Revista de Negócios da Indústria da Beleza

ISSN 1980-9832

edição Temática digital

Junho 2019
Nº 42 - Ano 14

ORGÂNICOS E VEGANOS

TECNOPRESS

Tendência natural

Os desafios e particularidades das formulações, matérias-primas, dados de mercado e destaques da indústria

edição Temática digital
Revista de Negócios da Indústria da Beleza

ISSN 1980-9832

Nº 42 - Ano 14 • Junho 2019

ORGÂNICOS E VEGANOS

3 Carta ao Leitor
4 Tendência natural
5 Conceituação
7 Formulações
10 Marcas com foco em veganos, naturais e orgânicos
12 Matérias-primas

Foto: © Puhhha / Sutterstock

TECNOPRESS

Diretores
Edésia de Andrade Gaião
Hamilton dos Santos

edição Temática digital

Publisher: Hamilton dos Santos
Editora-executiva e redatora: Erica Franquilino
Revisão: Lila de Oliveira

Projeto Gráfico e Edição de Arte: Claudia Carvalho
(StudioC Design e Conteúdo)

Diretora Comercial: Edésia de Andrade Gaião
Gerente de Contas: Antônio R. Farias
Representante: Allured Media Business (Estados Unidos)
Circulação/Assinaturas: Daniela Pereira de Souza
Depto. Financeiro: Cecília Sodré

Edição Temática Digital é uma revista on-line, editada 6 vezes por ano, de acesso gratuito, disponível no portal www.cosmeticsonline.com.br

É uma publicação da **Tecnopress Editora Ltda.** dirigida às áreas de marketing, desenvolvimento de produtos e embalagens, e divulgada entre fabricantes de cosméticos, farmácias de manipulação, universidades, órgãos de governo, associações e entidades de classe.

Redação, Publicidade e Administração:
Rua Álvaro de Menezes 74 - 04007-020 São Paulo SP
Telefone (11) 3884-8756 - Fax (11) 3887-8271
e-mail: tecnopress@tecnopress-editora.com.br
www.tecnopress-editora.com.br

Edição Temática Digital não se responsabiliza por opiniões, informações e conceitos emitidos em matérias assinadas, as quais são de exclusiva responsabilidade de seus autores.

© Copyright 2019, Tecnopress Editora Ltda.
Todos os direitos reservados

Associada à: anatec www.anatec.org.br

Outros Produtos Tecnopress: *Cosmetics & Toiletries (Brasil),* dirigida ao setor de Cosméticos*; Seminário de Atualização em Cosmetologia,* apresenta as recentes novidades em insumos para a indústria, com edições em São Paulo SP, Belo Horizonte MG, Goiânia GO, Nova Iguaçu RJ, Recife PE, Salvador BA, Ribeirão Preto SP, Fortaleza CE, Curitiba PR, Vitória ES, Novo Hamburgo RS e Balneário Camboriú SC; *Cosmetics Online,* portal em português com notícias e informações.

Quando menos é mais

A demanda por cosméticos naturais, orgânicos e veganos cresce alinhada à adesão dos brasileiros a novos estilos de vida. Segundo a pesquisa "A percepção dos consumidores brasileiros sobre cosméticos sustentáveis", realizada pelo portal Use Orgânico, 82,5% dos entrevistados consideram a qualidade dos produtos de beleza e higiene tão importante quanto a dos alimentos que compõem a sua dieta.

De acordo com 47% das pessoas ouvidas, para ter uma vida saudável é preciso investir em um cardápio balanceado e em produtos que priorizem ingredientes naturais. Para 55%, produtos orgânicos são melhores que os convencionais.

Globalmente, o mercado de cosméticos veganos foi estimado em US$ 12,9 bilhões pela consultoria norte-americana Grand View Research (dados de 2017). Segundo a consultoria, o mercado mundial de cosméticos naturais e orgânicos deverá chegar a US$ 25,11 bilhões até 2025.

Esta *Edição Temática: Cosméticos orgânicos e veganos* aborda as diferenças entre produtos naturais, orgânicos e veganos, os desafios relacionados às formulações para esses segmentos, as principais regras estabelecidas pelas certificadoras, além da atuação de marcas e matérias-primas alinhadas a esse mercado.

