

BIOVIDASANA

Promoción 2023



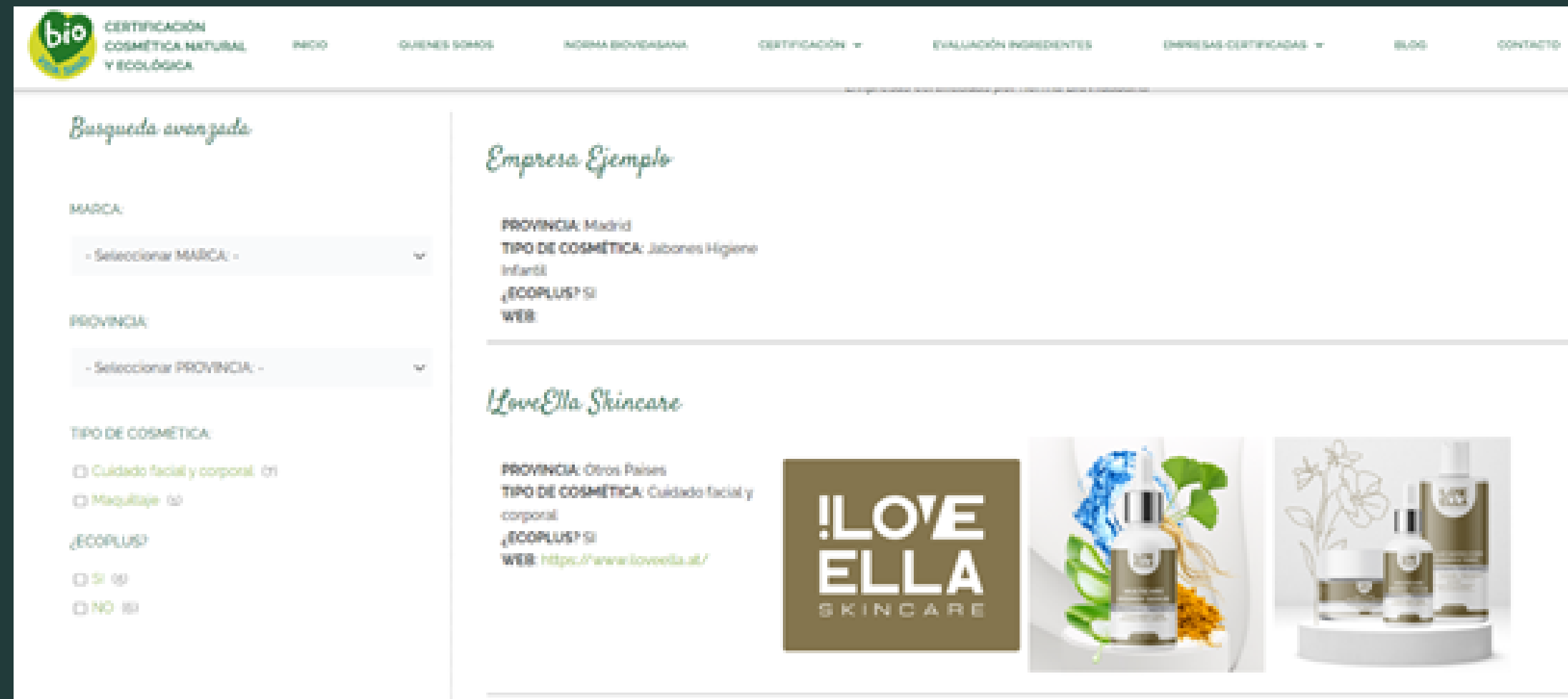
1.-Página web

<https://cosmeticabiovidasana.org/>

Este año se ha puesto en marcha una nueva web con un formato más moderno y atractivo y con una nueva dirección que incluye el término “cosmética” para un mejor posicionamiento en los buscadores.



Actualmente estamos trabajando en el diseño y la edición del apartado de empresas certificadas de la web, para poder incluir fotos de productos y de las marcas, haciendo el resultado más intuitivo y atractivo para los usuarios.



The screenshot displays a website interface for a certification body. At the top left is the logo 'bio' with the text 'CERTIFICACIÓN COSMÉTICA NATURAL Y ECOLÓGICA'. The navigation menu includes: 'INICIO', 'QUIENES SOMOS', 'NORMA BIOVEGANA', 'CERTIFICACIÓN', 'EVALUACIÓN INGREDIENTES', 'EMPRESAS CERTIFICADAS', 'BLOG', and 'CONTACTO'. Below the navigation is a search bar and a sidebar with filters:

- Busqueda avanzada**
- MARCA:** - Seleccionar MARCA: -
- PROVINCIA:** - Seleccionar PROVINCIA: -
- TIPO DE COSMÉTICA:**
 - Cuidado facial y corporal (01)
 - Maquillaje (02)
- ¿ECOPLUS?**
 - SI (03)
 - NO (04)

The main content area shows two product listings:

- Empresa Ejemplo**
 - PROVINCIA: Madrid
 - TIPO DE COSMÉTICA: Jabones Higiene Infantil
 - ¿ECOPLUS? SI
 - WEB:
- LoveElla Skincare**
 - PROVINCIA: Otros Países
 - TIPO DE COSMÉTICA: Cuidado facial y corporal
 - ¿ECOPLUS? SI
 - WEB: <https://www.loveella.at/>

The 'LoveElla Skincare' listing includes a logo, a product image of a bottle, and a product image of a jar.



