



**La transformación de la industria
cosmética por medio de la
sostenibilidad y la digitalización**

Seek Together™
General Business

Agenda

Sostenibilidad para la industria de Cuidados Personales

Prof. Dra. Ana Percebom

La Transformación del Portafolio de Dow

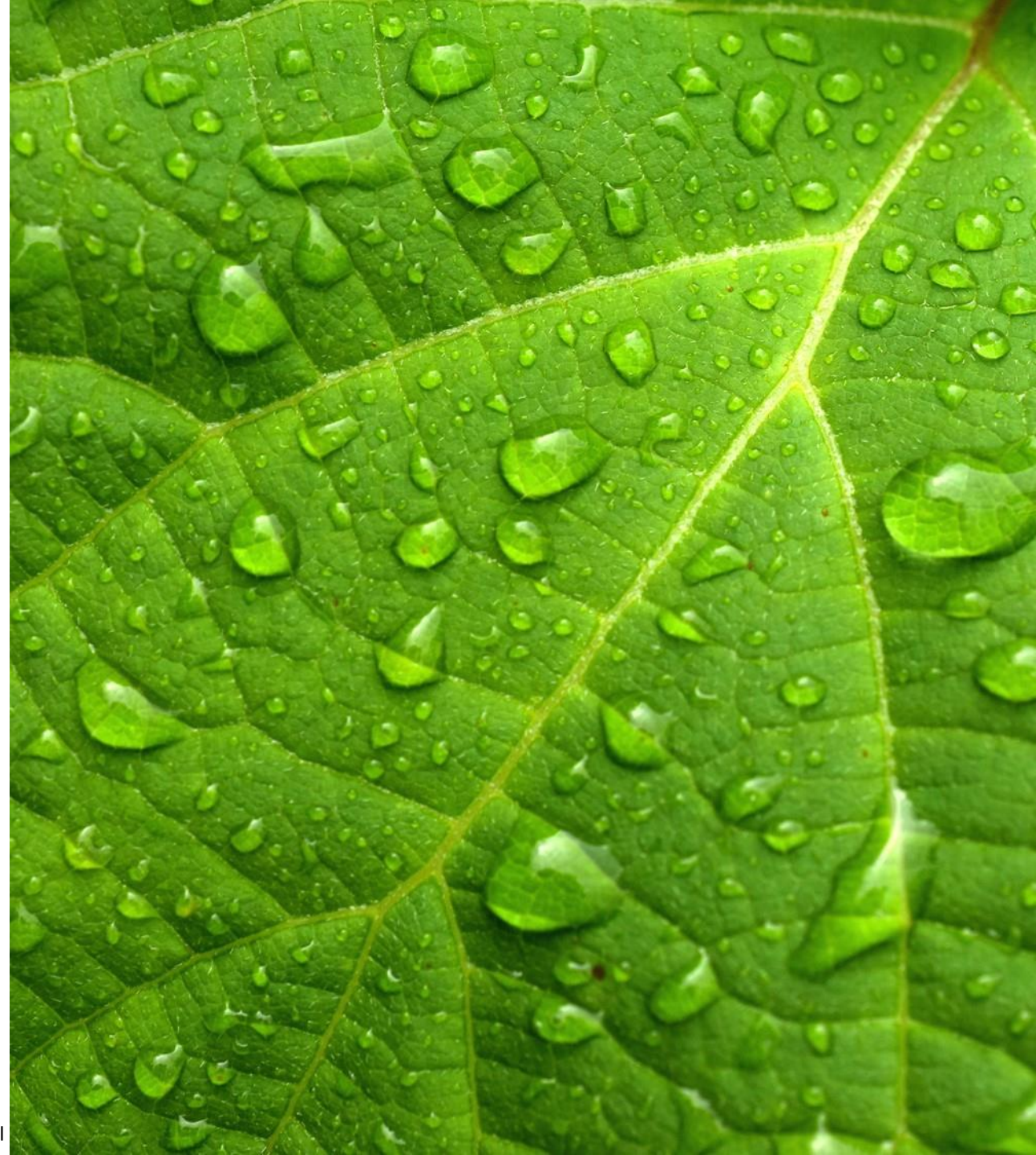
Daisy de Sanctis

La Digitalización en la Industria de Cuidados Personales

Rafael Santos

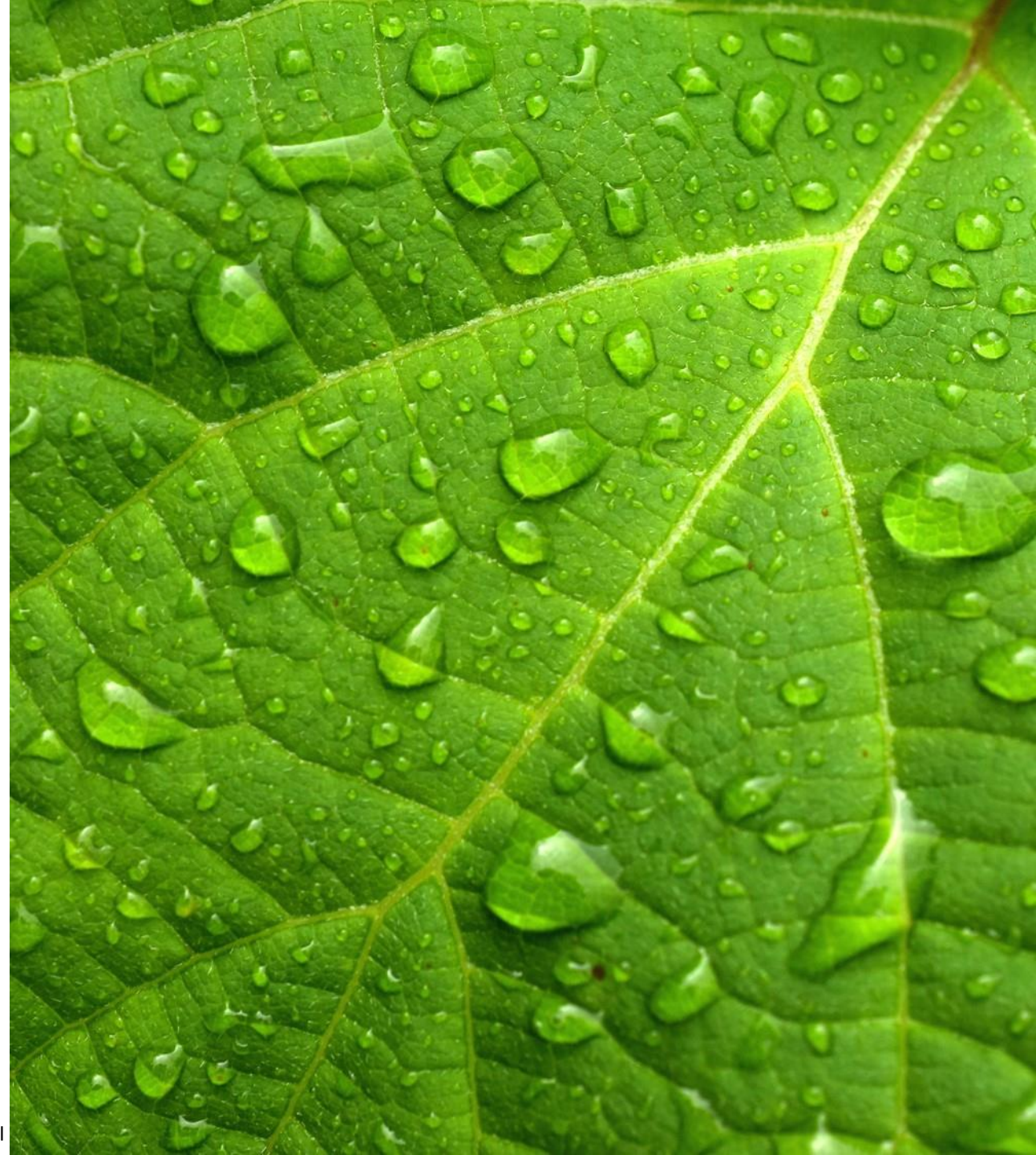
El Stand de Soluciones de Dow para la industria de Cuidados Personales

