subproductos
  - Apícola: **miel, polen otros subproductos**
  - Acuícola: **camarones, peces.....**

# Consumidores...



<http://www.organicconsumers.org/>

<http://www.ctpa.org.uk/content.aspx?pageid=431>

# Ferias del sector natural y orgánico Biofach - Vivanness



Feel,  
Smell,  
Natural.

SAVE  
THE DATE

12.-15.2.2014  
Nürnberg, Germany

[www.vivanness.com](http://www.vivanness.com)  
[www.vivanness.de](http://www.vivanness.de)

**VIVANESS2014**  
International Trade Fair for Natural Personal Care  
Internationale Fachmesse für Naturkosmetik

<http://www.vivanness.de/en/>



# Sustainable Cosmetics Summit



<http://www.organicmonitor.com/>

# Movimientos de agricultura orgánica

- Animales
- Cultivos
- Fibras
- Acuicultura
- ...
- y cosméticos¿¿¿???



# Cosméticos...



- El ser humano desde la antigüedad ha buscado productos naturales para la protección y el embellecimiento del cuerpo, no solamente por motivos eminentemente religiosos en el antiguo Egipto, sino como motivo de embellecimiento como fue el caso de los griegos.
- Durante el siglo XX, con el surgimiento de la química industrial aparecen en el mercado una serie de productos cosméticos basados en sustancias químicas sintéticas.

# Cosméticos...



- **Hoy el consumidor necesita tener claro lo que se denomina**
  - un cosmético orgánico
  - cuál es la legislación y reglamentación aplicable
  - cuáles son los mecanismos actuales para certificación de tales productos a fin de tener un mejor conocimiento de los mismos para su protección como consumidor.



# Chile: Decreto 239 del 20.9.2002



Artículo 4º: Los productos cosméticos importados o fabricados en el país, para ser comercializados y distribuidos en el territorio nacional, deberán contar previamente con registro sanitario, en la forma y condiciones que establece el presente reglamento.

Artículo 5º: Para los efectos del presente reglamento se entenderá por:

- a) Cosmético o producto cosmético: cualquier preparado que se destine para ser aplicado externamente al cuerpo humano con fines de embellecimiento, modificación de su aspecto físico o conservación de las condiciones físico químicas normales de la piel y de sus anexos,
- b) Productos de bajo riesgo de producción como los jabones sólidos destinados exclusivamente al aseo personal y otros que califiquen como tales y que específicamente determine por resolución del Instituto de Salud Pública,
- c) Productos de higiene como los jabones líquidos, champúes, bálsamos acondicionadores, dentífricos, colutorios o enjuagatorios bucales, desodorantes, antiperspirantes, productos para rasurar la barba y para después de rasurarla, talcos y otros que específicamente se determinen por resolución del Instituto de Salud Pública.
- d) Cosmético infantil: el cosmético destinado a niños menores de 6 años, incluyendo los perfumes, lociones y colonias, que tendrá como requisitos los necesarios para la edad, según las formas cosméticas de que se trate, tales como pH y límites microbianos, cuando corresponda. En todo caso, no podrán ser alergénicos ni irritantes.

# Fito cosmética...



- Ingredientes naturales estandarizados
- Contiene.....

<http://www.eudeba.com.ar/libro/fitocosmetica>

# Cosmética Natural

- Cosmético convencional que contiene ingrediente(s) naturales



# Fitofármacos



- Son aquellas especialidades farmacéuticas cuyos ingredientes activos provienen de las partes aéreas o subterráneas de plantas u otro material vegetal y están debidamente estandarizados



# Producto Natural (herbolaria)

- “Producto natural con cualidades medicinales: son aquellos productos terminados y etiquetados, cuyos ingrediente(s) activo(s), orgánicos o inorgánicos que provienen de plantas, animales o del reino mineral y que pueden contener excipientes, que se presenten con cualidades medicinales”.



# Producto sustentable



- Son aquellos productos que proveen beneficios medio ambientales, sociales y económicos, al mismo tiempo que protegen la **salud pública**, **medio ambiente** a través de su ciclo de vida completo, desde la extracción de **materia prima** hasta el descarte final

Latino América:  
¡Gran proveedor mundial  
de aceites vegetales y  
sus derivados:  
naturales, ecológicos y  
orgánicos!