Erica Franquilino
Editora-executiva

Arte: Claudia Carvalho
Foto: © Subbotina Anna / Shutterstock

Tendência natural

Conheça as diferenças entre conceitos, particularidades das formulações, dados de mercado e destaques da indústria em cosméticos naturais, orgânicos e veganos

por ERICA FRANQUILINO

Buscamos viver de forma sustentável em níveis variados, estimulados pelos impactos positivos da adesão a hábitos saudáveis e pela crescente conscientização sobre a preservação do meio ambiente. Essa postura influencia opções de consumo – como a escolha de cosméticos naturais, orgânicos e veganos. A demanda nesses segmentos impulsiona um mercado no qual é preciso equacionar o respeito a regras específicas, a performance dos produtos e as expectativas do consumidor.

De acordo com a pesquisa "A percepção dos consumidores brasileiros sobre cosméticos sustentáveis", realizada pelo portal Use Orgânico, 82,5% dos entrevistados consideram a qualidade dos produtos de beleza e higiene tão importante quanto a dos alimentos que compõem a sua dieta. O estudo, que consultou 1.517 consumidores de todas as regiões do país, aponta que 47% das pessoas ouvidas afirmam que, para ter um estilo de vida saudável, é preciso investir em um cardápio balanceado e em produtos que priorizem ingredientes naturais. Para 55%, produtos orgânicos são melhores que os convencionais.

No entanto, a pesquisa também mostra um déficit de informação entre os entrevistados: 60% acreditam que os produtos industrializados não podem ser considerados orgânicos, e 46% não sabem detectar as diferenças entre um produto natural e um orgânico. Esta e outras pesquisas demonstram o aumento do interesse dos brasileiros por produtos naturais, orgânicos e veganos – bem como a carência de informações para orientar suas escolhas.

A edição 2018 do Kantar Talks, evento anual realizado pela Kantar para debater insights sobre determinados mercados, foi voltada ao setor cosmético. O estudo "Beauty & Care na Terceira Era do Consumo" indica que os produtos de nicho, a autenticidade nas propostas e a credibilidade ganham cada vez mais relevância na jornada de compra no setor. "Há oportunidades para todas as marcas que entenderem a evolução tecnológica, as mudanças comportamentais em curso e, principalmente, o impacto disso tudo no mercado de beleza. As formulações naturais e a atuação ética da empresa passam a ter mais relevância no momento da compra do que os benefícios funcionais, por exemplo", afirma o estudo da Kantar.

Globalmente, o mercado de cosméticos veganos foi estimado em US$ 12,9 bilhões pela consultoria norte-americana Grand View Research (dados de 2017). Segundo a consultoria, o mercado mundial de cosméticos naturais e orgânicos deverá chegar a US$ 25,11 bilhões até 2025.

Conceituação

Na maioria dos países, incluindo o Brasil, não há regulamentações específicas para cosméticos naturais e orgânicos. Organizações nacionais e internacionais desenvolveram conjuntos de normas e padrões próprios, que se tornaram referenciais para a emissão de certificações. Para receber um selo que atesta a certificação do produto como natural, orgânico ou vegano, é preciso atender a requisitos estabelecidos pelas certificadoras, o que abrange desde a origem das matérias-primas "até sua toxicidade e sua biodegrabilidade, incluindo suas reações de síntese e os processos de sua produção", informou o artigo *Cosméticos Naturais, Orgânicos e Veganos*, publicado na revista *Cosmetics & Toiletries Brasil*, em maio de 2019.

Priscila Hauffe, coordenadora nacional de vendas da Ecocert, explica que a empresa faz a certificação de um cosmético natural e/ou orgânico a partir das normas estabelecidas pela Cosmetics Organic Standard (Cosmos). "A normativa Cosmos para cosméticos naturais e orgânicos foi criada pelas cinco maiores certificadoras da Europa [BDIH, Cosmebio, Ecocert Greenlife SAS, ICEA e Soil Association], com o objetivo de harmonizar as regras de cada uma e criar um padrão único", comenta. A Ecocert é a certificadora que representa o referencial Cosmos no Brasil.

Segundo a Cosmos, o conceito de "natural" abrange a água, minerais e ingredientes de origem mineral, bem como agroingredientes fisicamente e quimicamente processados (ingredientes de origem vegetal, animal ou microbiológica que passaram por processos físicos e químicos permitidos pela certificadora). Para que um cosmético seja considerado natural pela Cosmos, ele precisa apresentar, em sua totalidade, no máximo 2% de moléculas sintéticas. "Essas moléculas precisam estar listadas no caderno de normas, ou seja, não é qualquer ingrediente sintético que é permitido", aponta Priscila.