2.-Redes sociales

A lo largo de un año, subimos alrededor de 40 publicaciones en Instagram explicando temas de cosmética natural como ingredientes y leyes explicando diversos aspectos que conciernen a la cosmética natural, como los ingredientes que se pueden utilizar y los que no, o como la legislación. También hemos explicado distintos aspectos de nuestro trabajo de certificación y novedades



3.- Ecomensajero Digital

CONTENIDO NEWSLETTER SEMANAL

Boletín semanal de la Asociación Vida Sana. Se envía a 60.392 suscriptores. En él se incluye un anuncio de la norma periódicamente, entrevistas a las empresas certificadas que lo solicitan e información de utilidad para el usuario sobre la norma.

<p>PAN Y GALLETAS "BIO"</p>  <p>ARTIPÀ/D. Rovira: "Elaboramos pan y galletas 100% ecológicos y artesanos"</p> <p>Está al frente de Artipà. David considera que "el proceso de elaborar pan y galletas es en sí un arte: es un proceso de elaboración lento, creativo y con una larga tradición". Esta es la motivación que le llevó hace 9 años a crear un obrador artesano en Vic, desde donde elaboran pan y galletas 100% ecológicos. Él y su equipo estarán en BioCultura Madrid.</p> <p>Más info —</p>	<p>COSMÉTICA ECOLÓGICA</p>  <p>PIEL SANA/P. Ruiz: "Nuestra certificación es Bio-inspecta Vida Sana Ecoplús. Para mí, la más seria"</p> <p>Creó y fundó Dermocosmética Piel Sana, una empresa especializada en el microbioma cutáneo. También es naturópata. La firma estará presente en BioCultura Madrid y Pilar no ha querido perderse la oportunidad de dar varias conferencias en el showroom de EcoEstética.</p> <p>Más info —</p>
--	---



3.- Ecomesajero Digital

PUBLICIDAD NEWSLETTER SEMANAL

Se ha incluido aproximadamente en el 90% de los newsletters enviados durante 2023 un banner publicitario de la norma BioVidasana con enlace a la web

etter@vidasana.org>
ntta es un think thank para la transición alimentaria" + 9news de la "biocultura"

docente e investigadora.
[Más info →](#)

agroalimentario basado en lo tradicional,
pero en ecológico y de proximidad.
[Más info →](#)

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

bio **bio** **nat** **veg bio** **bio.inspecta**

En 90% de ingredientes ecológicos para la Categoría I y entre el 10-80% para la Categoría II

Empresas con un 80% de los productos en la Categoría I. No producen cosmética convencional

Menos de un 1% de ingredientes ecológicos (producto cosmético natural)

Para cosmética certificada BioVidasana en ingredientes de origen animal

La cosmética BioVidasana está certificada por bio.inspecta

"Te contamos la verdad sobre la cosmética econatural en www.biovidasana.org"

Con la garantía de la Asociación Vida Sana  www.biovidasana.org

ECOESCUELAS SALUD





4.- Diario BioCultura

PUBLICIDAD Y REPORTAJE

BioCultura A Coruña (3-5 marzo 2023) 10.000 ejemplares impresos repartidos durante la feria y versión en pdf en la web de BioCultura. Se incluye anuncio y artículo donde se menciona la norma

COSMÉTICA CERTIFICADA NATURAL Y ECOLÓGICA

La lucha contra la inflación

La alta inflación también está afectando al sector de la cosmética certificada natural y ecológica. Lo cierto es que no está siendo un buen año para las empresas productoras. Mientras la inflación no vuelva a estadíos más o menos normales, habrá que seguir insistiendo en las virtudes que tiene la cosmética ecológica certificada frente a la convencional.

El 2022 ha sido un "año horrible" para nuestros bolsillos, es decir, para muchos consumidores de productos ecológicos. Hemos delirado del peor año para las finanzas de los consumidores en lo que va de siglo XXI, según el Ministerio de Trabajo sobre convenios colectivos firmados. Los salarios pactados entre patronales y sindicatos corrieron el año con un incremento del 2,8%, una cifra tres veces inferior a la inflación media del 2022 (8,4%). Todos notamos cómo cada día que pasa es más difícil llegar a fin de mes. Así las cosas, el sector de la cosmética ecológica también se ha visto perjudicado con esta situación.

INFLACIÓN DESPARADA
Un artículo de "El Periódico" señala: "En 2022 resistió el empleo pese a la desaceleración de la recta final del año, con la creación de 470.000 puestos de trabajo. Resistió como pudo el tejido empresarial, que registró una destrucción mínima de empresas del 0,2% (principalmente de menos de 5 empleados). Pero lo que no ha resistido a la mayor inflación desde los años 80 han sido los salarios, los primeros paganos de la actual crisis de precios en la que están empujadas las principales economías occidentales". Los trabajadores españoles llegaron a 2022 tras una década de salarios estancados, con la inflación y los incrementos salariales persiguiéndose a unos ritmos más o menos, dependiendo del año, empatados. "No obstante, se disparó la luz, se disparó la cesta de la compra y se disparó la gasolina y ese precario equilibrio quedó barrido durante y el pulso se ha impuesto en contra de la salud financiera de las familias. No todos han corrido la misma suerte. Por ejemplo, los beneficios de las empresas del Ix 35

han crecido ocho veces más que los salarios desde la implosión del covid", se dice desde el mismo texto de "El Periódico". Pero, claro, esta alta inflación que ha beneficiado a las grandes empresas del Ix 35, ha perjudicado a muchas pequeñas firmas de la cosmética natural y ecológica certificada. Incluso aunque no suban los precios de sus productos, muchas consumidoras y consumidores tradicionales de productos de higiene y de cosmética orgánica certificada tienen problemas, ahora, para continuar con su consumo de siempre.

