



# Colombia + Competitiva

Colombia + Competitiva: Ingredientes Naturales  
*Oportunidades y acceso al mercado europeo*

Panelista: Gustavo Ferro (*Swiss Expert Network - SEN*)

Lugar y Fecha: Bogotá - Colombia, 23 de abril de 2024



## Introducción: Gustavo Ferro



Swiss Expert Network: Colombia + Competitiva

[www.linkedin.com/in/gustavoferro](https://www.linkedin.com/in/gustavoferro)

- Consultor independiente
- 17 años de experiencia en comercio internacional y desarrollo.
- Experto en ingredientes naturales para Swiss Import Promotion Programme (SIPPO) y German Import Promotion Desk (IPD).
- Acompañamiento estratégico a los proyectos de C+C.
- Últimos Proyectos en ingredientes naturales y orgánicos:
  - Vivanness 2024: Misión de orientación al mercado para fabricantes de cosméticos naturales y orgánicos Serbia (SIPPO: [www.sippo.ch](http://www.sippo.ch)). In-Cosmetics (2021 - presente): apoyo a Túnez, Sudáfrica y Colombia. Food Ingredients Europe: apoyo a Túnez.
  - GIZ Sri Lanka ([www.giz.de](http://www.giz.de)): Orientación en Biofach y serie de talleres regionales en Sri Lanka (2023). GIZ Sudáfrica: Apoyo en el Biotrade Festival PYMES y BSOs (2023).
  - UNIDO / Global Quality and Standards Programme (GQSP), Colombia (2021).
  - Biofach (2019 - presente): apoyo a los pabellones de Serbia y Albania. Preparación de PYMES y capacitación de las BSOs (SIPPO).
  - Apoyo a Swisscontact en proyectos de ingredientes naturales en Kosovo.
  - CBI ([www.cbi.eu](http://www.cbi.eu)): análisis de mercado para ingredientes naturales para alimentos (incl. aditivos), cosméticos, salud.

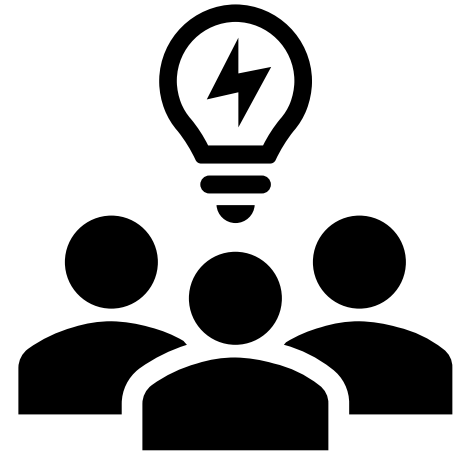
# Introducción

- Introducción: Colombia + Competitiva

*Experto sectorial: Carlos Ospina*

- Introducción: Participantes

*Nombre, empresa, principales productos y segmentos*



# Agenda



¿Puedo exportar?  
*Entendiendo la regulación de Europa.*



¿Adónde exportar?  
*Mapeando oportunidades en Europa.*



¿Cómo se desarrolla el mercado?  
*Comprendiendo las dinámicas y actualidad del mercado europeo.*



¿A quién acercarse?  
*Identificando potenciales alianzas comerciales en Europa.*



# Intro: Ingredientes Naturales

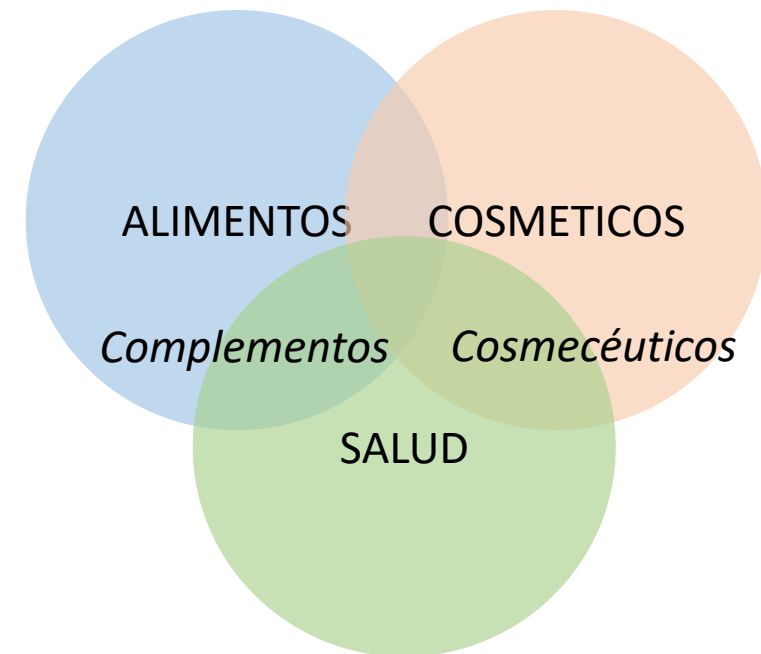
## CATEGORIAS DE INGREDIENTES



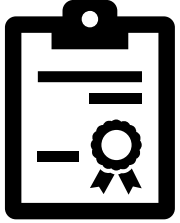
## REGULACIÓN Y OTROS REQUISITOS DEL MERCADO



## INDUSTRIAS DE USO FINAL



*Mercado de consumo*



¿Puedo exportar?

*Entendiendo la regulación de Europa.*

# Regulación: Ingredientes naturales UE y Suiza



## INTERNACIONAL: BIODIVERSIDAD

### CITES

Acuerdo entre gobiernos que regula el comercio internacional de vida silvestre. Apéndice I, II y III: diferentes niveles de protección.

### UICN LISTA ROJA

La Lista Roja de especies amenazadas de la UICN, actualizada periódicamente, evalúa el estado de conservación de las especies en todo el mundo; a menudo se utiliza en las listas nacionales.

### PROTOCOLO DE NAGOYA

Regula cómo se puede acceder a los recursos genéticos y cómo se comparten los beneficios que resultan de su uso entre las personas o países que utilizan los recursos (usuarios) y las personas o países que los proporcionan (proveedores).



LISTAS NEGATIVAS



RESTRICCIONES



RESTRICCIONES

# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE: QUÍMICOS, APLICABLE A COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

REACH

Se aplica a Sustancias Complejas Naturales (NCS):

- Aceites esenciales
- Concretos y absolutos
- Oleorresinas y resinoides
- Extractos de CO2
- Infusiones y extractos alcohólicos



LISTAS POSITIVAS



RESTRICCIONES



Exentos:

- < 1 tonelada
- Investigación y desarrollo científico
- Alimentos y piensos
- Productos medicinales



# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE: QUÍMICOS, APLICABLE A COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

REACH

La responsabilidad de cumplir con los requisitos del REACH recae sobre los fabricantes o importadores establecidos en la Unión Europea.

Un fabricante de extractos vegetales fuera de la UE puede designar un representante exclusivo / *only representative* establecido en la UE para cumplir con las obligaciones de los importadores.

Es importante tener en cuenta que los costos y tarifas de REACH son muy altos y el proceso requiere una documentación extensa.



LISTAS POSITIVAS



RESTRICCIONES

# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN INTERNACIONAL: QUÍMICOS, APLICABLE A COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

CLP

Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos de la Organización de las Naciones Unidas.

Se aplica a:

- Aceites esenciales
- Concretos y absolutos
- Oleorresinas y resinoides
- Extractos de CO2
- Infusiones y extractos alcohólicos
- Aditivos alimentarios
- Saborizantes alimentarios

< 1 tonelada no están exentos

Exentos:

- Productos cosméticos terminados



RESTRICCIONES

# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN INTERNACIONAL: QUÍMICOS, APLICABLE A COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

CLP

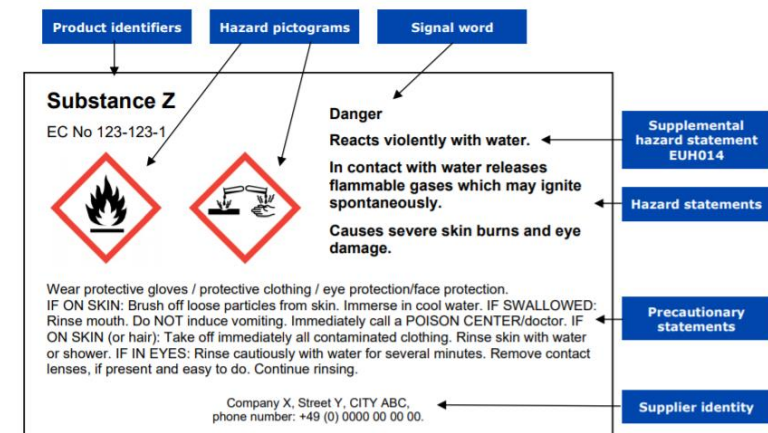
Definición de los peligros físicos, de salud y ambientales de los productos químicos.

Armonización de los criterios de clasificación

>> Estandarización del contenido y formato de las etiquetas y las fichas de datos de seguridad.



RESTRICCIONES



# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE/SUIZA: COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

CosIng: Base de datos

Ingredientes listados, pero no necesariamente aprobados!



LISTAS POSITIVAS

Colorantes

Sustancias colorantes autorizadas para uso en productos cosméticos; criterios de pureza específicos se aplican.



RESTRICCIONES

**Otros: Conservantes, Filtros UV**



# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE/SUIZA: COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

### Sustancias prohibidas

La UE regula las sustancias cuyo uso está prohibido en cualquier producto cosmético comercializado para su venta o uso en el mercado común.



LISTAS NEGATIVAS

### Sustancias restringidas

La UE regula sustancias cuyo uso en productos cosméticos en la Unión Europea está prohibido, excepto bajo ciertas condiciones.



LISTAS NEGATIVAS



RESTRICCIONES

# Regulación: IN Cosméticos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE/SUIZA: COSMÉTICOS (INGREDIENTES)

26 sustancias  
alérgicas

La UE (y Suiza) enumera las sustancias que no deben contener los productos cosméticos salvo que se ajusten a las restricciones establecidas. La directiva contiene 26 sustancias conocidas como alérgenos de fragancias, sujetas a condiciones de etiquetado obligatorio debido a su potencial alérgico.



RESTRICCIONES



## ESTÁNDAR SECTORIAL: FRAGRANCIAS (INGREDIENTES)

IFRA standards

El subsector de fragancias tiene estándares específicos en cuanto al uso de sustancias en sus productos. Los estándares de *International Fragrance Association* (IFRA) establecen especificaciones para diversos aceites esenciales con relación al contenido máximo de sus constituyentes.