Um ingrediente classificado como "natural" pode ser utilizado desde que sejam respeitados os processos químicos e físicos autorizados pela norma. "Além disso, caso seja utilizado um solvente para a extração desse ingrediente, este deverá estar listado na lista de solventes permitidos. As embalagens também estão entre os requisitos para a certificação: a empresa só poderá utilizar as que possam ser recicladas", completa. >

Fotos: © Romariolen / Shutterstock e Arquivo pessoal do entrevistado

O percentual de ingredientes naturais deve ser informado na parte frontal do rótulo. “Ingredientes de origem geneticamente modificada e nanomateriais não são aceitos, assim como fragrâncias e corantes sintéticos. Testes em animais são proibidos para o produto final e para os ingredientes que o compõem. Ingredientes de origem animal são aceitos desde que não causem dor e sofrimento ao animal para sua extração, como mel e leite”, menciona.

Além de seguir todas as exigências referentes aos produtos naturais, para que um cosmético seja considerado orgânico segundo o referencial Cosmos, ele precisa ter 20% de ingredientes orgânicos em sua composição. “Excepcionalmente, para produtos de enxague, aquosos não emulsionados e produtos com 80% de minerais ou ingredientes de origem mineral, pelo menos 10% dos ingredientes utilizados devem ser orgânicos. Lembro que nesse cálculo a água entra como um ingrediente natural. Portanto, se um produto contém 80% de água, o que é comum em alguns cosméticos, os 20% restantes necessariamente deverão ser de origem orgânica certificada”, afirma.

O referencial estabelece que 95% dos ingredientes fisicamente processados sejam de origem orgânica. “Existe uma lista de agroingredientes fisicamente e quimicamente transformados que necessariamente devem ser orgânicos”, aponta Priscila. As regras referentes a ingredientes de origem geneticamente modificada, nanomateriais, fragrâncias e corantes sintéticos e ingredientes de origem animal são as mesmas aplicadas à certificação de cosméticos naturais.

Assim como a Cosmos, a Natrue – associação criada na Europa em 2007 – estabelece padrões que devem ser seguidos por fabricantes de cosméticos candidatos à certificação de produtos naturais e orgânicos. “No Brasil, o selo Natrue normalmente é encontrado em produtos importados e produzidos para exportação. Quando o produto é desenvolvido para o mercado brasileiro, geralmente é utilizado o selo do Instituto Biodinâmico (IBD)”, informa o artigo mencionado anteriormente.

A IBD – maior certificadora da América Latina para produtos orgânicos – segue as diretrizes estabelecidas pela Natrue para o desenvolvimento de cosméticos naturais e orgânicos. Em fevereiro de 2016, a Organização Internacional de Normalização (ISO) lançou a norma ISO 16128, um guia de definições técnicas e critérios para o desenvolvimento de cosméticos naturais e orgânicos.

No que diz respeito aos cosméticos veganos, as regras

O mercado mundial de cosméticos naturais e orgânicos deverá chegar a US$ 25,11 bilhões até 2025

estabelecidas por entidades certificadoras são parecidas. É consenso que um cosmético vegano é aquele que não tem ingredientes de origem animal nem foi testado em animais. “Alguns consumidores acreditam, equivocadamente, que um cosmético vegano é, necessariamente, natural. Por exemplo, se um cosmético tem em sua composição 100% de ingredientes sintéticos – de origem petroquímica –, ele pode ser considerado vegano, pois não há ingredientes de origem animal em sua formulação. No entanto, ele é 100% sintético. Um cosmético natural, mesmo com ingredientes de origem animal, pode ser muito mais sustentável que um vegano 100% sintético”, esclarece Patrícia, da Ecocert.

A Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) é uma das entidades que fazem a certificação de produtos veganos no Brasil. Guilherme Carvalho, secretário-executivo da SVB, ressalta que, para certificar um cosmético como vegano, “é preciso que ingredientes de origem animal não tenham sido utilizados durante o processo de desenvolvimento e fabricação, mesmo estando ausentes na composição final do produto”.