# Algunos Ingredientes certificados



- <http://www.dr-straetmans.de/en/products/productlist.php>
- <http://www.croda.com/home.aspx?d=content&s=157&r=268&p=2025>
- <http://www.seppic.com/index.html>
- <http://personal-care.evonik.com/product/personal-care/en/sustainability/pages/responsibility.aspx>
- <http://sensient-cosmetics.com/>
- <http://www.hallstar.com/>
- <http://www.carecreations.basf.com/index.html?case=2>
- <http://www.clariant.com/C12576720021BF8F/vwWebPagesByID/376614FF365EC7F1C12576FE0039121C>
- <http://www.beraca.com/ingles/hpc.php>
- [http://www.beraca.com/ingles/hpc\\_performance.php](http://www.beraca.com/ingles/hpc_performance.php)
- <http://www.lipotec.com/>
- <http://www.biotechmarine.com/>
- <http://www.greentech.fr/>
- <http://www.salinaturals.com/>



<b>Fase</b>	<b>Cosmético Convencional</b>	<b>Cosmético Orgánico</b>	<b>%</b>
<b>Fase acuosa</b>	agua	agua	40 - 80
		aguas florales, (manzanilla, lavanda, etc)	
<b>Fase oleosa</b>	ácidos grasos, aceite mineral, siliconas, aceites vegetales, etc	natural ( squalane vegetal, aceites vegetales avellana, girasol, oliva, etc)	8 - 20
<b>Ing. activos</b>	Sintéticos o naturales	Naturales (vitamina E, etc)	1 - 10
<b>Emulsificantes</b>	Sintéticos o naturales	Naturales (extractos de cebada, trigo, etc)	2 - 8
<b>Humectantes</b>	Sintéticos o naturales	Naturales (Plantas, glicerina, etc)	1 - 6
<b>gelantes</b>	Polímetros sintéticos	Natural (goma guar)	0.1 – 2.0
<b>preservantes</b>	Parabenos, fenoxietanol, etc	Lista positiva de ingredientes naturales Ecocert	0.1 – 1.5
<b>perfumes</b>	sintéticos	natural	0.1 – 1.0
<b>colorantes</b>	sintéticos	Sin colorantes	< 0.5

# Futuro:



- **Armonización de certificación cosmética orgánica**
  - Será la solución COSMOS?
  - La ISO para pdtos naturales y orgánicos?
  - Dos etiquetas, natural y orgánica
  - Calculo del mínimo contenido de ingredientes orgánicos

# Oportunidades



- El mercado de productos naturales y orgánicos **continúa creciendo** a velocidades de dobles dígitos, según informado por Mintel, Euromonitor, Datamonitor, Natural Marketing Institute, Organic Consumer Association, otros.
- El consumidor está **más enfocado a productos naturales** y es importante que tengan claro como poder elegir este tipo de productos.
- La intención de compra y la compra de estos productos generalmente es una decisión emocional: **los productos evocan emociones como saludable, fascinante, de respeto por la naturaleza, exótico, etc.**

# Whole Foods Market



## SHEA BUTTER CURL CONTROL CUSTARD



- **Ingredients:**
- Comfrey (*Symphytum officinale*) Extract (aqueous), Arnica (*Arnica montana*) Extract (aqueous), (*Matricaria recutita*) Extract (aqueous), Baobab (*Adansonia digitata*) Leaf Extract (aqueous), Baobab (*Adansonia digitata*) Fruit Powder, Shea Butter\* (*Butyrospermum parkii*), Aloe Vera Leaf Gel (*Aloe barbadensis*), Agave Nectar, Panthenol, Lavender Essential Oil, Coconut Oil and Ylang Ylang Flower Extracts, Guar Gum, Phenoxyethanol, Potassium Sorbate, Xanthan Gum, Citric Acid. \*Certified Fair for Life (FairTrade) by IMO

<http://wholefoodsmarket.com/products/shea-butter-curl-control-custard>



# Wholefoods Market



## DR. BRONNER'S ORGANIC SHIKAKAI LAVENDER BODY SOAP



- **Ingredients:**
- "Organic White Grape Juice, Organic Sucrose\*, Organic Coconut Oil\*, Potassium Hydroxide\*\*, Organic Olive Oil\*, Organic Shikakai Powder, Organic Hemp Oil, Organic Jojoba Oil, Organic Lavender Oil, Citric Acid, Tocopherol"

sin duda... el gran impacto y reafirmación de la  
continuidad de este nicho:



## L'Oreal Goes Green With Body Shop Acquisition

March 17, 2006 NEW YORK –

French beauty giant L'Oreal has offered to acquire The Body Shop, the international health and beauty retail chain, it was learned today.