Sarah F. Dalla Valle



Sostenibilidad para la industria de Cuidados Personales

Prof. Dra. Ana Percebom



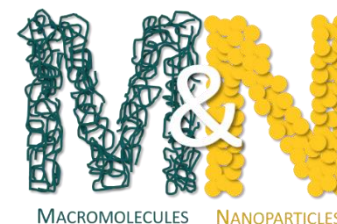
Sustentabilidade: Restricção vs Diversificação



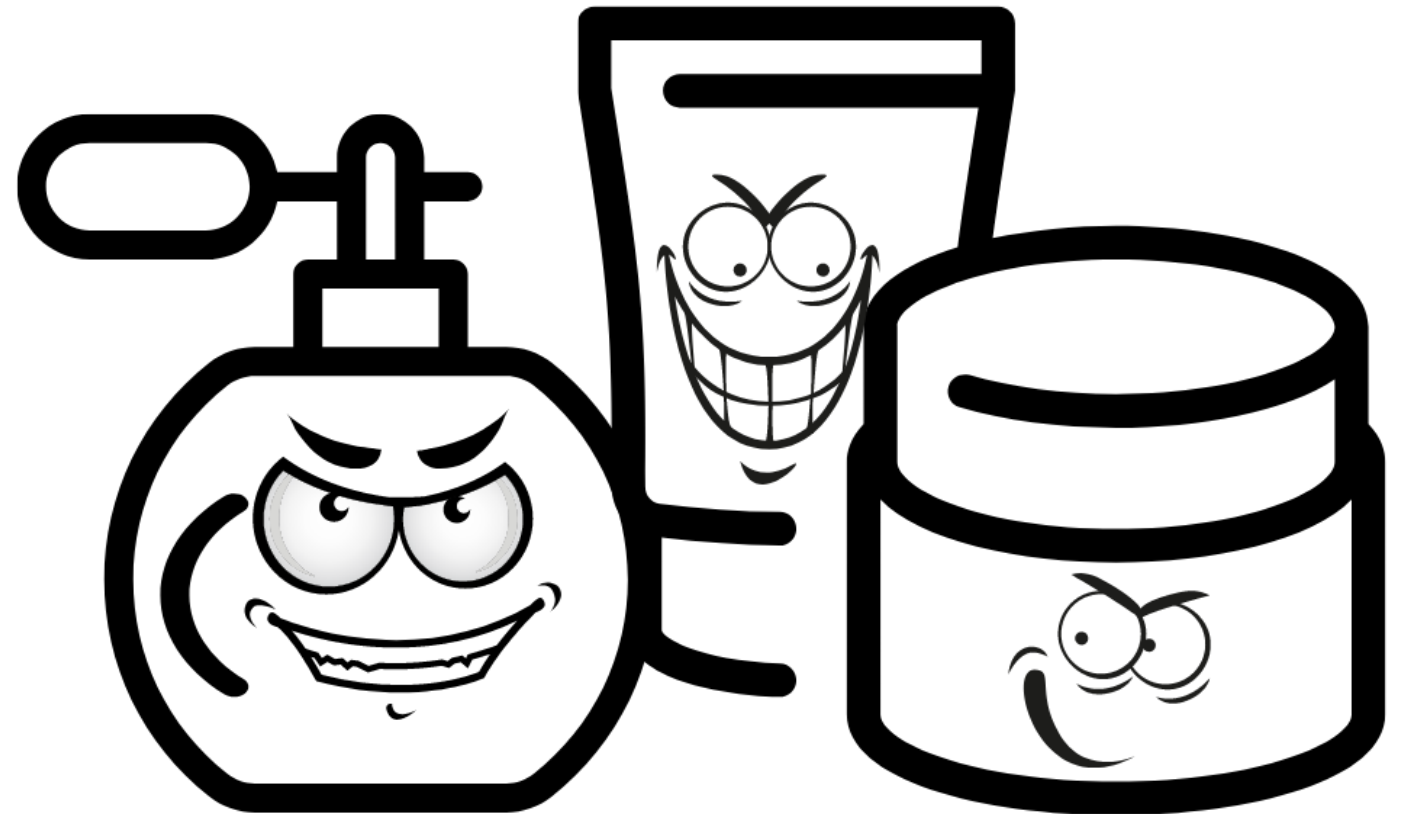
DEPARTAMENTO
DE QUÍMICA
PUC-Rio



PUC
RIO

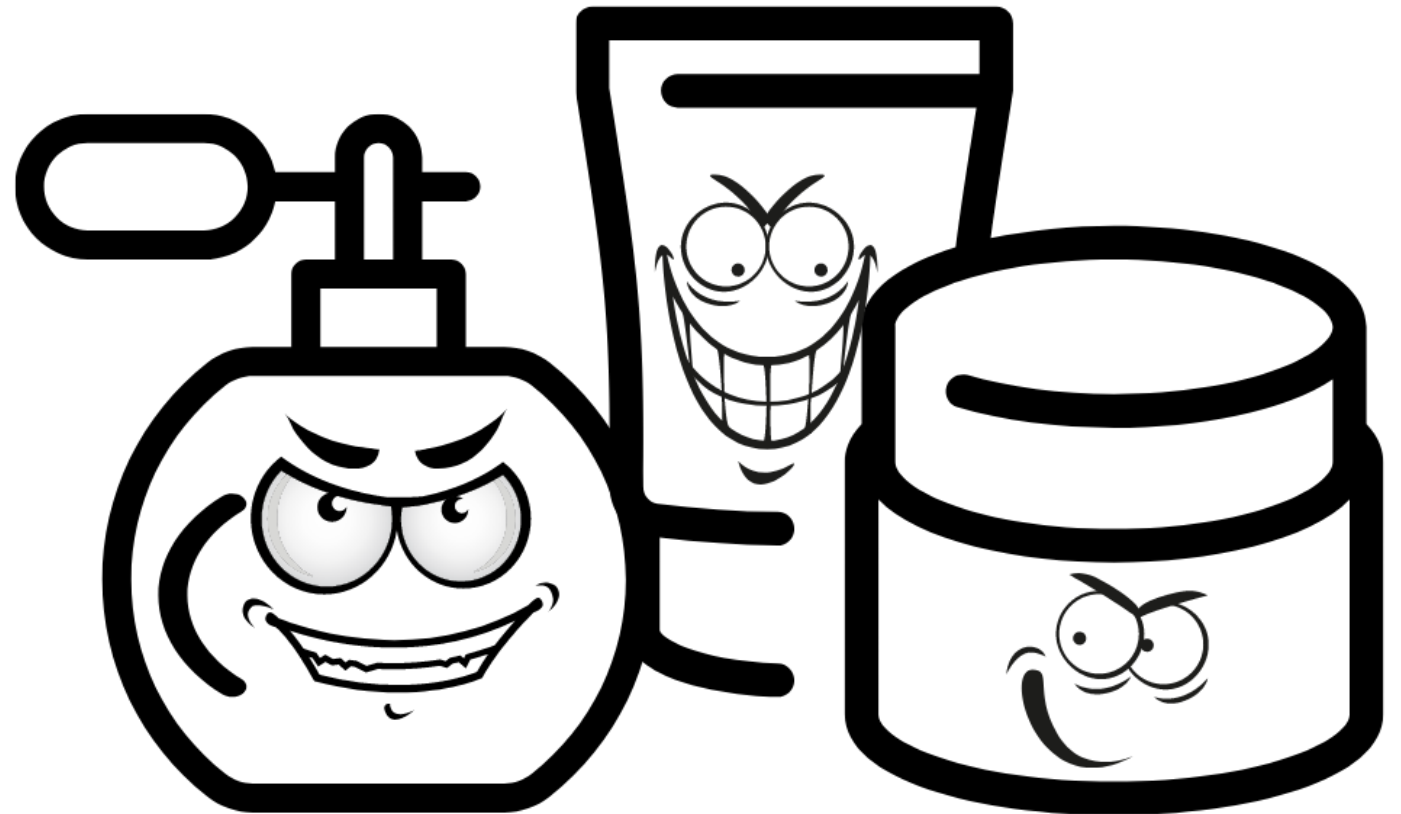


Villanos en el mundo de los cosméticos



Villanos en el mundo de los cosméticos

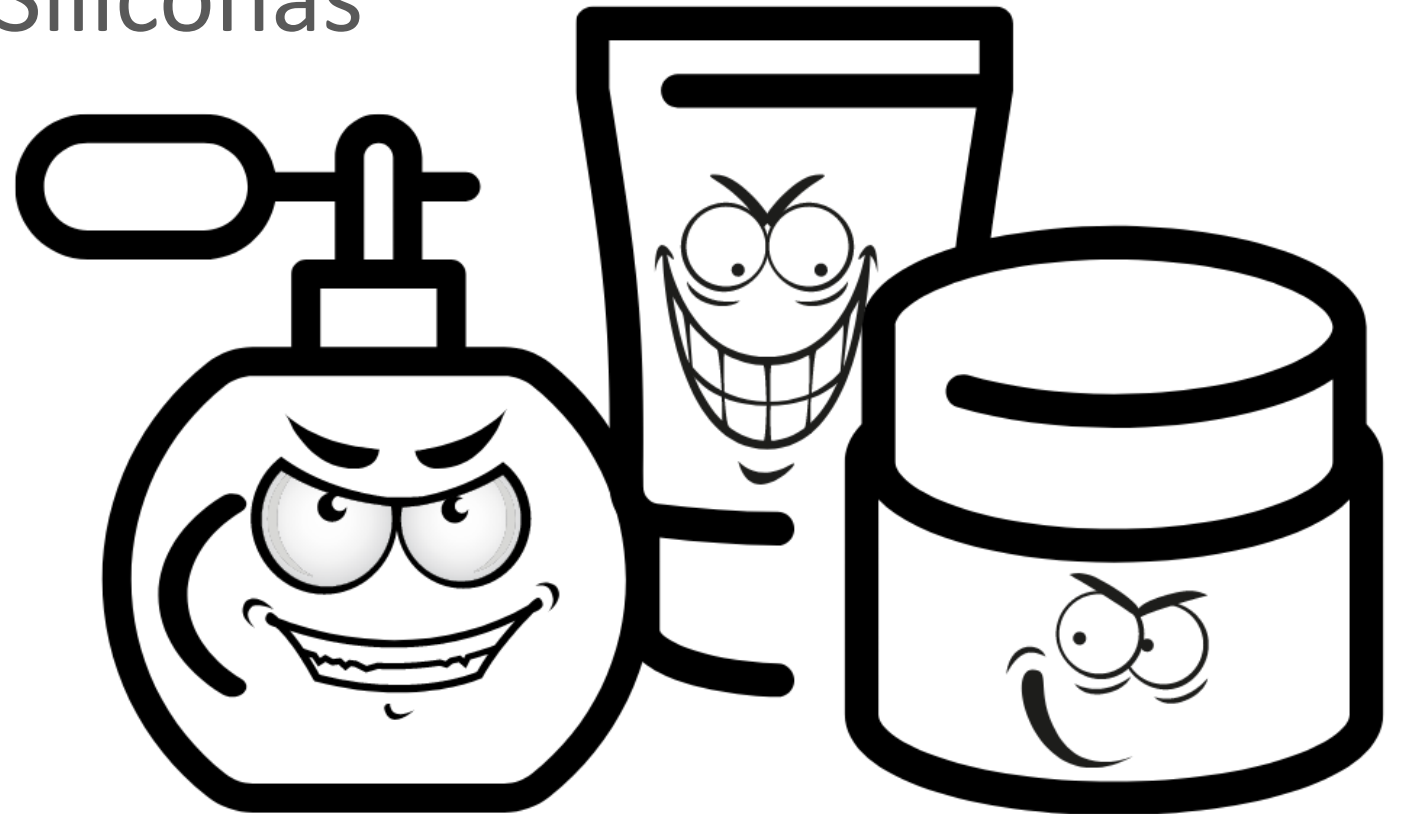
Parabenos



Villanos en el mundo de los cosméticos

Parabenos

Siliconas



Villanos en el mundo de los cosméticos