Fotos: © Artfully Photographer, © Puhhha / Shutterstock e Arquivo pessoal dos entrevistados

Formulações naturais e atuação ética ganham relevância no momento da compra, aponta Kantar

Criada em 1980, a People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) é reconhecida em diversos países. A entidade tem dois selos que podem ser atribuídos a produtos cosméticos: o Cruelty-free e o Approved Vegan. Vale destacar que produtos com o selo Cruelty-free não são necessariamente veganos, uma vez que a composição pode incluir ingredientes de origem animal, como o mel.

Formulações

No desenvolvimento de cosméticos naturais e orgânicos, a restrição a ingredientes sintéticos ou a processos de fabricação de matérias-primas torna mais difícil a formulação de alguns produtos. "A indústria vem avançando, ano a ano, na oferta de novas tecnologias. Fabricantes de cosméticos precisam buscar novas oportunidades o tempo todo", aponta Vinicius Bim, especialista em Inovação para Cuidados Pessoais da BASF América do Sul. "Cada tipo de produto tem suas especificidades. No entanto, formulações veganas são mais simples, pois permitem o uso de ingredientes sintéticos", completa.

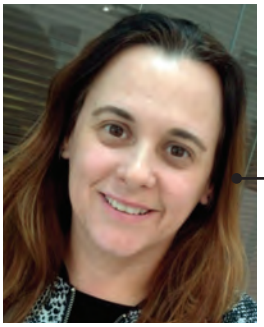
"Para ingredientes naturais, é importante que o formulador tenha o conceito correto sobre a origem das matérias-primas, pois isso abre um leque de opções que viabiliza a busca por ingredientes que não comprometam o desempenho do produto", diz Cássia Picirili, gerente de vendas da Wacker. "Podemos citar como exemplo os silicones, produtos de fontes naturais que têm famílias e características distintas. Eles são capazes de ajudar o formulador a encontrar a tecnologia correta para o benefício e o desempenho desejado", menciona.

Rodrigo Fuscelli Pytel, gerente comercial da Mapric, ressalta que, nos últimos anos, tem sido um grande desafio para a indústria de insumos e ativos cosméticos "instrumentalizar o formulador com ferramentas que lhe permitam formular um produto com ingredientes 100% naturais, ou seja, obtidos a partir de processos físicos ou de fermentação, sem modificações químicas clássicas".

Ele acrescenta que, em face do desenvolvimento da ciência de ingredientes naturais, "não basta informar a origem de um ingrediente ou relatar a rastreabilidade de sua cadeia de fornecimento. É preciso construir dossiês com a descrição detalhada de mecanismos de ação e benefícios que a incorporação do ingrediente trará. Dentro desse universo, fazer chegar ao consumidor final um produto natural e com custo alinhado aos demais da mesma categoria de mercado ainda é um importante desafio aos formuladores".

A formulação de produtos orgânicos precisa atender a critérios rígidos, bem como as plantas de produção e as cadeias de fornecimento de matérias-primas, "que devem ser certificadas a partir de requisitos que podem variar em aspectos secundários, de acordo com o órgão certificador, mas que na essência buscam o mesmo: a obtenção de insumos e produtos dentro de padrões sustentáveis", afirma Pytel. >

Dentre os aspectos desafiadores desse mercado, ele também menciona a ampliação da entrega de benefícios de cosméticos naturais para além de um nicho de consumo. "Para vencer essa dificuldade, muitos fabricantes têm apostado na presença de um ou mais ingredientes naturais, veganos ou orgânicos nas formulações, a partir dos quais se constrói a comunicação mercadológica desses produtos", aponta. "É importante ressaltar que há vários graus de certificação para produtos orgânicos em certificadoras internacionais. Dessa forma, uma companhia pode decidir pela construção de produtos 100% ou 80% orgânicos", completa.



Juliana Flor, gerente técnica regional (Latam) da DSM, ressalta que os custos das matérias-primas de origem natural normalmente são maiores que os das sintéticas: "estima-se que ocorra aumento de 50% ou mais no custo de fabricação".

Ela também comenta aspectos referentes à conservação microbiológica. "O uso dos conservantes sintéticos usados tradicionalmente no mercado, como fenoxietanol, DMDM hidantoína, metilcloroisotiazolinona e metilisotiazolinona, é proibido em produtos naturais certificados. Os conservantes aprovados pelos principais órgãos reguladores - como benzoato de sódio e sorbato de potássio - apresentam especificidades que devem ser consideradas, como o pH final da formulação", afirma.