The deal was valued at over \$1 billion, according to Reuters and other news reports

U.S.-based reps for both companies referred *Brandweek* to their European offices late Friday.

The Body Shop, headquartered in Littlehampton, England, was founded 30 years ago by Anita and Gordon Roddick. The company has **built its reputation selling eco-friendly products made of natural ingredients and standing against animal testing.**

# ¡El mercado esta lleno de oportunidades!



- **UK: Body Shop Acquisition Opens up Market Opportunities**
- The acquisition of The Body Shop by L'Oreal is likely **to open up opportunities for natural & organic personal care product companies.**
- L'Oreal has agreed to purchase the British retail chain of natural-based cosmetics for GB £652 million (€ 945 million).

# ¡pero también de desafíos....!



La necesidad de componentes aislados naturales / orgánicos para sustentar las preferencias del consumidor en el área de desarrollo de fragancias naturales / orgánicas

La necesidad de contar con activos naturales con efectividad cosmética comprobada (p.e. antisudorales, preservantes, repelentes de insectos, etc)





# Amenazas

- 🌱 Baja disponibilidad de las materias primas certificadas aún
- 🌱 Estabilidad y shelf life
- 🌱 Empaque
- 🌱 Fabricación y llenado
- 🌱 Climaticas
- 🌱 No aplicación de la agricultura sustentable a los activos vegetales extraídos
- 🌱 Las propias certificaciones
- 🌱 color / olor
- 🌱 Educacion



# Otros standards sustentables

- **Nordic Swan Ecolabel**
- **Global Reporting Initiative (GRI)**
- **Life Cycle Assessment (LCA)**



# Otros standards sustentabilidad

- Se han desarrollado numerosos standards de sustentabilidad para tratar asuntos de calidad ambiental, equidad social y prosperidad económica de la producción global y las practicas de comercio
- **Fairtrade**
- **Rainforest Alliance**
- **UTZ certified**
- **Organic certified**



# Eco etiquetas de diversos países



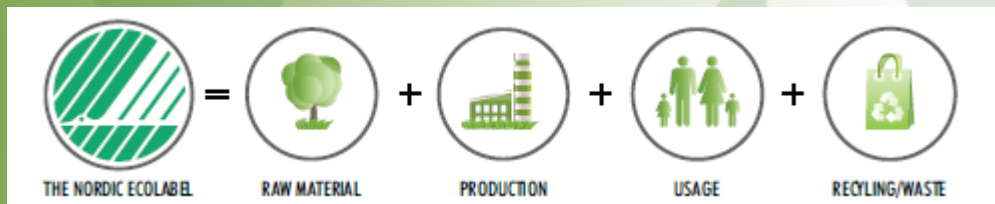
Blue Angel	Alemania
Nordic Swan	Suecia, Finlandia, Islandia, Noruega
Green Mark Program	Taiwán
Environmental Choice Program	Canadá
EU Ecolabel	EU
Ecomark	India



# Nordic Eco label



- The Nordic Ecolabel - Limiting CO<sub>2</sub> Emissions
- The Nordic Ecolabel is a voluntary
- is the official Ecolabel of the Nordic countries established in 1989 by the Nordic Council of Ministers.
- The purpose of the Ecolabel is to contribute to sustainable consumption and production, and our vision is a sustainable society.



<http://www.nordic-ecolabel.org>



# GRI



- GRI frames out and disseminates global sustainability reporting guidelines for ‘voluntary use by organizations reporting on the economic, environmental, and social dimensions of their activities, products and services’.<sup>[4]</sup> According to GRI Guidelines, reporters should take into consideration stakeholders’ interests and use the social indicators and others that more accurately depict the social and ecological performance of the organization.