LA OPINIÓN DE LAS EXPERTAS
Montse Escuita de Vida Sana/Plataforma EcoEficaz señala: "El sector de la cosmética ecológica no es ajeno a las fluctuaciones del mundo. Si es cierto que cuenta con un público muy fielísimo. Pero hasta cierto punto. En estos momentos, algunas empresas del sector de la cosmética ecológica certificada están sufriendo las estrecheces que sufren sus clientes. Es normal. De todas formas, la calidad de los productos es tan alta que, de una forma o de otra, sobrevivirán a esta crisis coyuntural". Para Ángeles Parra, directora de BioCultura, "es necesario que la Administración

tome cartas en el asunto. Hay que discriminar positivamente a los que no contaminan. Hay que crear incentivos fiscales para estas empresas, rebajar el IVA, subvencionar las certificaciones... Hay que facilitarles las cosas a las empresas que trabajan limpiamente con la salud de los consumidores y con la salud ambiental. En otros países, ya se está haciendo así. Si queremos una transición ecológica, tenemos que obrar de forma valiente y urgente también en el legislativo. Ya no bastan las buenas intenciones".

SEDE BIOVIDASANA
Nuria Alonso es responsable de la Norma BioVidaSana de certificación para cosmética ecológica. A todo lo dicho, ella añade: "Un problema añadido es el incremento del precio de las materias primas, en algunos casos muy significativo, y el problema de abastecimiento; y que ellos no puedan repercutir mucho los subidos precios final de su producto, como se ha dicho. Problemas económicos que muchos de sus tienen y por la competencia en precios y calidad de promoción de las grandes marcas y cadenas de supermercados, como Garnier, Canelou, etc. han incorporado al mercado de la cosmética orgánica. Aparte del 'greenwashing', que por muy un problema de competencia y de confusión al consumidor, estas grandes marcas pueden producir correctamente certificados, pero salen mucho más baratos de producir por la escala industrial que hacen y porque, a los ingredientes que están certificados, sustituyen los más baratos; el resto se sigue con su

propia capacidad de marketing". Y sigue: "Esta situación agrava el problema que ya existía para los pequeños productores de cosmética. Los ingredientes, además de que han subido de precio, siempre han sido caros para ellos porque eligen ingredientes muy buenos y caros y porque, al comprar en pequeñas cantidades, les sale más caro también. Por esto, y porque los costes de producción son mayores normalmente si se produce a pequeña escala, el margen de beneficio que puede obtener una pequeña marca es pequeño si quiere vender algo; y ahora, peor se ha puesto".

A RÍO REVUELTO...
Desde BeautyMarket advierten: "La cosmética natural y ecológica certificada está cada vez más presente en el mercado, con cifras de consumo y demanda que son significativas y en aumento (esto se publicó en 2021, cuando no había estallado aún la tormenta inflacionista). Ambas, con esa palina de respeto al planeta, al medio ambiente y a la propia fisiología corporal y de la piel que tanto reclaman y preocupan a

Producción artesanal de Jabón Zorro D'Aul

GREENWASHING
El "greenwashing", o "lavado verde", no es más que una estrategia comercial que utilizan algunas empresas del sector cosmético para posicionar sus productos, de una forma rápida, dentro del segmento de la cosmética natural, aprovechando la profunda

escapando al vacío legal que actualmente existe para este. Así pues, podemos decir que el 'greenwashing' es el arte de hacer que un producto cosmético que no es genuinamente natural u orgánico, lo parezca. Este "lavado verde" es una competencia desleal para los que sí están haciendo bien las cosas. Y, ante el caso de los etiquetados y de la poca legislación que controle a los defraudadores mercadotécnicos, hable sobre mojado en el terreno de la cosmética ecológica. Para Ángeles Parra, "deberíamos poder contar con una legislación al respecto muy clara, como ya la existe en el ámbito alimentario. Una legislación justa en este ámbito sería una forma de defender a las empresas que sí trabajan en el terreno de la cosmética ecológica certificada. La transición ecológica significa también proteger a los justos de todas las maneras posibles y penalizar a los defraudadores".

EL PASTEL ENTERO
Según el global.es, "la apuesta por los productos sostenibles y ecológicos es una realidad cada vez más presente en sectores como el alimentario o el cosmético. En relación a este último, la evolución del mercado es muy positiva y la consultora Grand View Research prevé un crecimiento anual del 9.1 por ciento en el sector de la cosmética orgánica, que estima llegar a alcanzar una facturación aproximada de 43.245 millones de euros para el año 2030. Una de las grandes razones que justifican el aumento en la demanda de este tipo de productos es la creciente concienciación y preocupación de los consumidores por el impacto medioambiental generado por la industria. De hecho, actualmente un 77% de los consumidores afirma tener en cuenta el origen de los ingredientes en los cosméticos". Pero que crezca el sector de la cosmética ecológica no significa siempre que lo haga de una forma ordenada, justa y natural. En estos momentos, como ya ha pasado en el terreno alimentario, también lo alimentario ecológico sigue vendiendo, pero el consumo está migrando de las tiendas tradicionales a las grandes superficies. Montse Escuita señala que "desde la Plataforma EcoEficaz vamos a seguir trabajando para que también las pequeñas empresas, que son las que han levantado el sector, y las que más emocionalmente vinculadas están a las virtudes de estos productos, puedan sobrevivir en un mundo cada vez más complicado y caótico, en el que las grandes superficies quieren no llevarse una parte del pastel, sino el pastel entero".

los consumidores, pero los dos también, cosmética natural y cosmética ecológica, con diferencias, tal y como hemos explicado en BeautyMarket en distintas ocasiones. Es por ello que la consultora Euromonitor, a través de su nueva herramienta Via Pricing, se ha centrado en el estudio de dicho mercado. El análisis realizado por Euromonitor revela que el reclamo de productos naturales generalmente es mayor en las categorías de belleza y cuidado personal que los orgánicos en cuestión de e-commerce". A río revuelto, ganancia de pescadores.