No que se refere à performance dos produtos, Juliana destaca que há várias opções de matérias-primas aprovadas pelos principais órgãos reguladores, como emulsionantes, emolientes e doadores de viscosidade. "Dessa forma, é possível desenvolver produtos naturais para a pele que são tão eficientes quanto os produtos obtidos com matérias-primas de origem sintética", diz.

Para Catherine Fabbron, gerente de aplicação da AQIA, na categoria de surfactantes "o mercado ainda é muito movido a preço e performance. Portanto, a dificuldade está em encontrar um produto com o desempenho dos surfactantes aniônicos. Já na categoria de emolientes, temos mais opções de ingredientes naturais que apresentam boa performance, principalmente em skincare".

No segmento de produtos capilares, grande parte das matérias-primas normalmente utilizadas pelo mercado é de origem sintética. "Essas matérias-primas não são, portanto, aprovadas pelos órgãos certificadores. Sendo assim, tanto o desembaraço quanto o condicionamento dessas formulações são prejudicados", comenta juliana, da DSM.

Fernando Malanconi Teixeira, supervisor de vendas da Divisão Beleza & Saúde da Química Anastácio, observa que, apesar dos avanços da indústria em relação às composições naturais e orgânicas, "ainda há diferenças, sobretudo em formulações orgânicas. Por se tratar de matérias-primas não refinadas, quando comparadas com ingredientes convencionais, muitas vezes observa-se alteração de odor e, principalmente, de cor".

No que diz respeito aos testes de segurança e eficácia, Adriano Pinheiro, presidente do grupo Kosmoscience, explica que todos os protocolos de ensaios clínicos em seres humanos, assim como os protocolos de estudos que utilizam substratos sintéticos *in vitro*, são aplicáveis para produtos naturais, orgânicos e veganos. "Não há distinção de protocolos considerando a fase de produto final ao consumidor final. No entanto, se o projeto de desenvolvimento estiver na fase pré-clínica, haverá algumas distinções em relação aos estudos *in vitro* realizados em cultura celular", diz.

Os métodos *in vitro* para a avaliação de eficácia e segurança pré-clínica são ensaios alternativos ao uso de animais que utilizam como sistema-teste culturas de células e tecidos humanos. "Mesmo com todos os esforços, nestes ensaios ainda são usados insumos de origem animal, como o soro fetal bovino, que é um suplemento amplamente utilizado em meios de cultura", comenta.

Ele aponta que avanços tecnológicos têm buscado substituir o soro de origem animal por um suplemento sintético. "Neste sentido, a pesquisa brasileira já recebeu prêmios internacionais com estudos de adaptação de ensaios utilizando meios alternativos que não precisam do soro bovino. Existe também a possibilidade da utilização

Fotos: Arquivo pessoal dos entrevistados e © Subbotina Anna / Shutterstock

de soro de origem humana, que já está bem disseminada na Europa", afirma.

O químico destaca que a substituição completa de insumos de origem animal é um desafio a ser enfrentado "principalmente quando nos referimos a ensaios de segurança nos quais as metodologias aplicadas seguem diretrizes de órgãos reguladores, como a OECD e a ISO. Nestes ensaios, é necessário utilizar estritamente os insumos e linhagem celulares descritos nos guias, que muitas vezes são provenientes de animais. Portanto, é preciso dedicar esforços na revalidação desses métodos, utilizando insumos que não tenham origem animal", acrescenta.

Atualmente, a Kosmoscience atende a demanda por produtos veganos fazendo adaptações nos ensaios e substituindo os itens que são de fonte animal por outros de origem humana ou sintética. Pinheiro assegura que, uma vez aprovados pela Anvisa, cosméticos naturais e orgânicos apresentam os mesmos níveis de segurança de produtos sintéticos. "No quesito eficácia, dependendo do tipo de cosmético, pode haver limitação de uso de matérias-primas. Por essa razão, o produto pode não apresentar os mesmos níveis de performance", afirma.