# LCA



evaluates and discloses the environmental benefits of products over their full life cycle, from raw materials extraction to final disposition. Since 1997 the process of conducting LCA studies has been standardized by the (ISO).

the life cycle assessment

“It is a consulting-based model that can be used to evaluate the resource usage and environmental effects of all the stages of a product, process or activity, in an environmental decision-making.”

the general life cycle

lca methodology

goal definition & scope

inventory

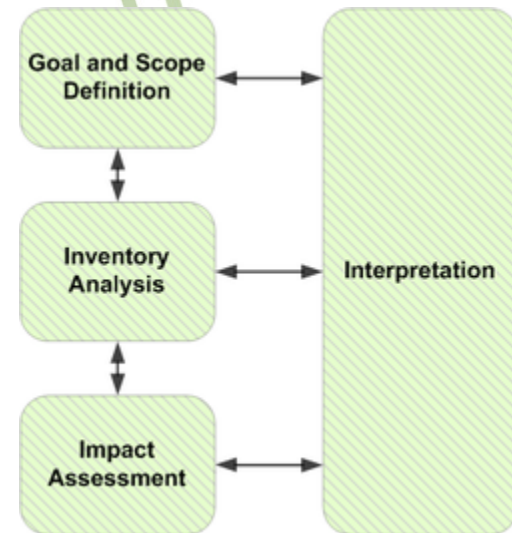
impact assessment

interpretation

purpose of lca

limitations

case study:

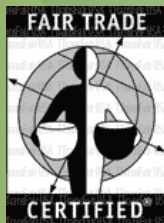


# Fair Trade (Comercio justo)



- The most distinguishing feature of the Fairtrade label is the guarantee of a minimum price and a social premium that goes to the cooperative and not to the producers directly. Recently, Fairtrade also adopted environmental objectives as part of their certification system.

<http://www.fair-trade-hub.com/fair-trade-certified-label.html>





# Mercado justo



<http://ethicalbiotrade.org/>

<http://www.forumamazoniasustentavel.org.br/>



# RainForest Alliance



- was created in the late 1980s from a social movement and is committed to conserving rainforests and their biodiversity. One key element of the standard is the compulsory elaboration and implementation of a detailed plan for the development of a sustainable farm management system so as to assist wildlife conservation. Another objective is to improve workers' welfare by establishing and securing sustainable livelihoods.

The screenshot shows the website's layout with a green and white color scheme. The top navigation bar includes 'Español' and 'a service of Rainforest Alliance'. The main content area is divided into sections: 'What's New November 2013' with a headline 'Restoring the Coffee Forests of Latin America' and a photo of coffee cherries; 'Search for Projects' with a search bar and a 'keyword search' button; and 'Project Awards' with three sub-sections: 'Best Lessons Learned: Building a Future for Cuba's Important Bird Areas (Archive)', 'Innovative Eco-Initiative: Itacambi Atlantic Rainforest Sustainable Development Program, Brazil (Archive)', and 'Monitoring & Evaluation: Climate, Nature, and Communities in Guatemala (CNG) (Archive)'. The left sidebar contains a 'What's New' menu with links like 'Project Search', 'Project Awards', 'Interviews & Articles', 'Resources & Data', 'Participate', 'Migratory Species Index', 'About Us', and 'Sponsors'. The bottom of the page features social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, and a 'Find Us On' section with logos for 'FIND SUSTAINABLE VACATIONS' and 'Migratory Species Pathway'.

<http://www.rainforest-alliance.org/>





# UTZ certified



- From 1997.
- It aims to create an open and transparent marketplace for socially and environmentally responsible agricultural products.
- Instruments include the
  - UTZ Traceability System
  - UTZ Code of Conduct.



<https://www.utzcertified.org/>

# Organic standard



- developed in the 1970s and is based on IFOAM Basic Standards.
- The IFOAM Basic Standards provide a framework of minimum requirements, including the omission of agrochemicals such as pesticides and chemical-synthetic fertilizers.
- The use of animal feeds is also strictly regulated. Genetic engineering and the use of genetically modified organisms (GMOs) are forbidden.



unilever aims to sustainably : x Unilever aims to sustainably : x Dr. Bronner's Organic Shikak... Sustainability standards and ...

www.cosmeticsbusiness.com/news/article\_page/Unilever\_aims\_to\_sustainably\_source\_100\_of\_its\_agricultural\_raw\_materials\_by\_2020/87635

Finance Retail Ingredients Manufacturing Packaging Regulatory

# Unilever aims to sustainably source 100% of its agricultural raw materials by 2020

17-Apr-2013

Subscriber Sign In +

Why subscribe?