# Regulación: IN Alimentos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE/SUIZA: ALIMENTOS (INGREDIENTES)

### Novel Food

Los nuevos ingredientes alimentarios deben estar autorizados para su uso en la UE bajo Novel Food. Tienen condiciones específicas de uso.

### Aditivo alimentario

Los aditivos alimentarios deben estar aprobados para su uso en alimentos en la UE y tener condiciones específicas de uso. Proceso de autorización separado de Novel Food.

### Aromatizantes

La lista de aromas de la Unión establece las sustancias aprobadas para su uso en los alimentos y sobre ellos. Proceso de autorización separado para Aditivos Alimentarios y Novel Food.



LISTAS POSITIVAS

# Regulación: IN Alimentos UE y Suiza

Fuente:

[https://webgate.ec.europa.eu/fip/novel\\_food\\_catalogue/#](https://webgate.ec.europa.eu/fip/novel_food_catalogue/#)



## *Borojoa patinoi*

### Common Names

EN: Borojo

### Description

The request concerns the fruit of *Borojoa patinoi*.

*Borojoa patinoi*, commonly known as borojó, is a mid-sized (3 to 5m), tropical forest tree that belongs to the Rubiaceae family. It grows in the northwest area of Colombia in the Chocó Department and in the Esmeraldas Province of Ecuador, in areas of high humidity (over 85%) and an average temperature of 28°C, both in the wild and on local farms.

The fruit is large (about 12 cm length), with a round shape and brown color and average weight of 740-1000 grams. The pulp represents 88% of the total weight. Each fruit has 90 to 640 seeds. Borojo is used in the preparation of e.g. jam, wine and desserts.

### Novel Food Status



What does it mean?





# Regulación: IN Alimentos UE y Suiza



ALIMENTOS – UE

Fuente:

[https://webgate.ec.europa.eu/fip/novel\\_food\\_catalogue/#](https://webgate.ec.europa.eu/fip/novel_food_catalogue/#)

## *Theobroma grandiflorum*

### Common Names

Cupuacu (DE), cupuasu, copoasu cocoa -like, kakaowiec wielkokwiatowy (PL), kakaovník velkokvětý (CZ), Kupuasu (LV), vrsta kakavovca (SL), kakao-släkting (SE), Cupuaçu (PT)

### Description

Belongs to the Sterculiaceae Family. Cupuacu fruit (found throughout the Rainforest regions) has been a primary food source for both indigenous tribes and animals alike.

**Only the use of the fruits of *Theobroma grandiflorum* as food or food ingredient is established in the EU.**

### Novel Food Status



What does it mean?

# Regulación: IN Alimentos UE y Suiza



## REGULACIÓN UE/SUIZA: ALIMENTOS (INGREDIENTES)

### Disolventes de extracción

La UE regula los disolventes de extracción utilizados en la producción de alimentos e ingredientes alimentarios.

### Reclamos de nutrición y salud

Este reglamento garantiza que cualquier afirmación realizada en el etiquetado, presentación o publicidad de un alimento en la Unión Europea sea clara, precisa y basada en evidencia científica.

### Ácido erúcido

La UE regula los niveles máximos permitidos de ácido erúcido en grasas y aceites vegetales utilizados en los alimentos.



LISTAS POSITIVAS



RESTRICCIONES

# Regulación: IN Alimentos y Salud UE y Suiza

## RECLAMOS DE NUTRICIÓN Y SALUD

Verifique las declaraciones de propiedades saludables y nutricionales permitidas para los ingredientes naturales. La UE dispone de una base de datos que puede consultar: EU Register of Health Claims

[EU Register](#)
[Search filters](#)

Showing 1 to 1 of 1 entries (filtered from 2,358 total entries)

First
Previous
1
Next
Last

10 ▼ records per page

Claim type <a href="#">?</a>	Nutrient, substance, food or food category <a href="#">?</a>	Claim <a href="#">?</a>	Conditions of use of the claim / Restrictions of use / Reasons for non- authorisation <a href="#">?</a>	Health relationship <a href="#">?</a>	EFSA opinion reference / Journal reference <a href="#">?</a>	Commission Regulation <a href="#">?</a>	Status <a href="#">?</a>	Entry ID <a href="#">?</a>
<a href="#">Art.13(1)</a>	Quinoa (Chenopodium quinoa)	Stimulation of the hair bulb, favouring the growth of the hair	Non-compliance with the Regulation because on the basis of the scientific evidence assessed, this claimed effect for this food has not been substantiated.	maintenance of hair	<a href="#">2009;7(9):1285</a>		Non- authorised	2746

Showing 1 to 1 of 1 entries (filtered from 2,358 total entries)

First
Previous
1
Next
Last



# Regulación: IN Salud UE y Suiza



## REGULACIÓN UE/SUIZA: SALUD (INGREDIENTES)

### SUPLEMENTOS ALIMENTÍCIOS (BASE: REGULACIÓN ALIMENTOS)

#### Sustancias autorizadas

Las autorizaciones de sustancias botánicas para su uso en complementos alimenticios en la UE no están centralizadas. Cada país de la Unión tiene su sistema / responsabilidad. La evaluación de riesgo (opinión científica) de cada sustancia es centralizada (EFSA).



LISTAS POSITIVAS

### MEDICINA HERBAL

#### EU Monographs

El *Committee on Herbal Medicinal Products* (HMPC) compila y evalúa los datos científicos sobre sustancias herbales en su seguridad y eficacia. La opinión científica es publicada en un EU herbal monograph. Regulado por el EMA.



OPINIÓN CIENTIFICA

# Regulación: IN Salud UE y Suiza



## SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS - UE

Verifique el perfil de seguridad de diferentes ingredientes naturales. La UE tiene un instrumento llamado “Compendium of botanicals” – base de datos de productos botánicos que contienen sustancias que ofrecen riesgos a la salud humana

**Botanics** 2
Substances 0

1-2/2

Rosmarinus officinalis L.

Seidlitzia rosmarinus Bunge ex Boiss. // Salsola rosmarinus (Ehrenb. ex Boiss.) Al

Endpoint Studies
#1: Gastrointestinal hemorrhage at high doses (no details - review)
#2: Hepatic disease at high doses (no details - review)
#3: Kidney disease at high doses (no details - review)
#4: Epilepsy at high doses (no details - review)
#5: One case of human poisoning in Morocco (no details - review)

Genotoxicity
#1: Genotoxicity in mice (in vivo comet assay)
#2: Mutagenicity in mice (erythrocyte micronucleus test)
#3: Mutagenicity in rats (erythrocyte micronucleus test)
#4: Genotoxicity in rats (chromosome aberrations)
#5: Genotoxicity of essential oil in human peripheral lymphocytes in vitro



# Regulación: IN Salud UE y Suiza



## MEDICINA HERBAL – UE – EJEMPLO: *Hypericum perforatum* L.

### European Union herbal monograph on *Hypericum perforatum* L., herba

#### 1. Name of the medicinal product

To be specified for the individual finished product.

#### 2. Qualitative and quantitative composition<sup>1,2</sup>

Well-established use	Traditional use
With regard to the marketing authorisation application of Article 10(a) of Directive 2001/83/EC <i>Hypericum perforatum</i> L., herba (St. John's wort)	With regard to the registration application of Article 16d(1) of Directive 2001/83/EC <i>Hypericum perforatum</i> L., herba (St. John's wort)
i) Herbal substance	i) Herbal substance
Not applicable.	Not applicable.
ii) Herbal preparations <sup>3</sup>	ii) Herbal preparations
a) Dry extract (DER 3-7:1), extraction solvent methanol 80% V/V	a) Dry extract (DER 4-7:1), extraction solvent ethanol 38% (m/m) = 45% V/V
b) Dry extract (DER 3-6:1), extraction solvent ethanol 80% V/V	b) Liquid extract (DER 1:4-20), extraction solvent vegetable oil
c) Dry extract (DER 2.5-8:1), extraction solvent ethanol 50-68% V/V <sup>4</sup>	c) Liquid extract (DER 1:13), extraction solvent maize oil or other suitable vegetable oil
	d) Tincture (ratio herbal substance: extraction solvent 1:5), extraction solvent ethanol 50-70% V/V
	e) Tincture (ratio herbal substance: extraction solvent 1:10), extraction solvent ethanol 45-50% V/V
	f) Liquid extract (DER 1:2-7), extraction solvent ethanol 50% V/V <sup>4</sup>
	g) Liquid extract from fresh herb (DER 1:1), extraction solvent ethanol 96% V/V

#### 4.3. Contraindications

Well-established use	Traditional use
Hypersensitivity to the active substance.  Concomitant use with coumarin-type anticoagulants, cyclosporine, everolimus, sirolimus, tacrolimus for systemic use, fosamprenavir, indinavir and other protease inhibitors, nucleoside reverse transcriptase inhibitors, irinotecan, imatinib and other cytostatic agents metabolised by CYP3A4, CYP2B6, CYP2C9, CYP2C19 or transported by P-glycoprotein (see section 4.5 'Interactions with other medicinal products and other forms of interaction').	<i>Daily dose of hyperforin</i> ≤ 1 mg:  Hypersensitivity to the active substance.  <i>Daily dose of hyperforin</i> > 1 mg:  Hypersensitivity to the active substance.  Concomitant use with coumarin-type anticoagulants, cyclosporine, everolimus, sirolimus, tacrolimus for systemic use, fosamprenavir, indinavir and other protease inhibitors, nucleoside reverse transcriptase inhibitors, irinotecan, imatinib and other cytostatic agents metabolised by CYP3A4, CYP2B6, CYP2C9, CYP2C19 or transported by P-glycoprotein (see section 4.5 'Interactions with other medicinal products and other forms of interaction').

#### 4.4. Special warnings and precautions for use

Well-established use	Traditional use
<b>Indications 1) and 2)</b>  During the treatment intense UV-exposure should be avoided.  Since no sufficient data are available, the use in children and adolescents under 18 years of age is not recommended.	<b>Indications 1), 3) and 4)</b>  During the treatment intense UV-exposure should be avoided.  Since no sufficient data are available the use in children and adolescents under 18 years of age is not recommended.  <b>Indication 2)</b>  During the treatment intense UV-exposure of the respective skin areas should be avoided.  Since no data on the safe use in children are available, the use in children under 12 years of age is not recommended.



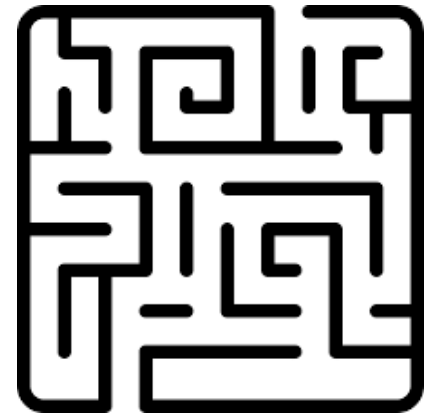
¿Adónde exportar?