Parabenos

Siliconas

Vaselina



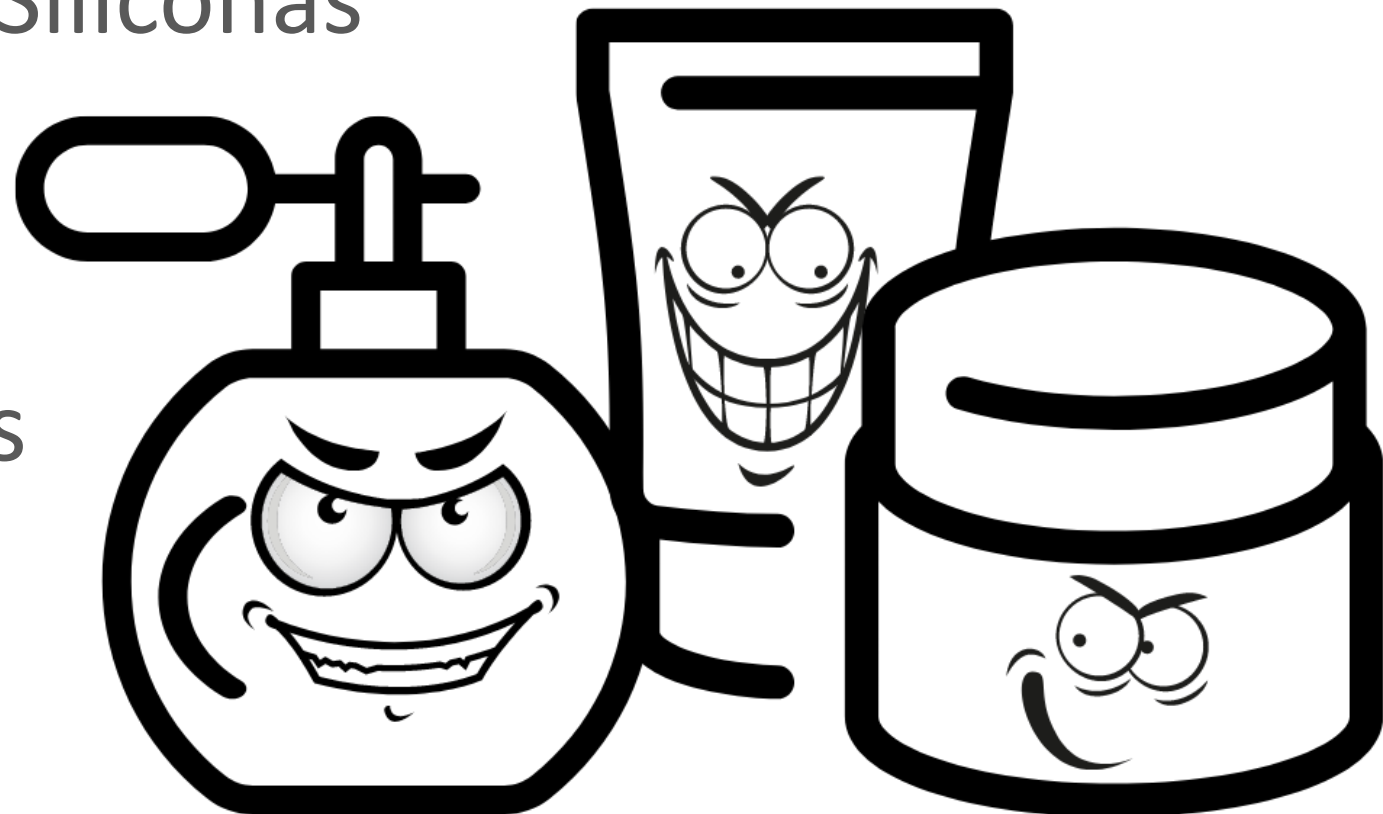
Villanos en el mundo de los cosméticos

Parabenos

Siliconas

Vaselina

Sulfatos



Villanos en el mundo de los cosméticos

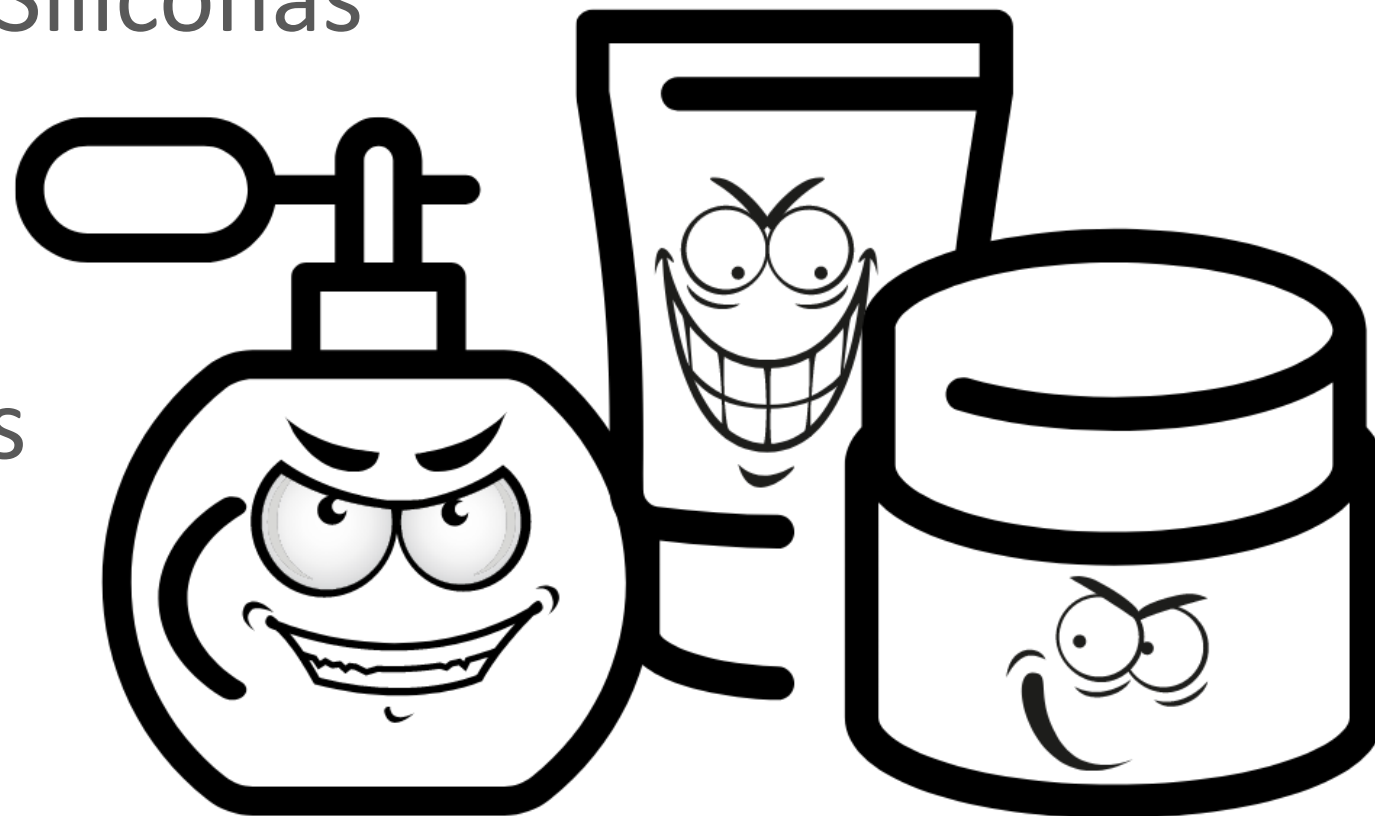
Parabenos

Siliconas

Vaselina

Sulfatos

Sales de aluminio



¿De dónde viene este miedo?

¿De dónde viene este miedo?

- Fake News

¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento

¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento
- Exceso de información

¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento
- Exceso de información
- Sensacionalismo

¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento
- Exceso de información
- Sensacionalismo
- ¿Qué más?

¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento
- Exceso de información
- Sensacionalismo
- ¿Qué más?

Miedo

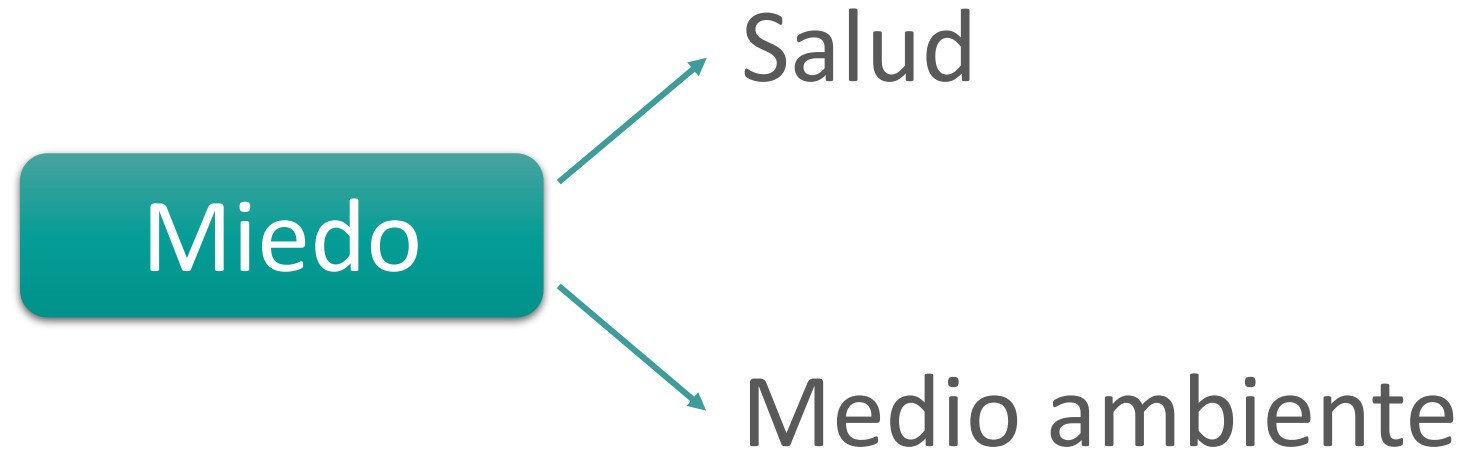
¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento
- Exceso de información
- Sensacionalismo
- ¿Qué más?

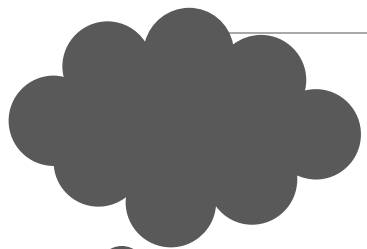


¿De dónde viene este miedo?