## Related Articles

- Sustainability issues still challenge green cosmetic formulators
- IFF and Amyris collaborate to develop sustainable flavours and fragrances ingredients
- DSM continues leadership in Dow Jones Sustainability World Index
- ISO standards on packaging and the environment gain momentum

Anglo-Dutch chemicals giant Unilever says that 36% of its agricultural raw materials are now sourced sustainably and that it aims to source 100% sustainably by 2020.

The figure surpasses the 30% target the firm set itself in 2010, when it launched the Unilever Sustainable Living Plan.

"Climate change, water scarcity, unsustainable farming practices and rising populations all threaten agricultural supplies and food security," said Marc Engel, the company's Chief Procurement Officer.


"Half of the raw materials Unilever buys are from the farming and forestry industries, so ensuring a secure supply of these materials is a major business issue. However, sustainable sourcing is not only about managing business risks, it also presents an opportunity for growth, allowing brands to stand out in the marketplace."

Of its cosmetic ingredients, all of Unilever's palm oil is now covered by GreenPalm certificates and the company is working towards a new commitment of 100%certified sustainable palm oil traceable back to the plantations on which it is grown.

The company has also been working with supplier Ceoco in South Africa to improve traceability in the sunflower oil supply chain. A farming community was identified in Limpopo with good practices that could initially pilot the project, and Unilever and Ceoco have since worked with the farmers by providing financial incentives to develop hybrid seeds with higher yields. The oils can then be traced back to the individual farms where the seeds were grown. The next step will be to scale up the project and roll it out to different provinces.

Sign up for your FREE email newsletter

click here



in-cosmetics®  
Hamburg, Germany 1-3 April 2014

Register for Free Entry

The leading exhibition for personal care ingredients

Inicio Origins ppt in Ontario... Cosmetics Naturales... Cosmetics Naturales... Unilever aims to sust... Microsoft Excel ES 11:34

[http://www.cosmeticsbusiness.com/news/article\\_page/Unilever\\_aims\\_to\\_sustainably\\_source\\_100\\_of\\_its\\_agricultural\\_raw\\_materials\\_by\\_2020/87635](http://www.cosmeticsbusiness.com/news/article_page/Unilever_aims_to_sustainably_source_100_of_its_agricultural_raw_materials_by_2020/87635)

# Agencias Estado Unidenses involucradas con eco etiquetas



- Federal Trade Commission (FTC)
- Food and Drug Administration (FDA)
- United States Department of Agriculture (USDA)
- Environmental Protection Agency (EPA)

# Etiqueta Europea para Medio Ambiente

- Se aplica a cosméticos, detergentes, productos de limpieza
- Esta etiqueta **no es una eco-certificación**, pero una prueba que el producto lava y limpia eficientemente de acuerdo a sus ingredientes convencionales incluyendo abrillantadores ópticos, enzimas, etc.



# ¿Qué es una etiqueta limpia?



- No existe un standard actual para definir etiqueta limpia (Clean label)
- El consumidor no quiere ver que la etiqueta determine si un producto es considerado “limpio” o no.
- Cualquier nombre químico que suene algo “artificial” no es considerado un ingrediente limpio

<http://www.dairyreporter.com/Internet-Live-Events/Natural-Clean-Label-Trends-2013>

<http://www.beveragedaily.com/Internet-Live-Events/Natural-Clean-Label-Trends-2013>

<http://www.confectionerynews.com/Internet-Live-Events/Natural-Clean-Label-Trends-2013>

# Etiqueta limpia



- “Clean label es difícil de definir que los consumidores tienen diferentes interpretaciones:
  - Algunas de ellas difieren según región demográfica y productos
  - Algunos piensan que si el producto es orgánico o natural entonces cumple requisitos de clean label
  - Otros sienten que productos diferentes ya están considerados como mas natural o saludable, tales como el pan de grano completo, yogurt, etc., y no se preocupan de la etiqueta
  - La retroalimentación con consumidores indican que alimentos altamente procesados son mas sospechosos y leen las etiquetas de esos productos mas a menudo, de modo que estos son los targets para etiquetas limpias



# Cruelty-Free



- Cruelty-free se refiere a productos que no han sido testeados en animales. No es un standard legal.



**LEAPING BUNNY PROGRAM**  
The Coalition for Consumer Information on Cosmetics

---

**FAQ about the  
EU Cosmetics Testing Ban**

---

[READ THE FAQ>>](#)



**¡Agradezco su Atención!**

**Muchas Gracias**