*Mapeando oportunidades en Europa.*

# Demanda: Ingredientes Naturales

## Evaluación de la demanda de ingredientes naturales en Europa

- Falta de datos estadísticos detallados: producción, comercio exterior, etc.
- Poca transparencia en los flujos comerciales.
- Alimentos versus cosmética versus salud.
- Cuestiones regulatorias complejas pero cruciales (*sine qua non*) para comprender las oportunidades reales del mercado.
- Mercado demasiado concentrado para algunos ingredientes y dominado por unas pocas empresas.
- Confidencialidad de la información.







# Demanda: Ingredientes Naturales

## Aceites esenciales y oleorresinas (2022)

### Partida arancelaria 3301

- Importaciones europeas totales: 2.200 millones de euros
- Principales importadores:

*Francia, Alemania, Reino Unido, Irlanda, España, Países Bajos, Suiza, Italia.*

- Principales proveedores de economías emergentes:

*Brasil, India, China, Argentina, Indonesia, México, Turquía, Egipto, Marruecos, Madagascar, Perú*





Colombia+Competitiva

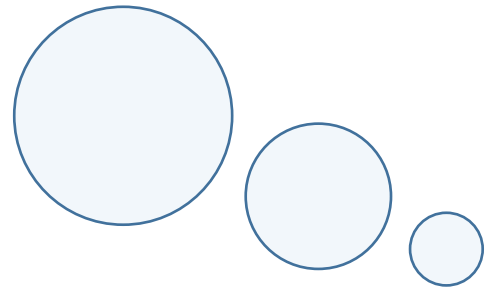
**elixens**  
Group



Givaudan

 Firmenich

symrise 







# Demanda: Ingredientes Naturales

## Aceites vegetales (2022)

### Partida arancelaria 151590

- Importaciones europeas totales: 1.300 millones de euros
- Principales importadores:

*Francia, Países Bajos, Suecia, Italia, España, Alemania, Austria*

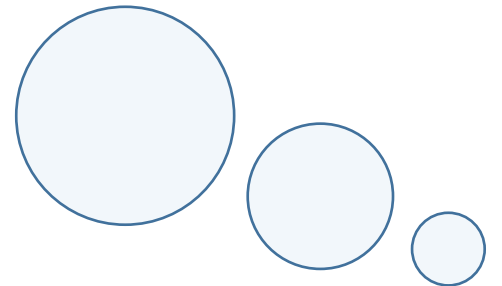
- Principales proveedores de economías emergentes:

*Ghana, China, Kenia, Marruecos, Burkina Faso, India, México, Perú*





Colombia+Competitiva





# Demanda: Ingredientes Naturales

## Extractos y savias vegetales (2022)

### Partida arancelaria 1302

- Importaciones europeas totales: 3.100 millones de euros
- Principales importadores europeos:

*Alemania, Francia, España, Italia, Reino Unido, Países Bajos, Dinamarca*

- Principales proveedores de economías emergentes:

*China, India, Chile, Indonesia, Filipinas, Kenia, Madagascar, Irán, México, Brasil, Marruecos, Perú*





# Demanda: Ingredientes Naturales

## Colorantes, origen animal y vegetal (2022)

### Partida arancelaria 3203

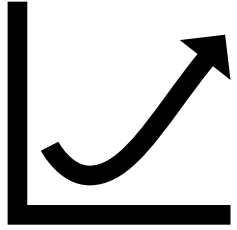
- Importaciones europeas totales: 874 millones de euros
- Principales importadores europeos:

*Alemania, España, Países Bajos, Francia, Italia, Reino Unido, Dinamarca, Suiza, Bélgica*

- Principales proveedores de economías emergentes:

*China, Perú, India, Turquía, Ecuador, México, Kenia, Brasil, Indonesia, Sudáfrica*





¿Cómo se desarrolla el mercado?

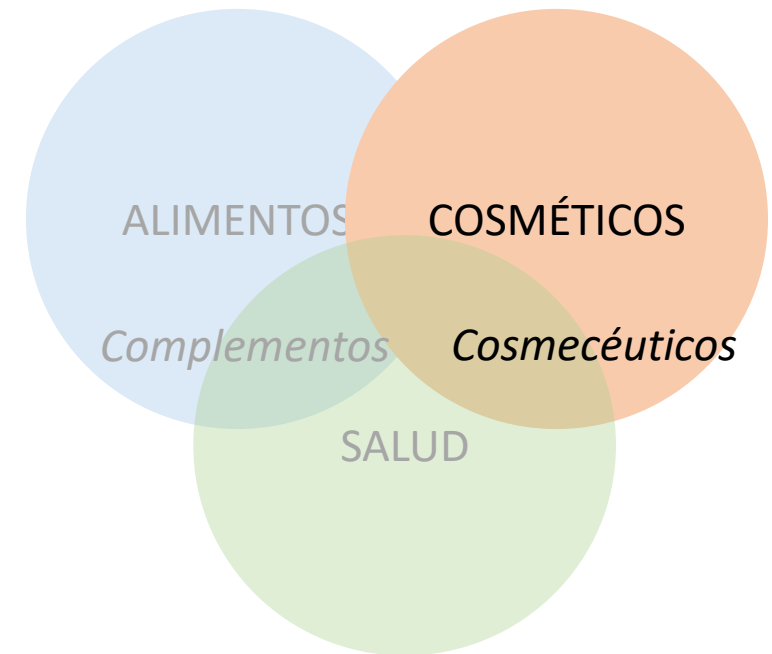
*Comprendiendo las dinámicas y actualidad del mercado europeo.*





# Tendencias: IN Cosméticos

## INDUSTRIAS DE USO FINAL



*Mercado de consumo*

# Cosmética (Natural): *Figures and facts*

## El mercado de la cosmética y la cosmética natural en cifras

- Productos de cosmética y cuidado personal: 88.000 millones de euros (ventas minoristas en 2022): Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, España y Polonia como mercados más importantes.

Fuente: <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry>

- Mercado de cosmética natural y orgánica en Europa: 3.890 millones de euros (2020), frente a 3.640 millones de euros en 2018.
- La tasa de crecimiento del 7% superó la tasa de crecimiento general del mercado cosmético europeo, pero representa sólo el 5% del mercado cosmético total. es decir, aproximadamente el 95% de los ingredientes naturales utilizados en los productos cosméticos no están certificados como naturales u orgánicos.

Fuente: <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/what-demand>

COSMETICS ARE AN IMPORTANT PART OF PEOPLE'S EVERYDAY LIFE



Fuente: Cosmetics Europe



# Cosmética (Natural): *Figures and facts*

## El mercado de cosméticos y cosmética natural en hechos

- No es posible desglosar las principales categorías de ventas o crecimiento por tipo de cosmético. Pero el informe posterior a la feria In-Cosmetics 2023 ofrece algunas pistas sobre las principales áreas de aplicación de interés:

Application Interest	%
Skincare	79%
Haircare	52%
Suncare	48%
Perfumes & Fragrance	38%
Toiletries	30%
Oral care	23%
Decoratives	18%

- Asimismo, el informe ofrece algunas pistas sobre las principales categorías de productos que interesan a los visitantes; revela algunas dinámicas y tendencias de la industria (ejemplo: antienvjecimiento) >>

Fuente: <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/what-demand>

Product Category Interest	%
Active ingredients	55%
Antioxidants	33%
Emulsifiers, co-emulsifiers	30%
Contract manufacturing	29%
Emollients, lipids, petrolatum	28%
Oils, butters	28%
Plant extracts	27%
UV filters, SPF boosters	27%
Essential oils	27%
Vitamins, minerals	26%
Anti-microbial agents	25%
Surfactants, foaming agents	24%
Bio-fermentation ingredients	23%
Preservatives, preservatives boosters	22%
Humectants	22%
Rheology modifiers, thickeners	22%
Formulation bases	21%
Fragrance ingredients, masking agents	20%
Waxes, structuring agents, elastomers	20%
Chemical exfoliants, AHA/BHA/acids	20%
Enzymes	20%
Solubilizers, dispersing agents	19%
Marine extracts	19%
Film formers, styling agents	19%
Colourants, dyes, pigments	19%
Silicones	18%
Distribution (transport & logistics)	16%
Chelating agents	16%
Clay, talcs	16%
Drying, Mattifying, anti-tack agents	16%
Microspheres, delivery systems	16%
Physical exfoliants, scrubs	16%
Soap bases, syndets	15%

Fuente: In-Cosmetics 2023  
<https://www.in-cosmetics.com/global/en-gb/about/past-show-review.html>



# Cosméticos (Naturales): Tendencias

## Clean label

- Los consumidores exigen cosméticos limpios, seguros, naturales, sostenibles y multifuncionales, impulsando avances en las formulaciones y tecnologías de ingredientes ([Global Cosmetic Industry](#)).
- Listas de ingredientes más cortas e ingredientes más reconocibles en estas listas. Según fuentes de la industria, menor uso de extractos y mayor uso de ingredientes como aceites/grasas vegetales y aceites esenciales.
- Influencia del mercado alimentario (rechazo de aditivos alimentarios: números E).

Sin embargo, atención a las “reclamaciones vacías” >>

- Ingredientes alimentarios exóticos en cosmética: percepción del consumidor de productos más limpios, saludables y seguros. Ejemplos: aguacate, baobab, mango, marula, moringa, açai, goji y papaya ([CBI, 2022](#)).



Fuente: Natalie Peeples/Axios



Fuente: Body Shop





# Cosméticos (Naturales): Tendencias

## Plantas ancestrales: historias interesantes y funcionalidad.

- Ingredientes con una historia de uso bien documentada por parte de las poblaciones indígenas, y que se están incorporando a nuevas categorías de productos en los últimos años.
- Ingredientes arraigados en las culturas locales, que aportan imágenes e historias a los productos cosméticos.

Ejemplos: aceite de marula (hidratante), aceite de árbol de té (antiacné, antiinflamatorio, anticaspa, cuidado bucal, etc.), extracto de pitaya (eficacia prebiótica), té de montaña/*mountain tea* (desestresante y antioxidante).

- Crecimiento en aplicaciones y lanzamientos de productos; Ejemplo: La base de datos de nuevos productos (GNPD) de Mintel registró un aumento del 22 % en nuevos productos que contienen aceite de árbol de té en comparación con 2022.