Marcas com foco em veganos, naturais e orgânicos

Criada em 2010, na cidade de Criciúma, em Santa Catarina, a Biozenthi oferece 60 cosméticos ao mercado. São destaques os itens de maquiagem, como os batons e bases Italian Make, "além de produtos como o Micozione, fortalecedor e reparador de unhas com ação antimicótica; a linha de shampoos e hidratantes Biopsor, que auxiliam no tratamento da psoríase; e os filtros solares Onface, que têm o toque mais seco do mercado", afirma Marlon Guedes, gerente comercial e responsável pelo marketing da empresa.

O biólogo geneticista Márcio Accordi, diretor da Biozenthi, menciona o trabalho de busca por ingredientes funcionais e que ofereçam um resultado satisfatório ao consumidor, sem causar alergias ou irritações. "No caso de produtos veganos, que é a área na qual a Biozenthi investe mais, precisamos fazer toda uma pesquisa com os distribuidores e fabricantes de matérias-primas, para verificar se nada é testado em animais ou se não há ingredientes que sejam derivados de animais", diz.

A restrição a ingredientes sintéticos é um dos desafios na formulação de produtos naturais e orgânicos

Accordi também destaca o custo elevado de ingredientes orgânicos e certificados, o que encarece o produto final. "Hoje a quantidade de ofertas no mercado tem facilitado o desenvolvimento e melhorado o preço, mas ainda assim ele é superior [ao de produtos convencionais]".

Juliana Ibelli, profissional da área técnica da Surya Brasil, também ressalta o custo dos ingredientes como um dos obstáculos no segmento. "No Brasil, não encontramos variedades de matérias-primas orgânicas e naturais. Portanto, é necessário importar grande parte desses itens", comenta. Criada em 1995, a Surya Brasil atualmente tem como destaques no portfólio a linha Color Fixation e a Henna Creme, coloração vegana disponível em 16 tonalidades. A linha Color Fixation é voltada à manutenção da cor dos fios, com shampoo, condicionador e máscara restauradora. A formulação traz ingredientes como óleo de buriti, guaraná e *Aloe vera*. >

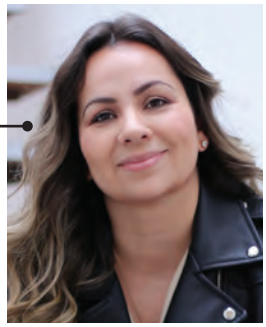
"Acreditamos que o valor se agrega na cadeia produtiva dos insumos, já que trabalhamos em parceria com o pequeno produtor rural. Alguns itens de cuidado facial e corporal se tornam competitivos aos preços de mercado dos produtos convencionais. Em outros itens estamos lutando para equivaler. Hoje trabalhamos com o conceito de fair trade, no qual o objetivo é aplicar o preço mais justo ao produto oferecido", comenta Rose Bezecry, CEO e responsável pela área técnica da Cativa Natureza, empresa localizada em Curitiba.

"Duas de nossas maiores dificuldades dizem respeito à estabilidade no blend de óleos essenciais – por não trabalharmos com fixadores sintéticos, como no caso das fragrâncias – e ao ciclo de disponibilidade dos insumos, uma vez que lutamos pela pureza no processo de certificação", ressalta.

No mercado há 11 anos, a Cativa Natureza comercializa 126 produtos, distribuídos em linhas para cuidado facial, corporal, capilar, itens de maquiagem e sprays para ambiente. "Todos os produtos têm certificação IBD para os processos natural e orgânico, com o mínimo de 70% de ingredientes orgânicos certificados", aponta Alana Parente, do time de marketing da empresa.

O portfólio da marca inclui itens como o Shampoo Sólido, com ativos regeneradores e que atua na desintoxicação dos fios; e a Manteiga Esfoliante, elaborada com óleos e manteigas vegetais da Amazônia. Ela estimula a renovação celular a partir de uma dermoabrasão natural, com grãos esfoliantes extraídos da casca de arroz.

A Simple Organic nasceu em Florianópolis, há pouco mais de dois anos. "Durante a gestação da minha filha, decidi que deixaria de utilizar maquiagem sintética e fui em busca de opções naturais e que não fossem nocivas à saúde de nós duas. No entanto, não me identifiquei com nenhuma das marcas disponíveis no mercado naquele momento", conta Patrícia Lima, criadora da empresa. A trajetória da Simple Organic começou em abril de 2017, quando a marca assinou o desfile de Alexandre Herchcovitch, na São Paulo Fashion Week.