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECOLÓGICA
LA CERTIFICACIÓN QUE GARANTIZA LA MÁXIMA CALIDAD DE TU COSMÉTICA

- Para empresas con un 80% de los productos en la Categoría I. No producen cosmética convencional
- Un 90% de ingredientes ecológicos para la Categoría II
- Menos de un 15% de ingredientes ecológicos (producto cosmético natural)
- Para cosmética certificada BioVidaSana sin ingredientes de origen animal
- La cosmética BioVidaSana está certificada por bio. Inspecta

www.biovidasana.org
Con la garantía de La Asociación Vida Sana



4.- Diarrio BioCultura

PUBLICIDAD Y CONTENIDO

BioCultura Barcelona. 6.000 ejemplares en papel distribuidos durante la feria durante la feria y versión en pdf en la web de BioCultura.



La seva missió de vida és: En què et puc ajudar? I, per tant, també recollir: Biocures, mossosges i herbes de la consulta de l'Acollí. Ho escrit el seu primer llibre el 2022: "Mentor-te els ulls al mirall".

matoni: sempre l'utilitzo en cas de problemes musculars i quan he de confiar en els meus projectes.

*AE Menta Pipenta: un oli essencial desaconsellat per a embarassades, infants menors de 7 anys i persones amb el sistema neurovegetatiu feble. Per als altres, és ideal com a digestiu, mal de cap, migraïnes, concentració i, bé, també ajuda a pal·lar les resseques i les conseqüències dels grans dinars.

*AE Lloner: un complement a gairebé totes les barreges per la seva gran quantitat de propietats: analgèsic, mucolític, ajuda a baixar la febre i ens coneix com a venedors.

Carolina Sánchez

[lilacosmeticanatural](https://www.lilacosmetics.com) **Lilà** LILACOSMETICS.COM

Visita'ns a l'estand

nº 79

Aprofità els nostres descomptes especials

ECOLÒGICA VEGANA CERTIFICADA

Lilà és cosmètica de proximitat. A Lilà trobaràs productes per a tot tipus de pell, inclosa la sensible i atòpica i per a totes les edats. Som fabricants i distribuïm directament els nostres productes a les botigues ecològiques.



10 anys cuidant-te!

BIOVIDASANA COSMÈTICA ECONATURAL

La certificació que garanteix la màxima qualitat de la teva cosmètica



90% ingredients ecològics per a la categoria I i entre el 10-25% per a la categoria II



Empreses amb un 80% dels seus productes a la categoria I, no produïen cosmètica convencional.



Menys de 10% d'ingredients ecològics (producte cosmètic natural)



Per a cosmètica certificada Biovidasana sense ingredients d'origen animal.



La cosmètica Biovidasana està certificada per bio.inspecta

"Explicuem la veritat sobre la cosmètica econatural a www.biovidasana.org"

Amb la garantia de l'Associació Vida Sana  www.biovidasana.org



4.- Diario BioCultura

PUBLICIDAD

Inserción publicitaria en el diario BioCultura Madrid 2022, Tirada 6.000 ejemplares (Distribución gratuita presencial y previo Online digital y redes sociales)

INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA ENSEÑANZA JERÁRQUICA DE ALICE ANNE BAILEY
18'00h. N109
Jose M^a Blasco Cantero.
Organiza: ECOCENTRO RED, S.A.
www.ecocentro.es

HILOS DE SABIDURÍA CANALIZADOS
18'00h. N112
M^a Pilar Garcés Mateo. Profesora de Educación Primaria con la especialidad de Lengua Extranjera de inglés. Lleva más de 20 años trabajando en la Escuela Pública con niños, adolescentes y adultos.
Organiza: MARÍA PILAR GARCÉS MATEO

TALLER DE COCINA MENUJA TIERRA. CON NURIA MORRAL
18'00h. MamaTerra
Organiza: ASOCIACIÓN VIDA SANA / MENUJA TIERRA (www.menudatierra.eco)

TALLER INFANTIL DE ELABORACIÓN DE QUESOS
18'00h. MamaTerra
A cargo de Los Pizorros de Villapalacios
Organiza: Asociación Vida Sana y MENUJA TIERRA (www.menudatierra.eco)

MENUJA TIERRA RECETAS TRADICIONALES PARA UN PLANETA SALUDABLE
18'00h. Show Cooking
Margarita Roldán Cobos. Responsable proyecto LIFE MENUJA TIERRA de la Asociación Vida Sana y CEO de Escuela Marga Roldán.
All Meta. Ecochef coordinador de los showcookings de BioCultura y responsable del recetario de cocina tradicional saludable del proyecto MENUJA TIERRA.
Organiza: ASOCIACIÓN VIDA SANA.
www.menudatierra.eco

CÓMO ESCOGER TU PRODUCTO PARA LA HIDRATACIÓN FACIAL
18'00h. Show Room Ecoestética
Dolores Bonamusa Canals. Co-Fundadora de la empresa Lila Cosmética, marca de cosmética natural, ecológica y certificada. Responsable de Márketing. Farmacéutica de profesión.
Organiza: LILA COSMETICS, S.L.
www.lilacosmetics.com