- Fake News
- Falta de conocimiento
- Exceso de información
- Sensacionalismo
- ¿Qué más?



“En caso de duda, será
mejor que deje de usarlo”



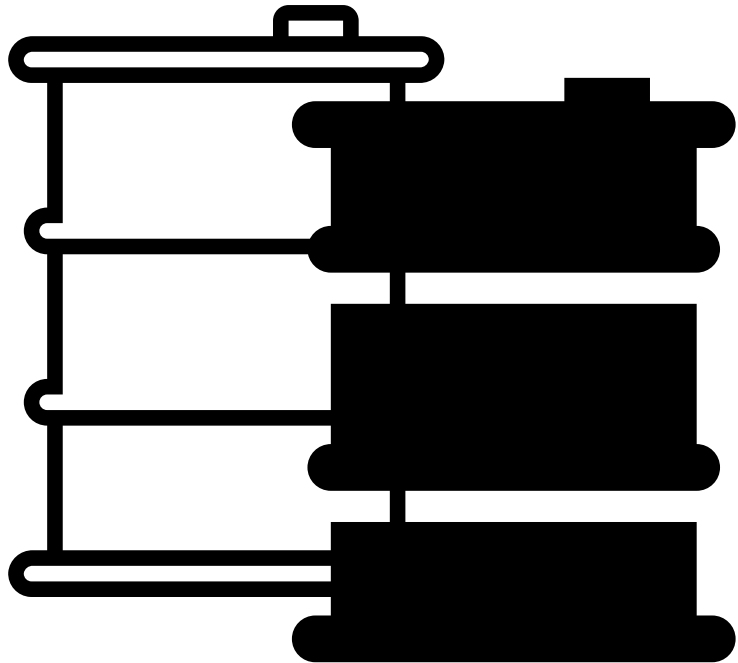
“En caso de duda, será mejor que deje de usarlo”

¿LO SERÁ?



Restricción

NECESIDAD DE REEMPLAZAR







Palm Oil / Aceite de Palma

- Aceite vegetal con propiedades muy interesantes

Palm Oil / Aceite de Palma

- Aceite vegetal con propiedades muy interesantes
- Cosméticos, Alimentos, Piensos, Combustible...

Palm Oil / Aceite de Palma

- Aceite vegetal con propiedades muy interesantes
- Cosméticos, Alimentos, Piensos, Combustible...
- Indonesia y Malasia

Palm Oil / Aceite de Palma

- Aceite vegetal con propiedades muy interesantes
- Cosméticos, Alimentos, Piensos, Combustible...
- Indonesia y Malasia
- 2015 – Indonesia supera a EE.UU. en emisiones de gases de efecto invernadero



National Geographic

INDONESIA - In 2015 this forest growing on peatland on the island of Borneo was burned to clear the land for oil palms. Air pollution from fires in Indonesia that year—some natural, some not—contributed to at least 12,000 premature deaths. Nearly half of Indonesia’s greenhouse gas emissions come from cutting or burning forests, including those on carbon-rich peatlands.

PHOTOGRAPH BY KEMAL JUFRI



Science

On a plantation in West Kalimantan in Indonesia, oil palms have replaced all but small patches of forest.

ARROWHEAD FILMS



Science

On a plantation in West Kalimantan in Indonesia, oil palms have replaced all but small patches of forest.

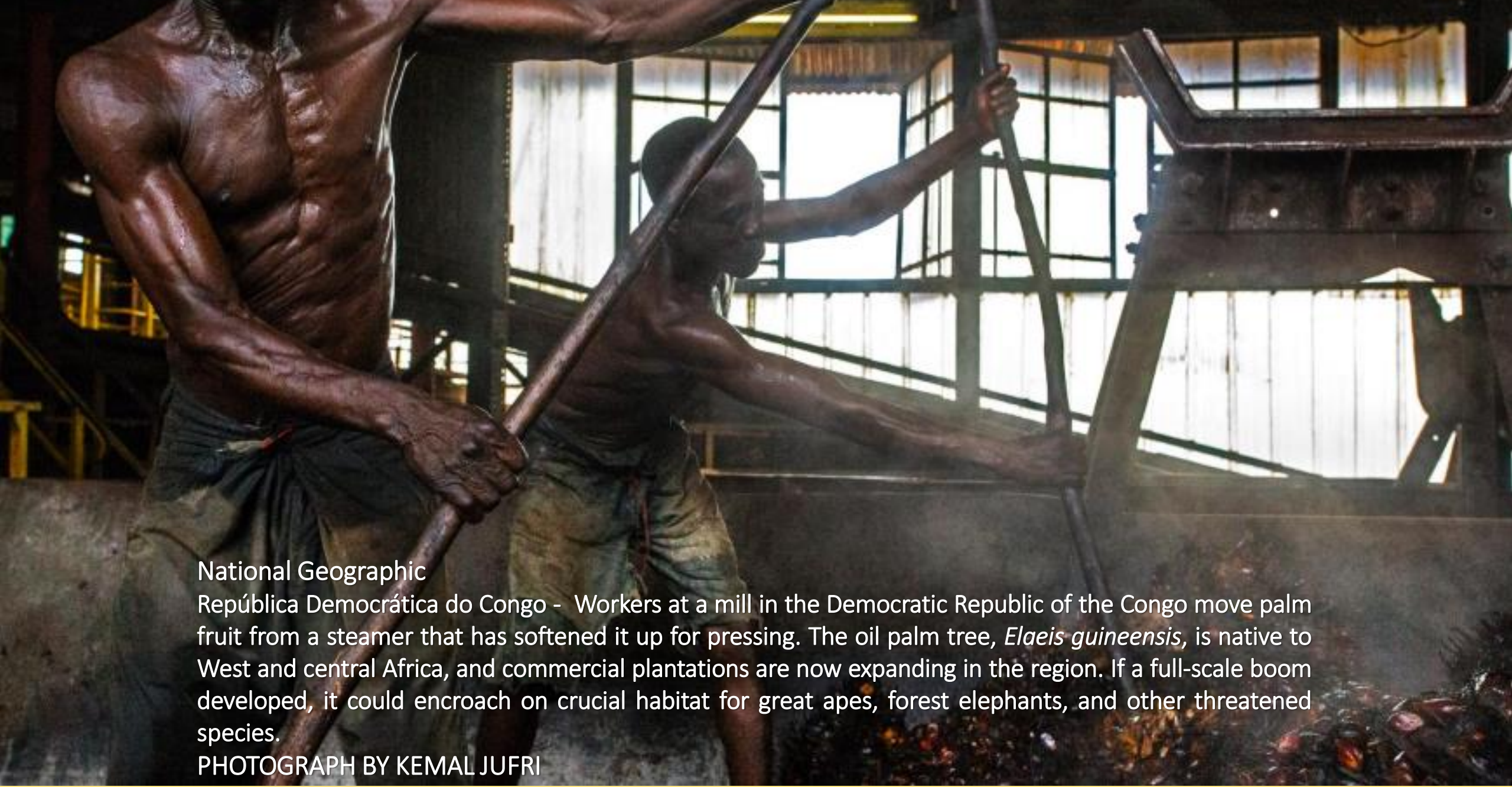
ARROWHEAD FILMS



Science
On a plantation in West Kalimantan in Indonesia, oil palms have replaced all but small patches of forest.
ARROWHEAD FILMS



Science
On a plantation in West Kalimantan in Indonesia, oil palms have replaced all but small patches of forest.
ARROWHEAD FILMS



National Geographic

República Democrática do Congo - Workers at a mill in the Democratic Republic of the Congo move palm fruit from a steamer that has softened it up for pressing. The oil palm tree, *Elaeis guineensis*, is native to West and central Africa, and commercial plantations are now expanding in the region. If a full-scale boom developed, it could encroach on crucial habitat for great apes, forest elephants, and other threatened species.