A Simple Organic foi planejada para ser totalmente digital, mas em pouco tempo passou a contar com lojas franqueadas pelo Brasil "devido à demanda do consumidor por esse tipo de lifestyle", comenta. "Hoje somos a primeira franquia slow beauty com lojas abertas em

Fotos: © Romariolen / Shutterstock, Divulgação das marcas, Arquivo pessoal dos entrevistados e © Ren Ran / Unsplash

diversos estados brasileiros, entre eles Amazonas, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Goiás e Santa Catarina. Em breve chegaremos à capital paulista", afirma.

Patrícia destaca que, para a marca, "não existe essa realidade de desenvolver cosméticos que não sejam orgânicos e veganos. Por isso não temos dificuldades relacionadas a esses tipos de formulação, já que são esses nossos valores e regras de desenvolvimento".

"Nossa dificuldade é no depois, quando tentamos fazer com que o consumidor não seja enganado pelo greenwashing. Estou falando de grandes players e também de marcas pequenas que, com o crescimento do mercado de produtos orgânicos, veganos, naturais e cruelty-free, têm se vendido como tal e enganado o consumidor, que acaba acreditando em rótulos verdes, folhinhas que são colocadas na logomarca, termos como 'natural' e 'botanical', dentre outras expressões que remetem a esse universo", afirma.

O portfólio da Simple Organic tem mais de 100 itens divididos em duas linhas: a Wellness, composta por produtos para cuidado facial e corporal, e a Organic Makeup, com itens de maquiagem. Um dos destaques da marca é a linha Green Water, disponível nas versões Pitanga, Menta, Goiaba, On, Off e Self Love. "Trata-se de um produto rico e multifuncional, extraído do caule e das folhas de pitangueira, goiabeira, hortelã, gerânio, lavanda, lemongrass e alecrim durante a destilação de seus óleos essenciais. Ele pode ser usado no rosto, no couro cabeludo, no ambiente, em animais e em crianças acima de 5 anos", explica.

Loja da franquia Simple Organic, em Manaus

Todos os produtos da marca têm o selo "Eu Reciclo". "Ele assegura que a empresa compensa, no pós-consumo, a quantidade de lixo produzido, num esquema semelhante à compensação de carbono", diz a empresária.

Matérias-primas

Dentre as opções da **BASF** com aplicações em cosméticos naturais, orgânicos e veganos, estão o Nephoria, o Nephydrat, o Rambuvital e o Bix'Activ, lançamentos recentes da empresa. O primeiro é um extrato natural das folhas do rambutan (fruto originário do sudeste asiático), que reduz visivelmente a aparência de sinais na pele madura, além de melhorar a elasticidade. O Nephydrat é um bioativo extraído da casca do rambutan, que melhora a hidratação e a energia celular e protege a pele contra agentes externos.

Extrato das sementes do rambutan, o Rambuvital atua como um desodorante para o cabelo, protegendo o couro cabeludo e os folículos capilares dos efeitos nocivos da poluição e proporcionando refrescância e hidratação. O Bix'Activ é um bioativo do extrato da semente de urucum que melhora o aspecto da pele oleosa, bem como o tamanho dos poros e das imperfeições.

O portfólio de óleos e manteigas de plantas da biodiversidade brasileira comercializados pela **Mapric** têm certificação IBD. "Com produção >

em nossa matriz na França (Grupo Greentech), trabalhamos também com uma série de extratos e ingredientes funcionais de origem marinha, biotecnológica e vegetal. Muitos deles têm dossiês completos de eficácia e certificação Cosmos ou Ecocert", comenta Rodrigo Pytel, gerente comercial da Mapric.

São exemplos de ativos certificados o Epica, antiaging desenvolvido a partir da combinação de casca de pinheiro e folhas de groselha, que mantém e restaura a integridade estrutural da pele, combatendo a perda de elastina e colágeno; e o Baobab Lipactive, voltado à proteção e à nutrição da pele, bem como ao fortalecimento do cabelo. O ativo pode ser utilizado em formulações de produtos antienvelhecimento, hidratantes, produtos capilares pós-sol e para fios secos e danificados.

A **DSM** oferece mais de 50 ingredientes naturais, divididos em três classes: Orgânico certificado (Cosmos, Ecocert e Natrue), Natural certificado (Cosmos, Ecocert e Natrue) e Origem Natural (ISO 16128).