Fuente: [Cosmetics Design, 2023](#)



Fuente: Beverly Hills MD Cosmeceuticals



# Cosméticos (Naturales): Tendencias

**A pesar del interés por los ingredientes exóticos, el crecimiento de los ingredientes de origen local**

- Pospandemia: mantener a los proveedores lo más cerca posible de casa. Visitas cara a cara, mejor comunicación, mejor cumplimiento, menores costos de envío y menores emisiones de carbono.

Fuente: [Cosmetics Business, 2023](#)

- También un mensaje importante: apoyar a las comunidades locales y “mantenerlo simple”; asociado con formulaciones minimalistas y una trazabilidad mejorada.

Fuente: [Connect In-Cosmetics](#)

- Ejemplo: la marca finlandesa Lumene utiliza ingredientes reciclados de la región ártica en sus formulaciones como mora de los pantanos (*cloudberry*), savia de abedul orgánica (*organic birch sap*), arándanos rojos (*lingonberry*) y avena, entre otros.

Fuente: [Cosmetics Design, 2023](#)



Fuente: Lumene, Finland



# Cosméticos (Naturales): Tendencias

## Crecimiento en la certificación

- Enorme crecimiento del número de certificaciones en los últimos años: 2005: 5 sistemas de certificación para cosméticos; hoy en día: más de 30 esquemas. Acompañando el crecimiento de private label / marcas blancas.
- Principales: COSMOS Organic y Natural (32.000 productos en 71 países) y COSMOS CERTIFIED (13.000 ingredientes) y COSMOS APPROVED (8.000 ingredientes). Natrue *label* y certificación Natrue (6.500 productos de más de 280 marcas); la base de datos contiene más de 1.600 ingredientes ([CBI, 2023](#)).
- Fairtrade / comercio justo: materias primas de origen agrícola (coco, karité, olivo, cacao, etc.); Marcas que utilizan la marca registrada reconocida en los productos.
- Vegan Society: Más de 24.000 productos certificados actualmente. Fuente: [Premium Beauty News](#)
- Y otros como Rainforest Alliance, Halal... influencia del mercado de alimentos.



Fuente: Ecovia Intelligence at CBI Natural Ingredients for Cosmetics  
<https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/trends>



# Cosméticos (Naturales): Tendencias

## Ingredientes reciclados, belleza reciclada

- **“Upcycling”**: Proceso de transformación de materiales desechados o de desecho en productos de mayor valor. Reducir la huella de carbono, la huella hídrica y los impactos del uso de la tierra en comparación con la de una materia prima derivada de un recurso primario.
- Impulsado por la demanda en Europa; también por los desarrollos regulatorios del Pacto Verde de la UE y la Directiva sobre informes de sostenibilidad corporativa (CSRD).
- No hay definiciones legales ni consenso de la industria sobre la definición de ingredientes reciclados o producto terminado usando tales ingredientes ([Cosmetics Business](#)).

**Ejemplos: Pulpe de Vie, France:** Productos para el cuidado de la piel reciclados a partir de frutas degradadas de pequeños productores orgánicos franceses. La empresa ahorra 5 TM de fruta/año. >99% de origen natural; ejemplo: uso de rábano negro como conservante y derivados del olivo en sustitución de la silicona. **Upcircle Beauty, UK:** productos para el cuidado de la piel a base de café molido, pétalos de flores de floristerías locales, polvos de huesos de frutas, etc.

Más info: Upcycled Beauty News  
(<https://www.upcycledbeauty.com/upcycled-beauty-news>)



Fuentes: The Upcycled Beauty Company and Pulpe de Vie



# Regulación: Ingredientes naturales y cosmética

## Novedades en la regulación europea:

- **Restricción a las micropartículas de polímeros sintéticos (micro plásticos)** añadidas intencionadamente a productos de consumo o de uso profesional de cualquier tipo (según REACH, septiembre de 2023): los micro plásticos se utilizan en cosmética con múltiples finalidades, como la exfoliación (micro perlas) o la obtención de una textura específica (agentes estabilizantes, sensación suave en la piel, texturas suaves, etc.), fragancia o color. Alternativas naturales como celulosa.
- **EUDR ([Reglamento sobre productos libres de deforestación](#)):** Aplicable inicialmente a *commodities* como café, cacao, palma. Pero esta mentalidad está influyendo gradualmente en TODAS las cadenas de valor. “Deforestación importada”.



# Regulación: Ingredientes naturales y cosmética

## Novedades en la regulación europea:

- **Lista actualizada de alérgenos de fragancias (+56):** estas sustancias deben declararse cuando están presentes en determinadas concentraciones en los productos cosméticos. El Comité Científico de Seguridad del Consumidor (SCCS) concluyó que existe un riesgo potencial para la salud humana derivado del uso de alérgenos de fragancias adicionales. Se enumeran algunas sustancias muy comunes: aceite de hoja de *Cinnamomum Cassia*, aceite de limoncillo, aceite de *Eucalyptus Globulus*, aceite de hoja de *Laurus nobilis*, aceite/extracto de flor de rosa, entre otras ([Cosmeservice](#) y [Cosmetics Care](#)).
- **Nuevas sustancias prohibidas: 30 nuevas sustancias CRM añadidas al Anexo II (incluye algunos ingredientes naturales)** ([Cosmetics Care](#)); aplicado desde diciembre de 2023.



# Sostenibilidad en la cosmética natural y orgánica

## Ethical fragrances: 'We're in the midst of a reinvention of perfumery,' says Firmenich

By Kacey Culliney  
14-Dec-2022 - Last updated on 15-Dec-2022 at 09:20 GMT



The sustainable transformation of perfumery needs smart and collaborative thinking, pushing forward with recreated natural and synthetic ingredients that plugged green needs [Getty Im

RELATED TAGS Firmenich Perfume Fragrance Sustainability Green Beauty Conscious Beauty Environment Climate Crisis Biodiversity Sustainable Beauty

## Clean beauty and sustainability set to lead the fore at in-cosmetics Global

Premium Beauty News (Photo: © Dima Sidelnikov / iStock)  
6 March 2023



Attendees seeking clean beauty and sustainable solutions are expected to dominate among visitors at this year's in-cosmetics Global, said the organizers, as the leading event for cosmetics and personal care ingredients is back in Barcelona from 28-30 March 2023.

## What upcycling, waste reduction looks like with cosmetic products today

By Ravyn Cullor  
08-Nov-2022 - Last updated on 07-Nov-2022 at 22:17 GMT



RELATED TAGS Upcycling Circular Beauty Upcycled Ingredients Upcycled Beauty Sustainability Sustainable Beauty Green Beauty Circular Economy



# Sostenibilidad en la cosmética natural y orgánica

## La sostenibilidad como concepto integrado para la cosmética.

- Los consumidores esperan prácticas sostenibles durante todo el ciclo de producción de un producto cosmético. Desde el abastecimiento de ingredientes hasta la fabricación + que el producto tenga un impacto positivo en las comunidades locales al tiempo que ofrece opciones de embalaje, formas de aplicación y transporte sostenibles ([GCI Magazine](#)).
- La sostenibilidad sigue siendo una prioridad para los consumidores, a pesar de que la inflación y la crisis del costo de vida afectan las ventas de las marcas de belleza. La certificación de terceros sigue siendo importante para persuadir a los consumidores ([Cosmetic Business](#)).
- Los fabricantes de cosmética natural suelen priorizar aspectos de sostenibilidad social y medioambiental ([Cosmetics Design Europe](#)).





# Sostenibilidad: ejemplo

Case de estudio: FARFALLA, SUIZA

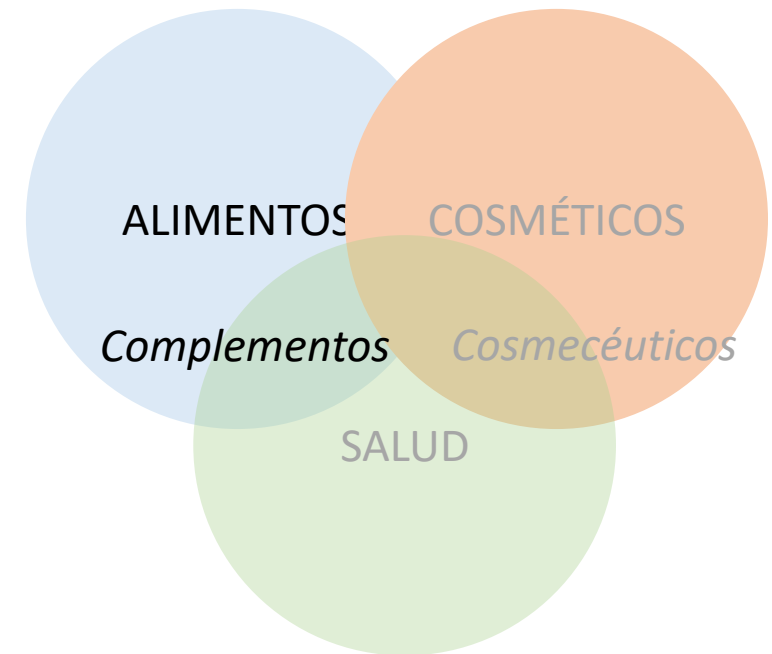
- **Etnobotánica: humanos y plantas**
- **Conservación de especies vegetales**
- **Proyecto Orgánico y Comercio Justo**
- **Certificación Natrue**
- **Proyecto con parteras para reducir la mortalidad infantil**
- **Relaciones a largo plazo con productores en más de 40 países**
- **Aromaterapia para la salud humana**
- **Envases reciclables**

*farfalla*



# Tendencias: IN Alimentos y Complementos

## INDUSTRIAS DE USO FINAL



*Mercado de consumo*

# Tendencia: Inocuidad alimentaria

**Mayores requisitos, controles más estrictos**

**Productos seguros**

*Seguro de procesar y usar*

*Seguridad en términos de suministro*

*Seguro en términos de sostenibilidad*

*Seguro en términos de transparencia*



- Documentado y certificado  
(Global Food Safety Initiative – GFSI)



# Tendencia: Inocuidad alimentaria

La inocuidad alimentaria es crucial para los compradores:

- Gestión de riesgos
  - Responsabilidad
  - Acceso a algunos segmentos y compradores
  - ¡Calidad!
- 
- Asegúrese de que sus certificados de seguridad alimentaria siempre se muestren claramente en su material de marketing: sitio web, folleto, etc.
  - Discuta la seguridad alimentaria con su comprador potencial, así como sus requisitos específicos. ¿Pueden coinvertir si es necesario?
  - ¿No certificado? ¡Asegúrese de que sus procesos y puntos de control estén bien documentados!
  - Establezca potencialmente una trayectoria con su comprador. ¿Cómo serán los próximos años?