PHOTOGRAPH BY KEMAL JUFRI





Vegetalización

Diversificación!

Restricción/Prohibición injustificada

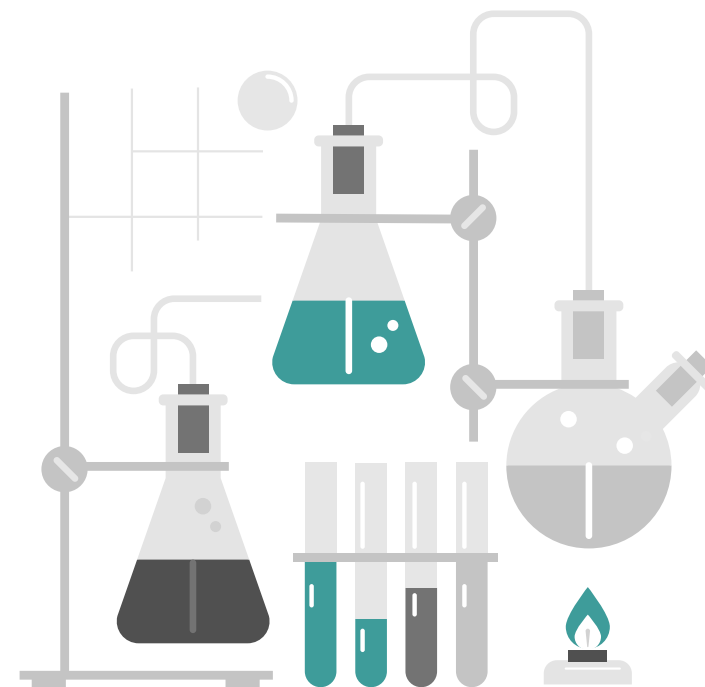
- Posibilidad de contaminación
- Explotación desenfrenada
- Fuentes escasas
- Aumento de \$

Restricción/Prohibición injustificada

- Posibilidad de contaminación
- Explotación desenfrenada
- Fuentes escasas
- Aumento de \$

¿Qué podemos hacer?



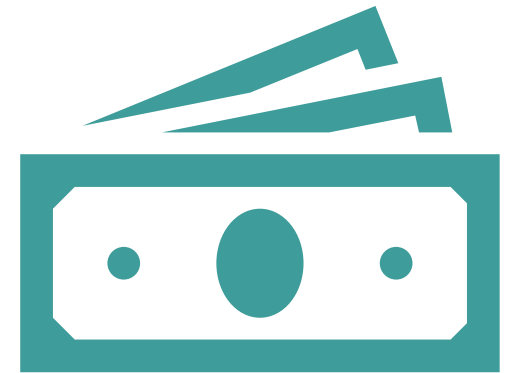


Ciencias

Ciencias

POSIBILIDAD DE CREACIÓN

Necesidades



Sustentabilidade

Sustentabilidade

- Menor consumo de energia

Sustentabilidade

- Menor consumo de energia
- Uso de energia renovable

Sustentabilidad

- Menor consumo de energía
- Uso de energía renovable
- Buen uso del agua

Sustentabilidad

- Menor consumo de energía
- Uso de energía renovable
- Buen uso del agua
- Menor cantidad necesaria

Sustentabilidad

- Menor consumo de energía
- Uso de energía renovable
- Buen uso del agua
- Menor cantidad necesaria
- Descarbonización

Sustentabilidad

- Menor consumo de energía
- Uso de energía renovable
- Buen uso del agua
- Menor cantidad necesaria
- Descarbonización
- Reducción de emisiones en el transporte

Sustentabilidad

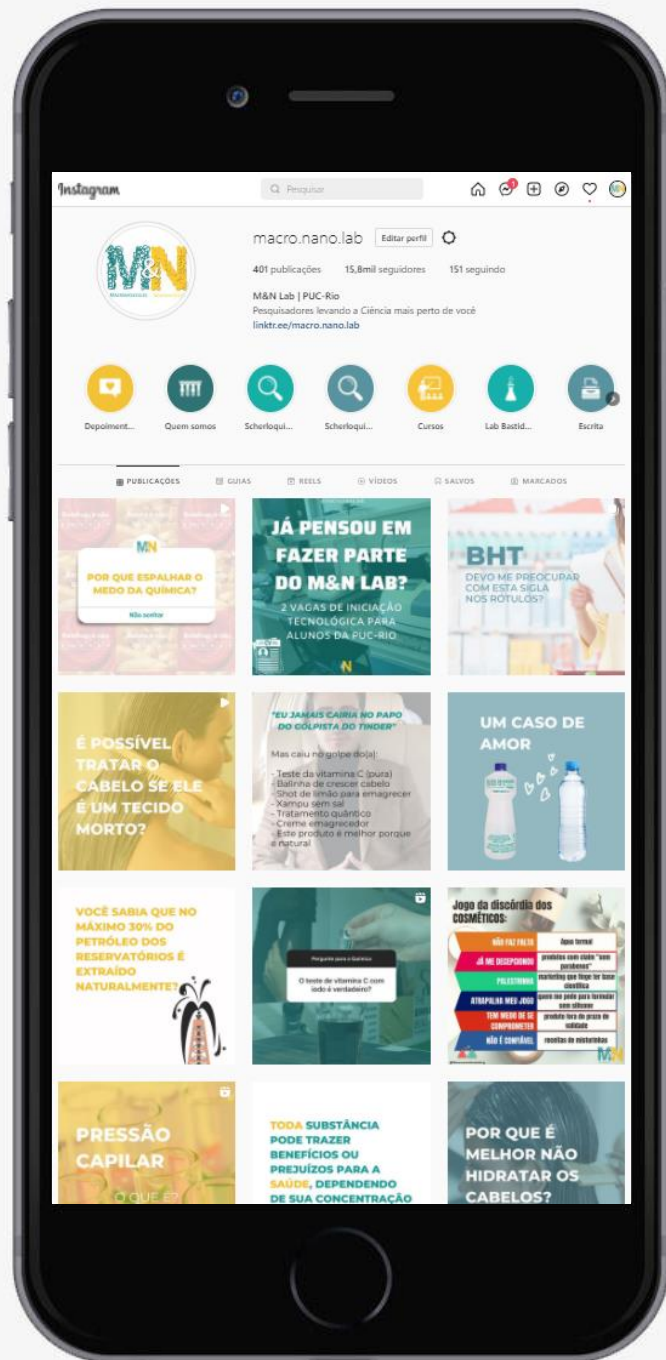
- Menor consumo de energía
- Uso de energía renovable
- Buen uso del agua
- Menor cantidad necesaria
- Descarbonización
- Reducción de emisiones en el transporte
- Entre otros