O Alpaflor ALP-Sebum (Orgânico Certificado) é um ativo antioleosidade que reduz a produção de sebo por meio da inibição da atividade da enzima 5α-reductase. "O teste clínico realizado com o ativo mostra redução de 56% na produção de sebo após 56 dias de tratamento, com avaliação de melhora na oleosidade da pele por 90% dos voluntários", diz Juliana Flor, gerente técnica regional (Latam) da empresa.

"O Pentavitin (Natural Certificado) é um ativo hidratante de alta performance com diferentes mecanismos de ação: expressão gênica de ácido hialurônico, filgrina e loricrina e estímulo da síntese de ceramidas. Ele proporciona hidratação instantânea e duradoura, de 72 horas", menciona. O ativo proporciona melhora na hidratação da pele – mesmo em produtos enxaguáveis e com alta concentração de tensoativos – e também atua no equilíbrio do microbioma cutâneo.

O Pepha-Age (Origem Natural) protege a pele contra os danos causados pela luz azul, prevenindo o envelhecimento prematuro, melhorando a aparência geral e reduzindo a hiperpigmentação e a irritação da pele.

A **AQIA** destaca o NanoCare Fiber e o ProCare AOX, para produtos naturais e veganos. "O NanoCare Fiber é um sistema composto por xilitol + hidrolisado proteico em uma nanoemulsão com excelente poder de permeação para cuidado global da fibra capilar", comenta Catherine Fabbron, gerente de aplicação. O ProCare AOX é um sistema natural composto, dentre outros ingredientes, por cúrcuma, chá-verde, cera de arroz e luteína, com potente ação antioxidante intracuticular e proteção contra agressões ambientais.

No portfólio da **Química Anastácio**, são destaques uma alternativa vegana à vaselina (Natura-Tec Vaselin Type-A), uma alternativa natural ao silicone volátil (Natura-Tec Plantsil) e à lanolina (Natura-Tec Plantsoft L). "Também temos trabalhado com uma ampla linha de ingredientes ativos à base de microalgas com função antirrugas, antipoluição, de reestruturação celular e para o tratamento de dermatite atópica", comenta Teixeira.

"Os silicones são derivados de quartzo. Portanto, em sua forma pura, são sempre naturais. Já as suas derivações, como uma emulsão, devem ser avaliadas individualmente, pois suas classificações podem mudar de acordo com os ingredientes que são utilizados na composição", aponta Cássia Picirili, gerente de vendas da **Wacker**. "Em suas derivações, a Wacker não utiliza matérias-primas de origem animal", completa. Ela ressalta que a empresa foi a primeira fabricante de silicones do mundo a desenvolver uma linha de silicones ecológicos sem recorrer a matérias-primas fósseis.

"Os silicones da linha Belsil eco são produzidos com 100% de biometanol oriundo de materiais renováveis e podem ser utilizados em formulações de produtos para cabelo, pele e maquiagem. Por meio do uso dos fluidos de silicones baseados em biometanol, os clientes podem oferecer produtos mais sustentáveis e melhorar consideravelmente o balanço de CO_2", destaca. ■

Foto: © Ren Ran / Unsplash

SEMINÁRIO DE ATUALIZAÇÃO EM COSMETOLOGIA

2019

As novidades do mercado global, atualizações em tecnologia, controle de qualidade, assuntos regulatórios e muito mais. **Venha participar!**

DIA	MÊS	LOCAL	
21	FEVEREIRO	Nova Iguaçu RJ	✔
21	MARÇO	Salvador BA	✔
25	ABRIL	Goiânia GO	✔
9	MAIO	Recife PE	✔
6	JUNHO	Fortaleza CE	✔
27	JUNHO	Vitória ES	
11	JULHO	Curitiba PR	
25	JULHO	Belo Horizonte MG	
8	AGOSTO	Novo Hamburgo RS	
22	AGOSTO	Ribeirão Preto SP	
3	OUTUBRO	Balneário Camburiu SC	NOVO!
17	OUTUBRO	São Paulo SP	
31	OUTUBRO	Nova Iguaçu RJ	

COMO PARTICIPAR

www.cosmeticsonline.com.br

(11) 3884-8756

ACESSE:

Dirigido aos profissionais da indústria fabricante de produtos de HPPC

studio

Realização

TECNOPRESS

Apoio e divulgação

Cosmetics &Toiletries Brasil