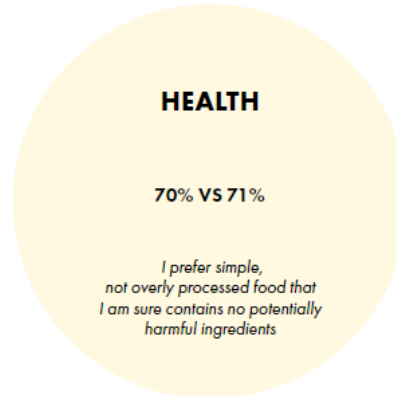
# Tendencia: Salud

## Dietas más saludables, consumidores europeos más conscientes. COVID-19 y cambios en la alimentación:

- El 71% de los consumidores ha cambiado su comportamiento en los últimos dos años, principalmente hacia una dieta más saludable (67%).

([SIAL Insights 2022](#))

- Comida local
- Atención a los ingredientes
- Respetando el medio ambiente



- Más natural: menos procesamiento, menos o ningún aditivo como colorante. **Clean label.**
- Más información a los consumidores. Decisiones más informadas. Mayor uso de Nutri-Scores.



Ejemplo: German Food association ([BLL](#))

- La regulación y la industria de la UE y Suiza siguen (e impulsan) la tendencia: menos azúcar y sal, sin grasas trans, sin OMG, etc.



# Tendencia: Salud

## Tendencia de salud y su influencia en el desarrollo y adaptación de productos:

- Métodos de preparación:
  - *frito >> estallado, horneado*
- Ingredientes usados:
  - *azúcar, grasas, sal >> algas, semillas, verduras, hierbas y especias*
  - *aceite de palma >> aceite de girasol*
- Reducción de colorantes, sabores y conservantes artificiales
- Reducción en el uso de pesticidas y otros insumos químicos durante la producción
- Más productos con certificación orgánica
- Crecimiento a nivel de producto: barras funcionales (ricas en proteínas y fibra), untables saludables ([Kerry](#))
- Crecimiento en dietas basadas en plantas (**plant-based diets**)

M&S  
EST. 1884  
Document Number: 442650  
MARKS AND SPENCER FOOD TECHNICAL TERMS OF TRADE

- Contain no added Mono-Sodium Glutamate
- Contain no Artificial Flavours or Colours
- Contain no Marks and Spencer red rated additives (see linked Additive Policy on Connect)
- Contain no Hydrogenated Vegetable Oil
- Contain no Hydrogenated Vegetable Protein
- Contain no Mechanically Recovered Meat
- Contain no ingredients from cloned animals
- Contain no Lupin ingredients and derivatives (with the exception of Flowers and Plants)
- Contain no PVC or PVCd in their packaging
- Actively reduce the use of Pesticides and only use those on Marks and Spencer approved lists (see linked Pesticide Policy on Connect)
- Conform to Marks and Spencer Raw Material Management (A List) requirements relating to raw material sourcing and specifications
- Comply to the appropriate Select Grower "Field to Fork" Standards for Goods containing Produce and Flowers and Plants (See linked field to fork folder on Connect )



## Tendencia: Salud

- Regulación restrictiva en Europa

Ejemplo: colorantes naturales

- Evaluaciones de seguridad continuas a lo largo de los años por parte de expertos científicos en Europa

Ejemplo: colorante sintético Carmoisina (E122) revisado >> annatto (E 160b) como alternativa

- Más “alimentos colorantes”, más frutas, verduras, algas y otros colorantes naturales de origen vegetal. [Ejemplo: Spirulina](#)



Fuente: Freepik



## Tendencia: Salud

- Categorías de productos de rápido crecimiento, como los alimentos de origen vegetal (plant-based)

Ejemplo: sustitutos de la carne

Soluciones más complejas para hacer que productos como los sustitutos de la carne sean más atractivos visualmente.

Por ejemplo, Naturex (parte de Givaudan) lanzó una línea de productos a base de remolacha y otros extractos naturales llamada Vegebrite™ Veggie Reds, con el objetivo de lograr un auténtico color similar al de la carne en los sustitutos de la carne.

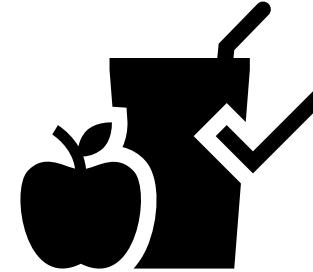


*Fuente: EAPF*



## Tendencia: Salud

- ¡Promueva las características saludables de sus productos!
  - Origen botánico y sustancias
  - Extracción y otros métodos de procesamiento (ejemplo: prensado en frío)
  - “Naturalness”
  - Etiqueta limpia
  
- Sea claro acerca de las especificaciones de su producto y el origen de los ingredientes.
- Investigue las tendencias del mercado, consulte a los compradores sobre sus requisitos.
- Estudie a su competencia y sus soluciones.



# Sostenibilidad: ¿POR QUÉ?

- Código de conducta de la UE sobre prácticas comerciales y de marketing responsable de alimentos
- Parte de la ***Farm to Fork Strategy***
- Aumentar la disponibilidad y accesibilidad de alimentos saludables y sostenibles que ayuden a reducir el impacto ambiental.
- Firmado por 65 empresas y asociaciones.

Ejemplos: CAOBISCO, UNESDA, EFFA, FRESHFEL, Food Supplements Europe

- Informar sobre el progreso anualmente
- Impacto en los ingredientes >> ejemplo: ¡sustitutos del azúcar!



Fuente: European Commission



## Sostenibilidad: ¿POR QUÉ?

- Compromisos a nivel sectorial:

Ejemplo: UNESDA Refrescos Europa

- El sector de refrescos de Europa ha alcanzado una reducción del 18% en azúcares añadidos desde 2015.
- Reino Unido: “Impuesto al azúcar” en refrescos
- Productos sin calorías y bajos en calorías: 29% de cuota de mercado en Europa, hasta 40-50% en algunos países
- Fuertes inversiones en reformulación y desarrollo de productos >> ejemplo: stevia



*Fuente: UNESDA*

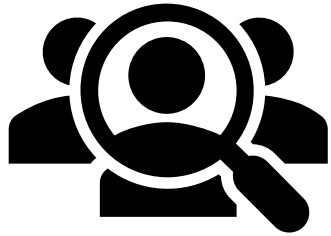


## Sostenibilidad: ¿POR QUÉ?

¿Cuáles son algunas áreas afectadas por la legislación europea?

- Informes de sostenibilidad
- Integración entre seguridad alimentaria y sostenibilidad
- Trazabilidad y transparencia
- Gobernanza mejorada
- Reducción de agroquímicos y aumento de la agricultura orgánica
- Lucha contra la “deforestación importada” (que afecta más específicamente a *commodities* como el café, el cacao y la palma) [EUDR]
- Economía circular: reducción de la pérdida de alimentos, mejora de la gestión de residuos, envases amigables con el medio ambiente
- Más información a los consumidores



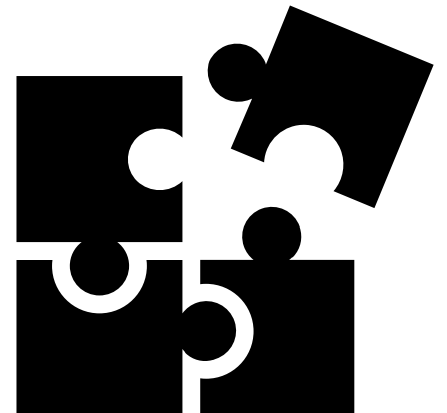


¿A quién acercarse?

*Identificando potenciales alianzas  
comerciales en Europa.*

# (1) Defina su mercado objetivo

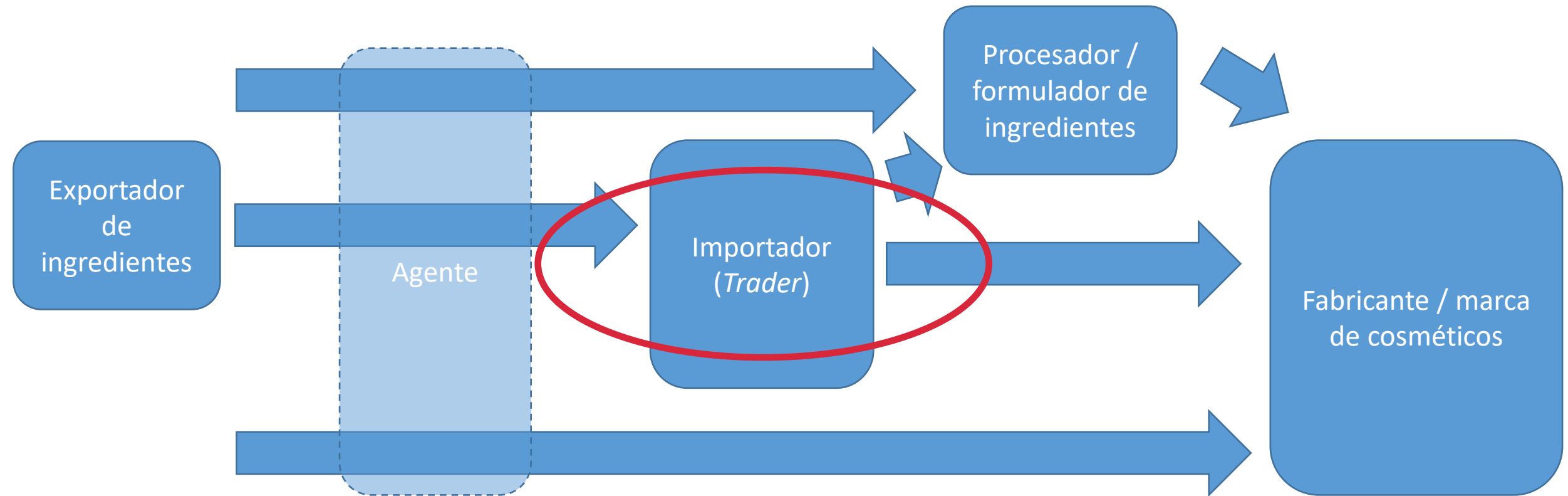
- ¿Qué **tipo de comprador** puede encajar mejor con su perfil?
  - Principales actividades y posición en la cadena de valor.
  - Misión y visión
  - Requisitos de tamaño y volumen.
  - Segmento: calidad, certificación, etc.
  - Mercado objetivo y comprador final
  - Enfoque geográfico





## ¿Quién es quién en la cadena de valor europea?

**Ingredientes: Estructura y mapeo de la cadena de valor.**



# ¿Quién es quién en la cadena de valor europea?

## Importadores

### ¿Qué hacen?

- Abastecimiento de ingredientes.
- Logística y los trámites aduaneros.
- Controles de calidad, pruebas de laboratorio.
- Prefinanciación, gestión de riesgos como cambios, impagos, etc.
- Amplia gama de ingredientes para varios clientes en diferentes segmentos.