 La clave es la Ciencia 

Macromolecules & Nanoparticles Lab



@macro.nano.lab





Ana Percebom



@macro.nano.lab



www.fisquim.com/macro-nano



apercebom@puc-rio.br





Ana Percebom



@macro.nano.lab



www.fisquim.com/macro-nano



apercebom@puc-rio.br

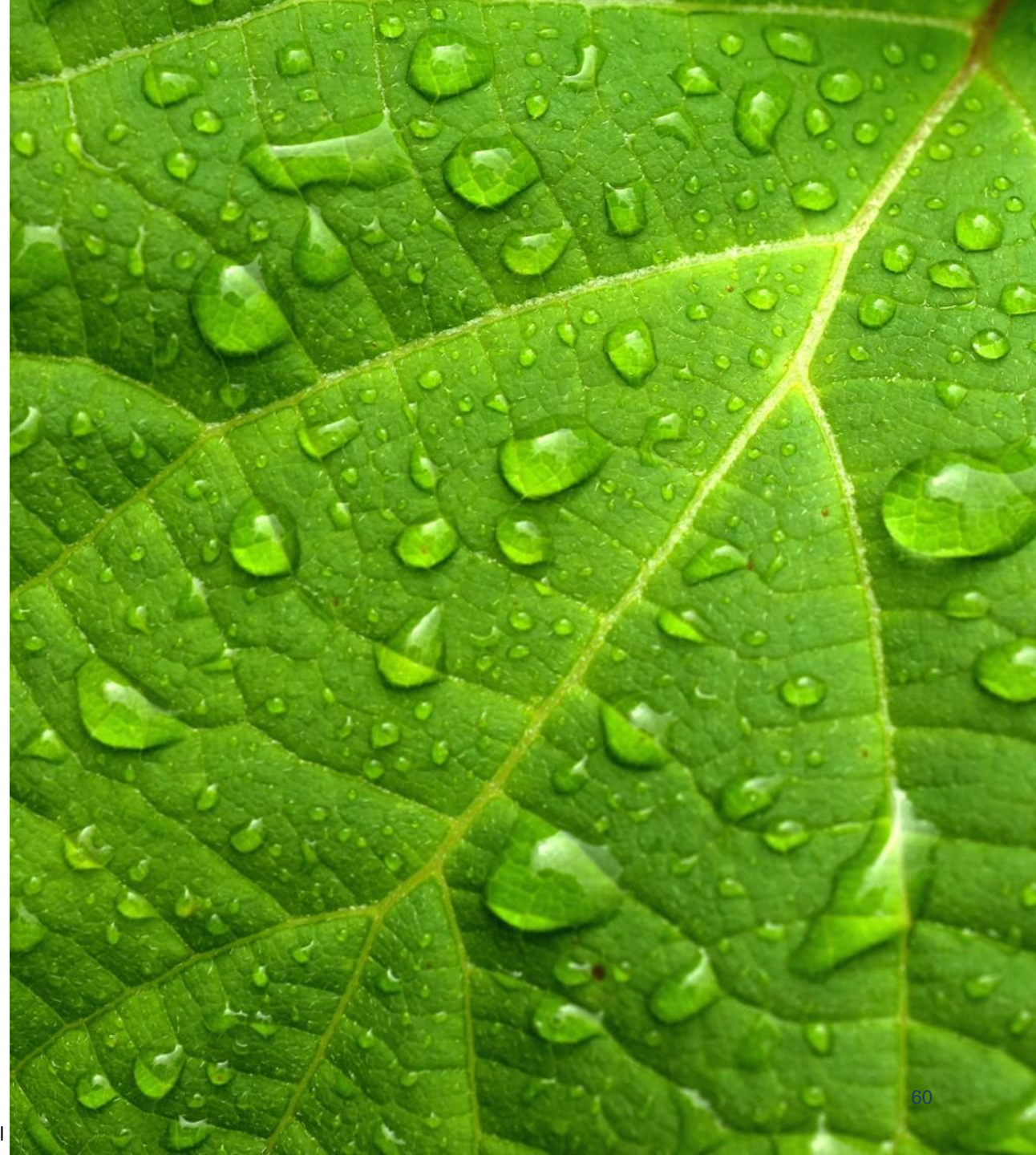


Llevar la Ciencia fuera de los muros de la Universidad

La Transformación del Portafolio de Dow para el Mercado de Cuidados Personales

Innovación y Sostenibilidad combinadas con alta performance de los Productos

Daisy de Sanctis



DOW PERSONAL CARE- TRANSFORMANDO EL PORTAFÓLIO



- 70% de vehículo de origen natural renovable y biodegradable.
- Sensorial suave y sedoso.
- Reduce las imperfecciones de la piel dejándola uniforme y luminosa.

- Polímero catiónico biodegradable y derivado de celulosa
- Alto acondicionamiento del cabello.
- Restaura la hidrofobicidad natural.

- 60% de vehículo de origen natural.
- Formador de película de larga duración.
- Resistente a oleosidad, al agua y a la fricción.

- Polímero biodegradable para geles y cremas de fijación del cabello.
- 100% de origen natural derivado del maíz.

Nuestras Soluciones: Ciencia, Innovación, Sostenibilidad & alta performance

DOWSIL™ EL-TIPS Silicone Elastomer

UCARE™ Extreme Polymer

DOWSIL™ FA PEPS Silicone Acrylate

MaizeCare™

Dowsil 1508 Gum blend

Cellosize™ Series

EcoSense™ SL-60 HA and HL Surfactants

EcoSmooth™ Rice Husk Cosmetic Powder

EcoSmooth™ Universal Fluid 1100

SunSpheres™ BIO SPF Booster

- Formulado en vehículo natural, renovable y biodegradable.
- Sensorial suave, sedosidad, brillo y protección térmica al cabello.

- Polímero no iónico derivado de celulosa & biodegradable.
- Modificador reológico.

- Surfactante 100% natural.
- Limpieza de la piel y cabellos con suavidad.
- Actúa como emulsionante.

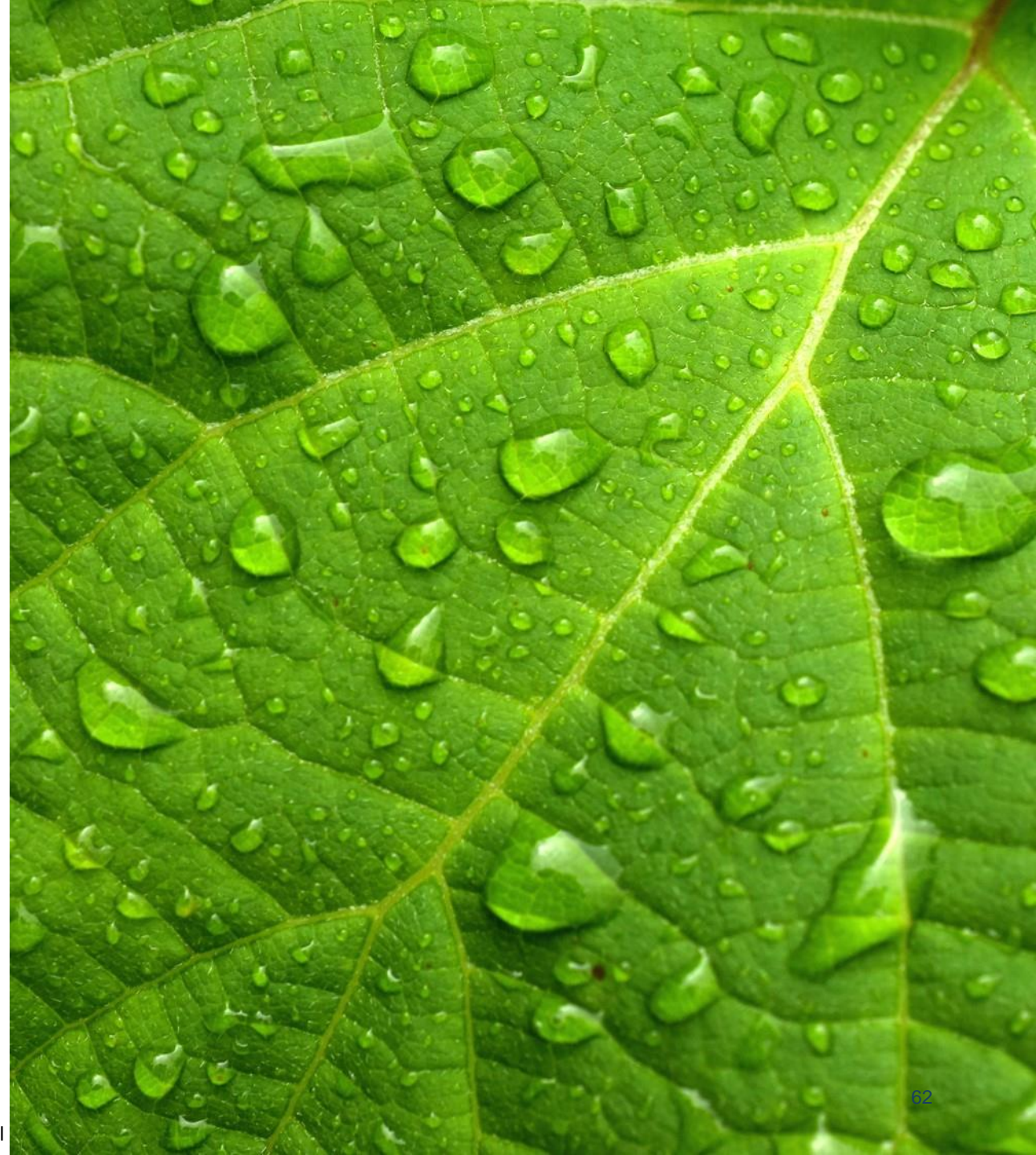
- Derivado da cáscara de arroz.
- Sensorial y efecto óptico de soft-focus en la piel.
- Absorción de agua y sebo.