SITUACIÓN DE LA FAUNA SILVESTRE Y PRESENTACIÓN DEL PROYECTO RESERVA HIJOS DEL BOSQUE
18'00h. Tribuna de Ejejusticia
David Alonso Benítez. Titulado como Auxiliar técnico veterinario y posteriormente como educador ambiental con varios cursos relacionados con la fauna silvestre y su conservación. Cuidador de animales silvestres con experiencia en varios centros.
María Álvarez Álvarez Martínez. Fundadora del proyecto de la reserva.
Organiza: RESERVA HIJOS DEL BOSQUE
www.reservahijosdelbosque.org

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

- bio ECOPlus** Para empresas con un 80% de los productos en la Categoría I. No producen cosmética convencional
- bio** Un 90% de ingredientes ecológicos para la Categoría I y entre el 15-89% para la Categoría II
- nat** Menos de un 15% de ingredientes ecológicos (producto cosmético natural)
- vegan bio** Para cosmética certificada BioVidasana sin ingredientes de origen animal
- certified bio.inspecta** La cosmética BioVidasana está certificada por bio.inspecta

www.biovidasana.org

Con la garantía de la Asociación Vida Sana

5.- Bioecoactual

ANUNCIO Y SECCIÓN EN EL PERIÓDICO

El periódico edita 50.000 ejemplares mensuales en papel repartidos en tiendas de alimentos ecológicos y reparten 65.000 ejemplares en diferentes ferias del sector. Los artículos se difunden además en el newsletter y las redes sociales de la publicación y se incluyen en la edición digital

- Hemos aparecido con artículo y/o anuncio en las ediciones de: enero, febrero, marzo, abril, julio, agosto, septiembre, octubre y diciembre.

- Las apariciones se pueden consultar en:
<https://www.bioecoactual.com/hemeroteca/>



ECOPlus✓



6.- El Botiquín Natural

PUBLICIDAD Y CONTENIDO

Colaboración para la publicación de anuncios y artículos. Han aparecido anuncios en casi todos los números. El periódico edita 30.000 ejemplares impresos repartidos en más de 5.000 puntos de venta, principalmente en farmacias, parafarmacias, tiendas de dietética y herbolarios.

Además, a partir de abril asumimos la responsabilidad de una sección sobre cosmética en esta publicación. Se han publicado los siguientes artículos:

[Todo lo que hay que saber la cosmética vegana](#)

[¿Cómo elegir un desodorante econatural?](#)

[Cremas solares naturales de verdad](#)

[Tintes naturales, tintes vegetales](#)

[Los conservantes en cosmética econatural](#)

[Cosmética natural para protegernos del frío](#)

[Cosmética y plástico](#)

[¿Qué es una certificación en cosmética?](#)

[Perfumes naturales, el aroma más sano](#)

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

90% de ingredientes ecológicos para la categoría I y entre el 15-85% para la categoría II

Para empresas con un 80% de sus productos ecológicos para la categoría I. No producen cosmética convencional

Menos del 15% de ingredientes ecológicos (productos cosméticos naturales)

Para cosmética certificada Biovidasana con ingredientes de origen animal

La cosmética Biovidasana está certificada por BioInspesta

En la garantía de la Asociación Vicio Sano

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

90% de ingredientes ecológicos para la categoría I y entre el 15-85% para la categoría II

Para empresas con un 80% de sus productos ecológicos para la categoría I. No producen cosmética convencional

Menos del 15% de ingredientes ecológicos (productos cosméticos naturales)

Para cosmética certificada Biovidasana con ingredientes de origen animal

La cosmética Biovidasana está certificada por BioInspesta

En la garantía de la Asociación Vicio Sano

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

90% de ingredientes ecológicos para la categoría I y entre el 15-85% para la categoría II

Para empresas con un 80% de sus productos ecológicos para la categoría I. No producen cosmética convencional

Menos del 15% de ingredientes ecológicos (productos cosméticos naturales)

Para cosmética certificada Biovidasana con ingredientes de origen animal

La cosmética Biovidasana está certificada por BioInspesta

En la garantía de la Asociación Vicio Sano

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

90% de ingredientes ecológicos para la categoría I y entre el 15-85% para la categoría II

Para empresas con un 80% de sus productos ecológicos para la categoría I. No producen cosmética convencional

Menos del 15% de ingredientes ecológicos (productos cosméticos naturales)

Para cosmética certificada Biovidasana con ingredientes de origen animal

La cosmética Biovidasana está certificada por BioInspesta

En la garantía de la Asociación Vicio Sano

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

90% de ingredientes ecológicos para la categoría I y entre el 15-85% para la categoría II

Para empresas con un 80% de sus productos ecológicos para la categoría I. No producen cosmética convencional

Menos del 15% de ingredientes ecológicos (productos cosméticos naturales)

Para cosmética certificada Biovidasana con ingredientes de origen animal

La cosmética Biovidasana está certificada por BioInspesta

En la garantía de la Asociación Vicio Sano

También apareció un anuncio y un artículo en el especial profesional que editan para distribuir en la feria INFARMA

Cómo tener un lineal de cosmética natural confiable en tu farmacia



COSMÉTICA

bio
ecoestética
belleza consciente
www.biovidasana.org | www.ecoestetica.org

Nuria Alonso,
Responsable Certificación
BioVidaSana

Cómo tener un lineal de cosmética natural confiable en tu farmacia

En 2022, se divulgó en los medios de comunicación un estudio llevado a cabo por una empresa de cosmética coreana sobre las tendencias del mercado de habla hispana. Entre las conclusiones destaca que casi un 84% de las personas entrevistadas tenía entre sus prioridades los **productos naturales y ecorresponsables**. Este estudio viene a constatar que el interés por una cosmética más natural y ecológica crece al mismo ritmo que la preocupación de la población por los problemas medioambientales y de salud.