*Alimentos, complementos alimenticios, cosmética, salud*

- Podría realizar algún procesamiento (ejemplo: extracción, refinación, etc.)
- ¡Haga posible conectar la fuente con el mercado!



**Reino Unido**



**Alemania**



**Países Bajos**

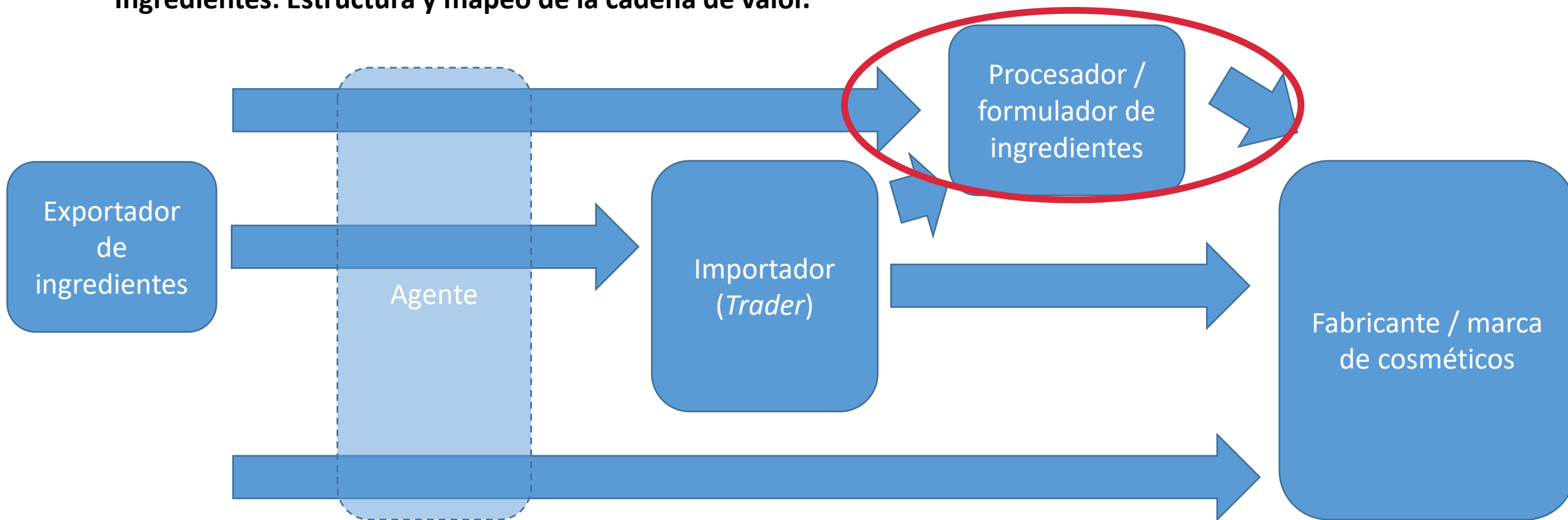


**España**



# ¿Quién es quién en la cadena de valor europea?

**Ingredientes: Estructura y mapeo de la cadena de valor.**





# ¿Quién es quién en la cadena de valor europea?

## Procesadores / formuladores de ingredientes

### ¿Qué hacen?

- Fabricación de mezclas de ingredientes, saborizantes, colores, fragancias, etc. para diversas industrias de uso final.

*Alimentos, complementos alimenticios, cosmética, salud*

- A menudo: importación directa, incl. logística y trámites aduaneros.
- Pero también en modelos híbridos: directamente de algunos orígenes y a través de importadores de otros.
- Controles de calidad, pruebas de laboratorio – incluso si no importan directamente. ¡Consistencia del producto en términos de volumen y calidad!
- Amplia gama de ingredientes para diversificar su oferta y soluciones para la industria.
- ¡Fuertes inversiones en Investigación y Desarrollo! Uso intensivo de tecnología y, a menudo, sucursales en diferentes en varios países.



*Spain*



*Francia*



*Switzerland*

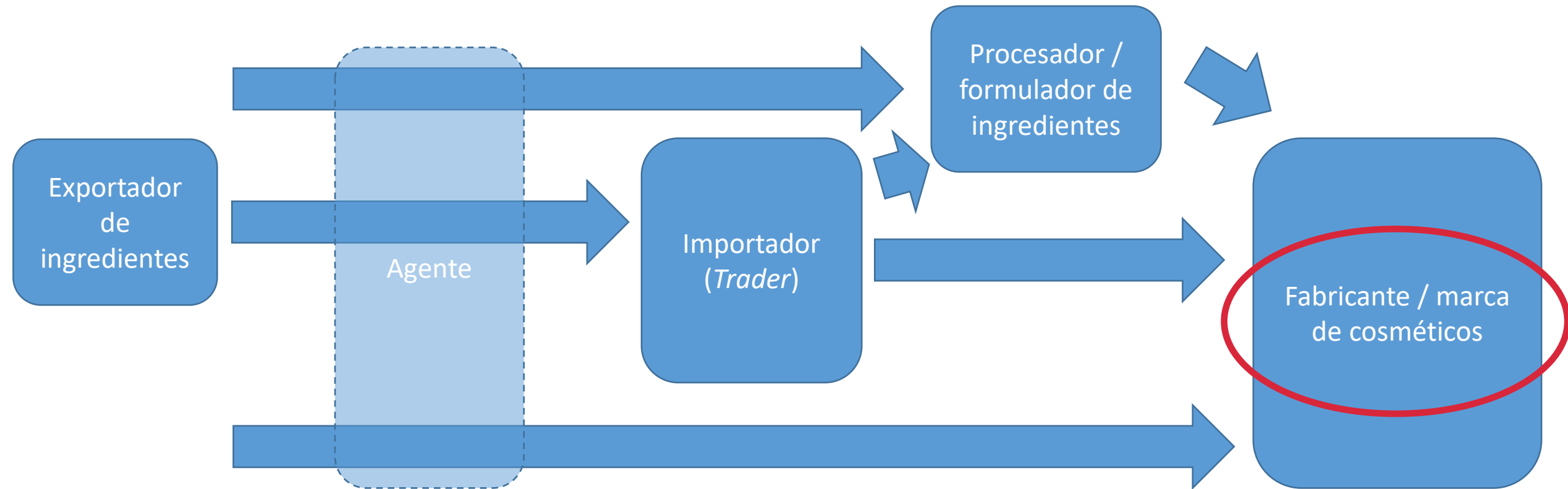


*Switzerland (part of SIPPO board)*



## ¿Quién es quién en la cadena de valor europea?

**Ingredientes: Estructura y mapeo de la cadena de valor.**





# ¿Quién es quién en la cadena de valor europea?

## Fabricantes de cosméticos / marcas

### ¿Qué hacen?

- Productos terminados (ejemplo: cosméticos, productos de aromaterapia, etc.). Altamente orientado a las relaciones B2C.
- Gama limitada de ingredientes, orientada a sus productos finales.
- Abastecimiento indirecto o en modelo híbrido: directamente de algunos orígenes y a través de importadores de otros.
- ¡Consistencia del producto en términos de volumen y calidad!
- Responsable legal sobre el producto que llega al consumidor. ¡La seguridad del consumidor es la máxima prioridad!
- ¡Grandes inversiones en investigación y desarrollo, así como en marketing! “Story telling” es muy importante; ¡Es parte de la marca!
- Atención a fabricantes de **private label** (marcas blancas); importante crecimiento.

**LUSH** FRESH  
HANDMADE  
COSMETICS

*Reino Unido*

**WELEDA**  
Since  1921

*Suiza*



*Países Bajos*



*Alemania*





## (2) Identificar compradores – Europa y otros

**Hay diferentes tipos de bases de datos que puede utilizar:**

- (A) Bases de datos de ingredientes cosméticos
- (B) Asociaciones sectoriales
- (C) Certificadores
- (D) Ferias comerciales



## (2A) Bases de datos

Utilice bases de datos para ayudarle a mapear mercados

- Special Chem Cosmetics Ingredients: <https://cosmetics.specialchem.com>
- Cosmetic Analysis: <https://cosmeticanalysis.com/cosmetic-ingredients>
- INCI decoder: <https://incidecoder.com>
- In-Cosmetics Discover: <https://covalo.com/ingredients/search>

The screenshot shows the Special Chem Cosmetics Ingredients website. The header includes the logo and navigation links: INGREDIENTS SELECTOR, SELECTION RESOURCES, NEWS AND FEEDS, and a search bar. A banner for MultiMoist CLR™ is visible. The main content area features the 'Universal Selector' tool, which has a search bar with 'sacha inchi' entered. The results show 6 products matching the search, including Sacha Inchi Oil from Candela, Biocosmetic SACHA INCHI OIL, NaturePep® Sacha Inchi, Sacha Inchi Oil (Sign Oil Seeds), and PERUVIAN SACHA INCHI OIL (COLD PRESSED).