Pero este estudio también sirve para mostrar la gran confusión que existe en torno a este tema. Porque ¿a qué llamamos una cosmética ecorresponsable? Cada una de las personas entrevistadas puede entender algo diferente. Podría ser elaborada con ingredientes ecológicos, vegana, sin envases o con ingredientes de comercio justo, por poner solo unos ejemplos. La ecorresponsabilidad es un concepto muy amplio y, como no

que lo primero sería saber qué es realmente la **cosmética natural**.

¿Qué es una cosmética natural?

Muchas entidades privadas que se dedicaban a certificar productos alimentarios ecológicos propusieron normas para cosmética natural y ecológica. Aunque con ciertas variaciones, todas tienen unas bases

- Utilizan procesos de transformación y elaboración respetuosos con el medio ambiente.
- Se permiten ingredientes de origen animal siempre que no sean

Si además hablamos de **cosmética ecológica**, los ingredientes de origen vegetal y animal deben provenir de la producción ecológica certificada.

Bajo estos criterios encontramos en el mercado normas privadas impulsadas por diferentes entidades como la norma **BioVidaSana, COSMOS** o **NATRUE**.

Pero estas normas no son oficiales y, por tanto, no están reconocidas ni se aplican en todos los casos. La Comisión Europea quiso regular el uso del término "cosmética natural" y el resultado fue la **ISO 16128**, que se desarrolló para poner algo de luz sobre el tema y acabó generando más confusión. No es una norma desarrollada para certificar producto, sólo indica a las empresas cómo han de calcular el porcentaje de ingredientes naturales. Por ello, **no define ni protege el uso del término ecológico** y no establece ingredientes prohibidos para que un cosmético pueda ser considerado natural.

12

2023 | MARZO | EDICIÓN ESPECIAL INFARMA

www.infarma.com

7.- Bueno y Vegano

PUBLICIDAD

Bueno y Vegano es el medio de comunicación impreso y digital de información de difusión gratuita al servicio de los consumidores, productores, distribuidores y detallistas de producción vegana.

Se reparten 21.000 ejemplares mensuales en papel en ferias veganas, tiendas especializadas, restaurantes veganos y asociaciones animalistas (3.500 puntos distintos)

Se han publicado anuncios en las ediciones de: enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, octubre, noviembre y diciembre.

Se puede consultar en:

Faldón publicitario en el diario de enero, edición de la que se reparten 21.000 ejemplares en papel en ferias y tiendas especializadas.



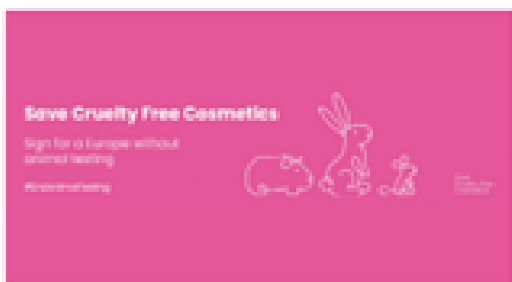


Verónica Gil
Autora de los artículos de los meses de febrero y mayo de 2019

¿Por qué algunos ingredientes todavía se experimentan con animales?

En las últimas décadas, la sociedad ha ido adaptándose una mayor conciencia animalista y el rechazo a la experimentación es casi unánime. El estudio de Vivencia nos recordó a todos que en el ámbito de la ciencia los límites de la ética desparecen, el objetivo es lograr avances en el menor tiempo y a bajo costo. La meta positiva es que existe un amplio consenso científico que sostiene que los animales no humanos cuentan, igual que los humanos, con los mismos neurobiológicos necesarios para generar la capacidad de la conciencia. Para dejar este mensaje por escrito se creó la Declaración de Cambridge sobre la Conciencia Animal, en julio de 2012, un importante documento que da un paso más hacia la consideración moral de otros especies y hacia una posible transformación jurídica, política y social. La ciencia, a menudo, es un pilar importante en la lucha contra los derechos. Así es, el fin de los pruebas con animales no se venían avanzando. Incluso en el sector de la cosmética, donde sí se han logrado algunos avances, siguen existiendo pruebas crueles.

Tal vez hay dudas sobre qué marcas toman y cuáles no, o por qué algunos tienen un sello oficial y otros no. La legislación europea prohíbe explícitamente los ensayos en animales para productos cosméticos o de cuidado personal desde 2013. Está recogido en la norma 1221/2009



Aunque existen métodos alternativos eficaces y disponibles, la triste realidad es que el número de experimentos con animales, según estadísticas globales europeas, sigue siendo aterrador

que prohíbe expresamente probar en animales todos los productos cosme-

ticos acabados como los ingredientes por separado. Además, también prohíbe la comercialización en la Unión Europea de cosméticos e ingredientes que se hayan probado en animales. Por lo tanto, un producto que se vende en España o en otro país de la UE, no puede haber sido testado en animales.

Pero claro, hay excepciones. Aquí que hablar del reglamento REACH, que es el Reglamento (CE) nº 1907/2006. REACH es el acrónimo de las siglas en inglés de Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals y es una normativa europea que regula "la protección de la salud humana y del medio ambiente", ante el riesgo de toxicidad por la fabricación y comercialización de sustancias químicas. Esto quiere decir que determinadas sustancias o principios

activos tienen que adaptarse a las obligaciones de este reglamento, que puede incluir tests sobre animales. Solo en 2018, más de dos millones de animales fueron sometidos a estas pruebas, como requisito obligatorio para autorizar a fabricantes y compañías a inscribir sus nuevos productos químicos o mezclas en el registro oficial REACH. Aunque existen métodos alternativos eficaces y disponibles, la triste realidad es que el número de experimentos con animales, según estadísticas globales europeas, sigue siendo aterrador. Por otra parte, la prohibición europea (CE 1221/2009), consagrada tras muchas presiones de asociaciones y ciudadanos, se encuentra amenazada por la nueva Estrategia de Química para la Sostenibilidad. Esta nueva estrategia, adoptada en 2019, pretende revisar miles de productos químicos que ya se encuentran en el mercado, aprobados después de haber sido testados anteriormente en animales.

A finales de agosto de 2021, se lanzó una Iniciativa Ciudadana Europea (ICE) con la campaña internacional "Save Cruelty Free Cosmetics" en la que participaron cinco organizaciones europeas, 100 asociaciones y varias empresas. Se pudieron recoger 1.2 millones de firmas para poner fin a los ensayos con animales de forma definitiva. El éxito de esta iniciativa debería impulsar un riguroso análisis por

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

- Un 95% de ingredientes vegetales para la Categoría 1 y entre el 70-80% para la Categoría 2
- Empresas con un 95% de los productos en la Categoría 1. No producen cosmética convencional
- Menos de un 1% de ingredientes sintéticos (productos cosméticos naturales)
- Para cosmética certificada BioVIDASANA con ingredientes de origen animal
- La cosmética BioVIDASANA está certificada por Mi Inocua

"Te contamos la verdad sobre la cosmética econatural en www.biovidasana.org"

Con la garantía de la Asociación Vida Sana



Verónica Gil
Autora de los artículos de los meses de febrero y mayo de 2019

Veganos desde el nacimiento

Con el auge y la difusión del veganismo, el número de familias que adoptan una dieta vegana ha aumentado y con ellas nuevas generaciones crecen sin ingerir alimentos de origen animal.

Uno de los pilares del veganismo es una dieta basada exclusivamente en plantas. Tal y como afirman diferentes sistemas sanitarios y asociaciones científicas, como la Academia Americana de Nutrición y Dietética, una dieta vegana bien planificada es perfectamente adecuada para cualquier etapa de nuestra vida, ya que puede satisfacer las necesidades de nutrientes y promover el crecimiento normal. De hecho, todos los datos tienen que estar bien planificados para que no supongan un riesgo para la salud.

"Una dieta basada exclusivamente en alimentos de origen vegetal puede no solo ser perfectamente adecuada para mantener la salud y promover el normal crecimiento y desarrollo de bebés, niños y adolescentes, sino que además puede proporcionar importantes beneficios gracias a la prevención de las enfermedades crónicas y otras condiciones preventivas que se encuentran en grandes cantidades en el reino vegetal", explica la pediatra Miriam Martínez Buzaga en su libro Mi familia vegana. "Pero para que esto ocurra, la dieta debe estar bien planificada, pues no todos los alimentos de origen vegetal son iguales ni tienen los mismos efectos sobre la salud", añade.



© iStockphoto.com/istockphoto

"Nuestros hijos nunca han comido animales y hace unos 7 años dimos el paso toda la familia al veganismo y no encontramos nada de origen animal", explica a Bueno y Vegano Raúl Cano, quien, junto con Pablo Jorral, habla sobre veganismo y educación vegana en su podcast Una Familia Vegana y Normal.

"Hemos normalizado la crianza vegana desde el principio en todo nuestro entorno, tanto familiar, amistades, colegio, etc. Nuestros hijos se han criado en casa con sus hermanos peludos, perros y gatos, por lo tanto, han aprendido que todos los animales son iguales y merecen por igual, por lo que ellos no hacen distinción entre un perro, una vaca, un cerdo, o una gallina... Para ellos, los animales no son comida, sino compañeros, y así lo han interiorizado desde muy pequeños", afirma Raúl.

Ser vegano también es normal para el pequeño de 7 años de Estela Bayarri, llamada Infantil, Ingilita y autora del libro Mi hijo o la hecho vegano. "Para él ser vegano es lo natural. Siempre ha sido un niño con gran capacidad de comprender y de

expresar. Así que hemos hablado con él sobre todo lo que ha sido vegano. Todo de manera muy natural. Sin entrar en detalles demasiado fuertes de lo que les pasa a los animales, porque para un niño pequeño podría ser muy traumático. Solo diciendo que no comemos animales porque no les queremos hacer daño, porque los respetamos, porque se pueden consumir otros cosas, ha sido suficiente", nos cuenta. Y añade: "Ha sido muy fácil para nosotros criar a un hijo vegano. Quería porque yo tenía mucha información y porque siempre me he sentido muy segura de lo que hago".