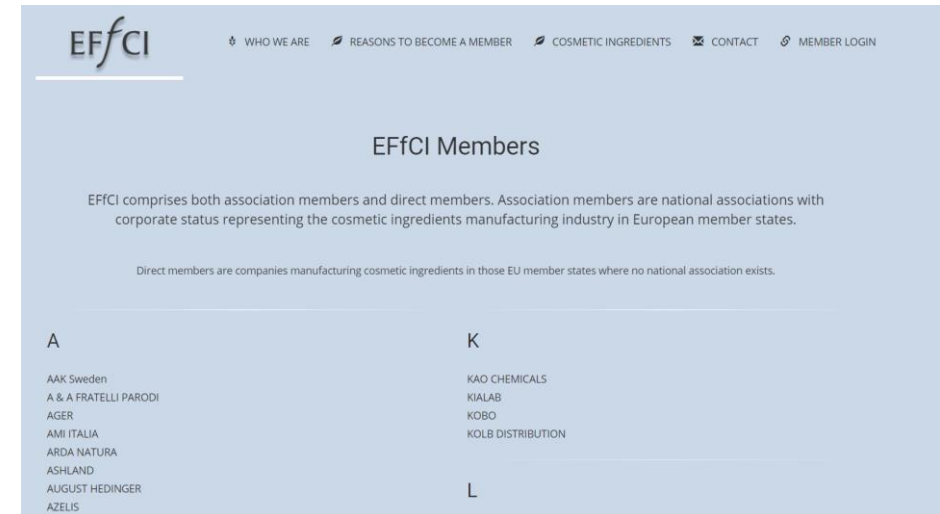
Product Name	Supplier	Description
Sacha Inchi Oil	Candela	Plukenetia Volubilis Seed Oil. Sacha Inchi Oil by Candela acts as an emollient, humectant and protecting agent. It is a sacha inchi plant oil, extracted through a cold pressed method. It is rich... <a href="#">view more</a>
Biocosmetic SACHA INCHI OIL	Biocosmethic	Plukenetia Volubilis Seed Oil (99.9%) and Tocopherol (0.1%). SACHA INCHI OIL by Biocosmethic acts as an emollient, antioxidant and anti-aging agent. Is a vegetable oil obtained from the seeds of... <a href="#">view more</a>
NaturePep® Sacha Inchi	TRI-K Industries (Galaxy Group)	Hydrolyzed Plukenetia Volubilis Seed Extract. NaturePep™ Sacha Inchi by TRI-K industries acts as an anti-aging agent. It is a multi-functional, botanical based natural peptide which helps to... <a href="#">view more</a>
Sacha Inchi Oil (Sign Oil Seeds)	Sigma Oil Seeds	Plukenetia Volubilis Seed Oil. Sacha Inchi Oil by Sigma Oil Seeds is an organic, cold-pressed anti-aging agent. Its linoleic acid ensures moisture remains in the skin and provides smoothness. It is... <a href="#">view more</a>
PERUVIAN SACHA INCHI OIL (COLD PRESSED)	Natur Foods	PERUVIAN SACHA INCHI OIL (COLD PRESSED) by Natur...

Fuente: Special Chem Cosmetics Ingredients

## (2B) Asociaciones sectoriales

**Ejemplos ingredientes naturales para cosmética:** encuentre la asociación adecuada por categoría de ingrediente. ¡Hay varias! Y todos tienen páginas de miembros:

- International Fragrance Association: <https://ifrafragrance.org>
- International Organization of the Flavour Industry: [www.iofi.org](http://www.iofi.org)
- Cosmetics Europe [www.cosmeticseurope.eu](http://www.cosmeticseurope.eu)
- European Federation for Cosmetic Ingredients (EFfCI): [www.effci.com](http://www.effci.com)
- European Federation of Essential Oils (EFEO): [www.efeo-org.org](http://www.efeo-org.org)
- European Flavour Association (EFFA): [www.ffa.eu](http://www.ffa.eu)
- SFFIA (Suiza): <http://www.sffia.ch>
- Cosmetic Valley (Francia): <https://www.cosmetic-valley.com>
- IKW (Alemania): <https://www.ikw.org/en>



EFfCI

WHO WE ARE REASONS TO BECOME A MEMBER COSMETIC INGREDIENTS CONTACT MEMBER LOGIN

### EFfCI Members

EFfCI comprises both association members and direct members. Association members are national associations with corporate status representing the cosmetic ingredients manufacturing industry in European member states.

Direct members are companies manufacturing cosmetic ingredients in those EU member states where no national association exists.

<b>A</b>	<b>K</b>
AAK Sweden	KAO CHEMICALS
A & A FRATELLI PARODI	KIALAB
AGER	KOBO
AMI ITALIA	KOLB DISTRIBUTION
ARDA NATURA	
ASHLAND	
AUGUST HEDINGER	<b>L</b>
AZELIS	

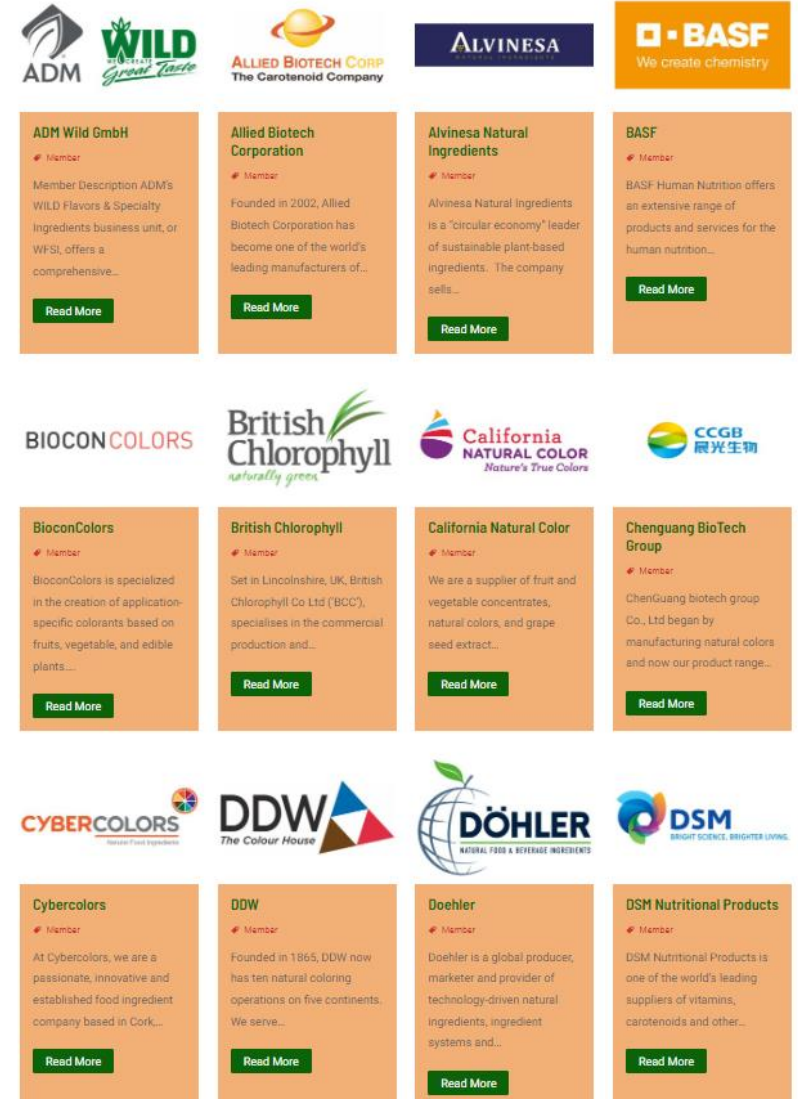
Fuente: EFfCI













## (2B) Asociaciones sectoriales

### Ejemplos: Ingredientes para alimentos y salud

- International Organization of the Flavour Industry: [www.iofi.org](http://www.iofi.org)
- Natural Food Colours Association: <https://natcol.org>
- European Federation of Essential Oils (EFEO): [www.efeo-org.org](http://www.efeo-org.org)
- European Flavour Association (EFFA): [www.ffa.eu](http://www.ffa.eu)
- Fediol: [www.fediol.eu](http://www.fediol.eu)
- Food Supplements Europe: <https://foodsupplementseurope.org>
- IFOAM Organics Europe: [www.organicseurope.bio](http://www.organicseurope.bio)
- Food Drink Europe: [www.fooddrinkeurope.eu](http://www.fooddrinkeurope.eu)

Fuente: <https://natcol.org/members/our-members>



 <p><b>ADM Wild GmbH</b> Member Description ADM's WILD Flavors &amp; Specialty Ingredients business unit, or WFSI, offers a comprehensive...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>Allied Biotech Corporation</b> Founded in 2002, Allied Biotech Corporation has become one of the world's leading manufacturers of...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>Alvinisa Natural Ingredients</b> Alvinisa Natural Ingredients is a "circular economy" leader of sustainable plant-based ingredients. The company sells...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>BASF</b> BASF Human Nutrition offers an extensive range of products and services for the human nutrition...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>
 <p><b>BioconColors</b> BioconColors is specialized in the creation of application-specific colorants based on fruits, vegetable, and edible plants...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>British Chlorophyll</b> Set in Lincolnshire, UK, British Chlorophyll Co Ltd ("BCC"), specialises in the commercial production and...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>California Natural Color</b> We are a supplier of fruit and vegetable concentrates, natural colors, and grape seed extract...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>Chenguang BioTech Group</b> ChenGuang biotech group Co., Ltd began by manufacturing natural colors and now our product range...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>
 <p><b>Cybercolors</b> At Cybercolors, we are a passionate, innovative and established food ingredient company based in Cork...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>DDW</b> Founded in 1865, DDW now has ten natural coloring operations on five continents. We serve...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>Doehler</b> Doehler is a global producer, marketer and provider of technology-driven natural ingredients, ingredient systems and...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>	 <p><b>DSM Nutritional Products</b> DSM Nutritional Products is one of the world's leading suppliers of vitamins, carotenoids and other...</p> <p><a href="#">Read More</a></p>

## (2C) Certificadores

Welcome to the ECOCERT Client directory

**Search by CLIENT**

NAME / COMPANY NAME :

Country \* :

District :

Town :

\* Mandatory field


**Search by TRADE**

Sector :

Services :

Activities :

- All
- Brand owner
- Farmer
- Manufacturer/Processor**
- Restaurant
- Retailer/Hyper and Supermarket
- Service Provider
- Wholesaler/ Trader



Ejemplo:

[www.certificat.ecocert.com](http://www.certificat.ecocert.com)

Casi todos los certificadores tendrán este tipo de lista/directorio.

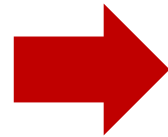
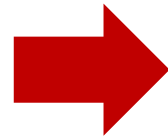
Piense en quién sería su comprador directo o el tipo de empresa con la que le gustaría colaborar.

¿Qué otros certificadores le gustaría explorar? ¿Por qué?



## (2C) Certificadores

Resultado: base de datos de marcas de cosméticos en Suiza que tienen productos con ingredientes certificados COSMOS (certificados por Ecocert)



← Home

### My Search

**Search by CLIENT**

NAME / COMPANY NAME :

Country \* : SWITZERLAND

District :

Town :

**Search by TRADE**

Sector : All

Services : COSMOS

Activities : BRAND OWNER

Products categories :  
Cosmetics  
Please select...

Certificate code :

\* Mandatory field

Search

Map showing search results locations in Switzerland, including Bâle-Ville, Berne, Lugano, and Zug.