Ser una familia vegana en la sociedad actual

Ambas familias explican que han tenido un entorno bastante respetuoso, sin embargo, también han vivido experiencias no tan positivas. Y es que algunos profesionales médicos cuestionan seguir una dieta basada exclusivamente en plantas y más en la edad infantil. "Algunos críticos o comentaristas no acortados hacen ruido. Por ejemplo, la enfermera del Centro de Salud cuando me preguntó por qué era un bebé. En cada ocasión me preguntan lo que ya habíamos sido introduciendo la comida, el pescado, la leche... y siempre le tenía que recordar que éramos veganos. "¿Y entonces qué come el niño?", me preguntaba con mala cara. Un día, que me preguntó por qué no le daba el agua, volvió con las mismas. Le pregunté "¿Por algo de su desarrollo que le preocupa?". Se sorprendió con mi pregunta y me respondió "No, no,

BIOVIDASANA COSMÉTICA ECONATURAL
La certificación que garantiza la máxima calidad de tu cosmética

- Un 95% de ingredientes vegetales para la Categoría 1 y entre el 70-80% para la Categoría 2
- Empresas con un 95% de los productos en la Categoría 1. No producen cosmética convencional
- Menos de un 1% de ingredientes sintéticos (productos cosméticos naturales)
- Para cosmética certificada BioVIDASANA con ingredientes de origen animal
- La cosmética BioVIDASANA está certificada por Mi Inocua

"Te contamos la verdad sobre la cosmética econatural en www.biovidasana.org"

Con la garantía de la Asociación Vida Sana

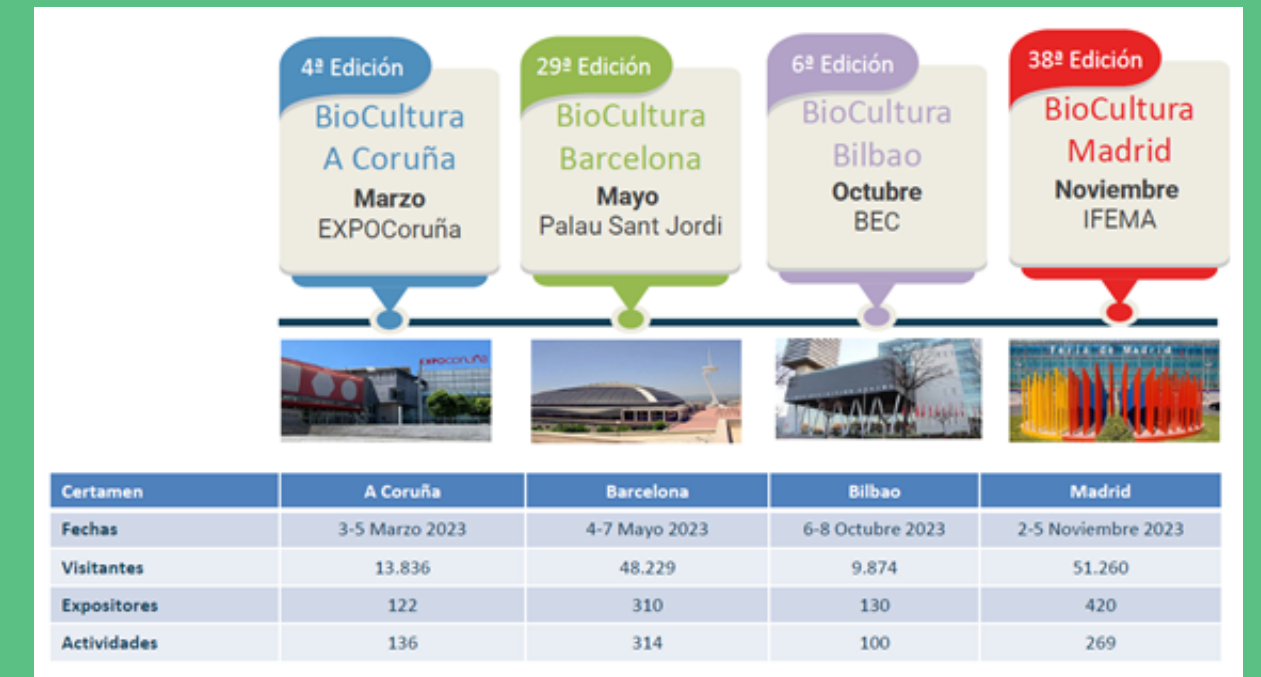


7.- Ferias

BioCultura

1.- BioCultura

Información sobre la norma y las empresas certificadas en el stand de la Asociación Vida Sana en las ferias BioCultura celebradas en 2022



Jornadas BioCultura madrid

JORNADA GREENWASHING EN COSMÉTICA

¿Qué es y qué no es la cosmética natural y ecológica?

Viernes, 3 de noviembre · 11 h. · Sala N107



El greenwashing afecta también al sector de la cosmética. Las empresas generan una gran confusión entre los consumidores al utilizar reclamos verdes para vender más. En estas jornadas, representantes de certificadoras y empresas ecológicas analizarán las estrategias de greenwashing.

Programa

11-12h LAS TRAMPAS VERDES DE LAS EMPRESAS DE COSMÉTICA PARA VENDER MÁS. Montse Escutia, Coordinadora de la red Ecoestética, As.Vida Sana

12-13:30h. Mesa redonda: CÓMO AFECTA EL GREENWASHING AL SECTOR DE PRODUCTOS COSMÉTICOS ECOLÓGICOS Y NATURALES Y A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS.

Modera: Montse Escutia

Nuria Alonso, Directora de la certificación BioVidaSana

Daniel Subirana, Responsible-Product Manager de Cosmética CAAE-Cosmos

Esther Alonso, Líder auditor and business development de EcoCert.

María Quiroga, Fundadora y CEO de La Rueda Natural

Ana Isabel de Andrés, Directora técnica, promotora y propietaria de Amapola Biocosmética

Organizan



CONTACTA CON NOSOTROS



<https://cosmeticabiovidasana.org/>



IG @certificacion_biovidasana
IN Certificación BioVidaSana



Nuria Alonso 972 451 129
Montse Escutia 616 92 73 37