ALPADERM 1957 ARDON VALAIS <a href="#">More details</a>	ATOPEA 1206 Genève <a href="#">More details</a>
BLABERRY 1162 Prex <a href="#">More details</a>	By Justesen 6006 Luzern <a href="#">More details</a>
CS CARE SARL 1168 Villars-sous-Yens <a href="#">More details</a>	EH BioScience Sàrl 1205 Genève <a href="#">More details</a>
GFL SA 6901 Lugano <a href="#">More details</a>	Henkel & Cie. AG 4133 Pratteln <a href="#">More details</a>
INNOVIA SANTE SA 1700 Fribourg <a href="#">More details</a>	LABOGO GmbH 6300 ZUG <a href="#">More details</a>



# (2C) Certificadores

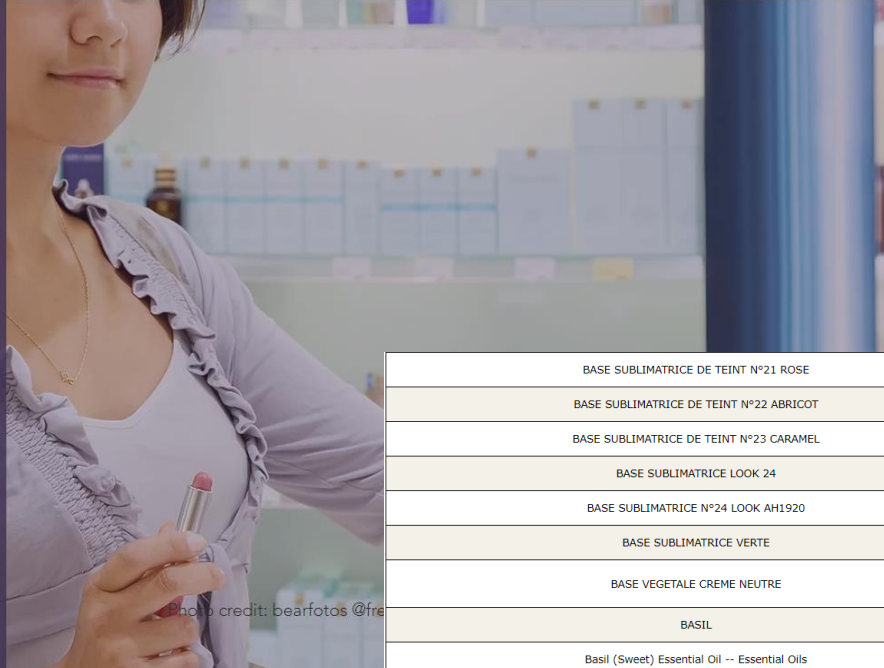
*¡La base de datos de COSMOS es enorme! ¡Contiene miles de ingredientes y productos terminados!*

*Podrá identificar comerciantes y fabricantes de productos cosméticos.*

## FIND COSMOS PRODUCTS

Consumers and retailers can find and authenticate official COSMOS ORGANIC and COSMOS NATURAL certified retail products here...

COSMOS PRODUCT DATABASE



Fuente: <https://www.cosmos-standard.org>

BASE SUBLIMATRICE DE TEINT N°21 ROSE	COULEUR CAMEL	Nature.cos	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASE SUBLIMATRICE DE TEINT N°22 ABRICOT	COULEUR CAMEL	Nature.cos	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASE SUBLIMATRICE DE TEINT N°23 CAMEL	COULEUR CAMEL	Nature.cos	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASE SUBLIMATRICE LOOK 24	COULEUR CAMEL	Nature.cos	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASE SUBLIMATRICE N°24 LOOK AH1920	COULEUR CAMEL	Nature.cos	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASE SUBLIMATRICE VERTE	COULEUR CAMEL	Nature.cos	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASE VEGETALE CREME NEUTRE	PROPOS NATURE	PROPOS NATURE	ORGANIC	BUREAU VERITAS CERTIFICATION
BASIL	Argital	ARGITAL SRL	COSMOS NATURAL	IONC
Basil (Sweet) Essential Oil -- Essential Oils	AROMA TIERRA	Hue Sphere Trading	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
BASIL ESSENTIAL OIL	LABORATOIRE ALTHO	LABORATOIRE ALTHO	ORGANIC	BUREAU VERITAS CERTIFICATION
Basil Essential oil	MAYAM - ESSENTIAL OIL	ELEMENTAL	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
Basil Oil (100% Org)	Naissance Trading	Naissance Trading	COSMOS ORGANIC	SA Certification
Basilic tropical - Huile essentielle -- Ile Rouge	BT O.K	SENS & BIO	COSMOS ORGANIC	ECOCERT
Basis Hautcreme W/O	Sensisana	MG Naturkosmetik Produktions GmbH	COSMOS NATURAL	IONC
Basis Lotion	Sensisana	MG Naturkosmetik Produktions GmbH	COSMOS NATURAL	IONC
Basis Reinigung	Sensisana	MG Naturkosmetik Produktions GmbH	COSMOS NATURAL	IONC
Bath & Body Oil - Exotic	Happy Holistics	Happy Holistics	COSMOS ORGANIC	SA Certification



# (2C) Certificadores

Home / Databases / COSMOS CERTIFIED raw materials (organic content)

## COSMOS CERTIFIED raw materials (organic content)

This list contains certified raw materials and ingredients that have organic content.

These are either organic physically processed agro-ingredients or chemically-processed agro-ingredients made using organic ingredients.

They have been certified under the COSMOS-standard and their organic content can count towards the organic percentage of COSMOS-certified cosmetic products.

50/479 results

Show definitions



hydrolat

Company

Brand

Certification Body

Country

INCI

Functions

PPAI %

CPAI %

PeMo %

NNI %

Search

Commercial name	INCI	PPAI %	CPAI %	PeMo %	NNI %	Company name	Certified by	Functions	Restrictions
Basil Hydrolat (100% PPAI, 100% Org PPAI)	Ocimum basilicum leaf water	100 %	0 %	0 %	0 %	Aroma Trading Ltd t/a Bay House Aromatics and The Soapmakers Store	SOIL ASSOCIATION CERTIFICATION		
Chamomile Roman Hydrolat (100% PPAI, 100% Org PPAI)	Anthemis Nobilis Flower Water	100 %	0 %	0 %	0 %	Aroma Trading Ltd t/a Bay House Aromatics and The Soapmakers Store	SOIL ASSOCIATION CERTIFICATION		





# (2C) Certificadores

MEDIA NEWS CONTACT PORTAL MYFSSC SEARCH

FSSC 22000 SCHEME ABOUT US PARTNERS CERTIFIED ORGANIZATIONS SECTORS DEVELOPMENT PROGRAM

## CERTIFIED ORGANIZATIONS

Home > Certified organizations

The FSSC 22000 certificate proves that an organizations' food safety management system complies with the Scheme requirements.

All current FSSC 22000 certified organizations are listed below.

Country Food Chain Category Name of Organization

Certification Product Type

SEARCH > \* Remove all filters

Belgium FI: Retail / Wholesale

Found 6 Certified Organizations

EXPORT LIST > VIEW SUSPENDED > VIEW MAP >

Ejemplo FSSC22000:  
<https://www.fssc22000.com/certified-organizations>

*Filtre por país, categoría de la cadena alimentaria, tipo de producto, etc..*



## (2D) Ferias comerciales

Hay muchas ferias de ingredientes naturales... ¡No tiene que ir a todas!

Todas las ferias comerciales tendrán una lista de expositores que podrá explorar.

Ejemplos para cosméticos, alimentos y salud:

- Biofach / Vivanness (Alemania): [www.biofach.de](http://www.biofach.de)
- Cosmoprof (Alemania): <https://www.cosmoprof.com/en>
- SANA y SANA Beauty (Italia): <https://www.sana.it>
- Food Ingredients / Health Ingredients Europe: [www.figlobal.com/fieurope/en/home.html](http://www.figlobal.com/fieurope/en/home.html)
- Vitafoods (Suiza): <https://www.vitafoods.eu.com>
- Natural Products Expo (EE.UU.): [www.connect.naturalproductsexpo.com](http://www.connect.naturalproductsexpo.com)

HOME EXPLORE ▾ EXHIBIT ▾ VISIT ▾ BUYERS PROGRAM ▾ EVENTS ▾ PRESS ▾ CONTACTS ▾




2023 Exhibitors Catalogue HOME ▾ VISIT ▾ EXHIBITORS CATALOGUE

Welcome,

it is still early days for the SANA Food or SANA Beauty 2025 catalogues. In the meantime, have a look at the catalogue for the 2023 edition.

Initials ▾ Exhibitor ▾ Brand ▾ Care & Beauty ▾ Sector ▾ Country/Region ▾

X View full catalogue list Search

 SANA CARE & BEAUTY 4STARLINGS  Poland Pad. 22 Stand C/21  Read more	 SANA CARE & BEAUTY AFARI SKINCARE  Republic of South Africa Pad. 21 Stand A/31  Read more	 SANA CARE & BEAUTY ALLEGRO NATURA SRL  Italy Pad. 22 Stand B/13  Read more
---	---	--

Fuente: SANA Beauty



## (3) Perfil del comprador

- **Organice las empresas en categorías (tipologías). Trazar la cadena de valor:**

>> **Importadores**

>> **Formuladores de ingredientes**

>> **Fabricantes de productos terminados / marcas**

- **Explore los sitios web de las empresas y otra información disponible**
- **Identifique sus requisitos en base a parámetros preestablecidos.**
- **Identifique a la persona con la que necesita hablar: ¡use LinkedIn!**
- **Acérquese a ell@s**

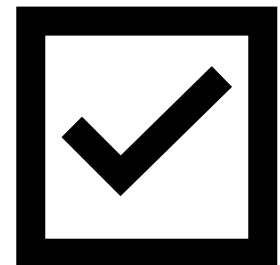
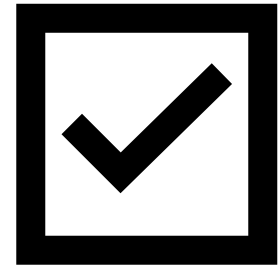
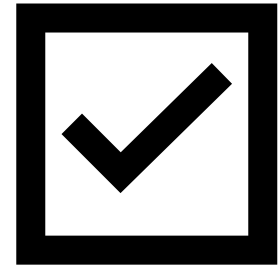




## (3) Perfil del comprador

Verifique los siguientes aspectos cuando identifique a un comprador potencial:

- Misión de la empresa, filosofía, perfil.
- Requisitos de calidad y volumen.
- Especies incluidas en la CITES y la UICN
- Acceso y participación en los beneficios (ABS)\*\*\*
- Gestión de la calidad
- Medio Ambiente, Salud y Seguridad (MSA) / EHS, en su sigla en inglés
- Documentación: TDS / SDS / CoA, cumplimiento REACH/CLP, declaración IFRA, etc.
- Especificaciones del producto
- Gestión de calidad del producto
- Certificaciones
- Sostenibilidad
- Código de conducta





**Colombia+Competitiva**

¡Muchas gracias!