- Producido a partir de residuos de plantas.
- Biodegradable y parcialmente volátil.
- 70% Natural (ISO 16128).
- Sensorial suave y buen deslizado en la piel.

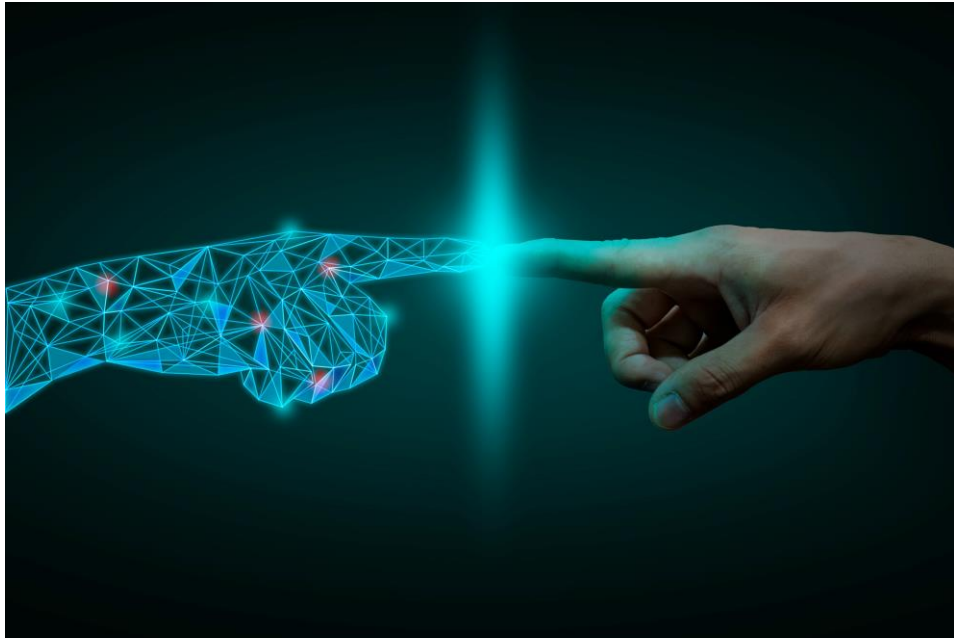
- Polímero derivado de celulosa & biodegradable.
- Incrementa el SPF, reduciendo la cantidad de Filtros UV, sin dejar efecto blanco en la piel.

La Digitalización en la Industria de Cuidados Personales

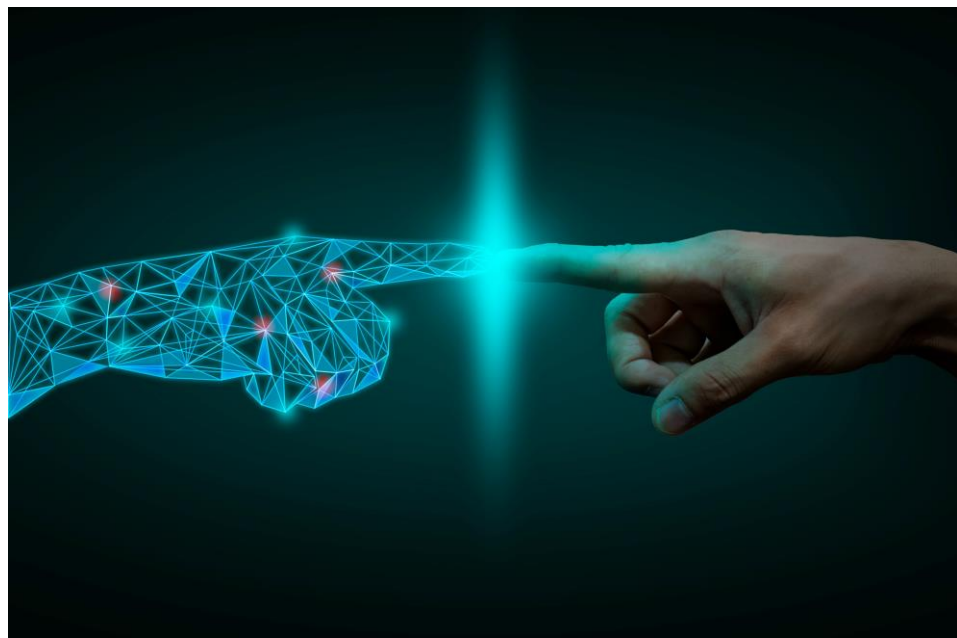
Rafael Santos



Tendencia de digitalización en la Industria Cosmética



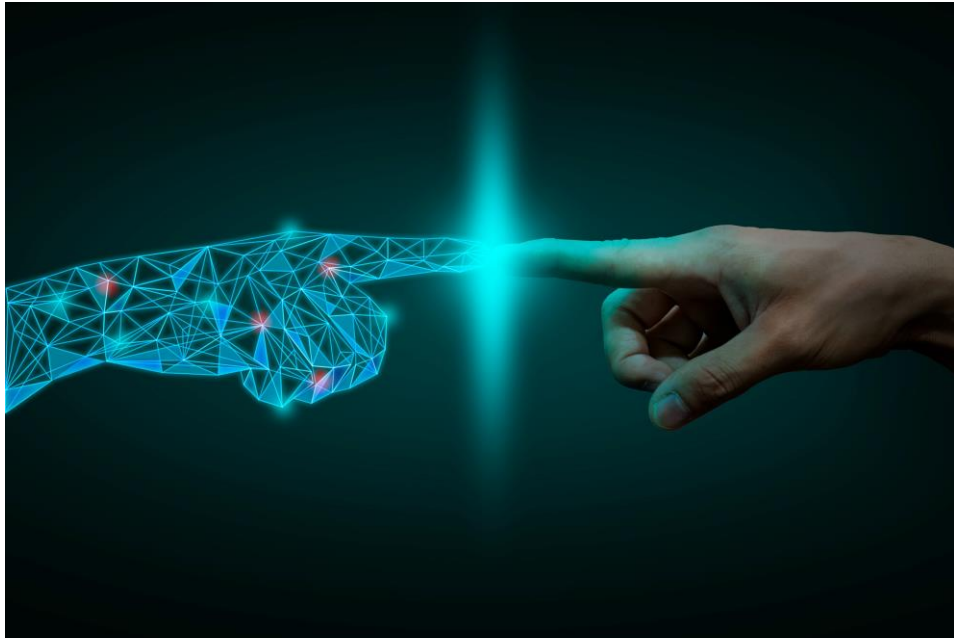
Tendencia de digitalización en la Industria Cosmética



9 de cada 10 brasileños
investigan en internet antes de
comprar



Tendencia de digitalización en la Industria Cosmética

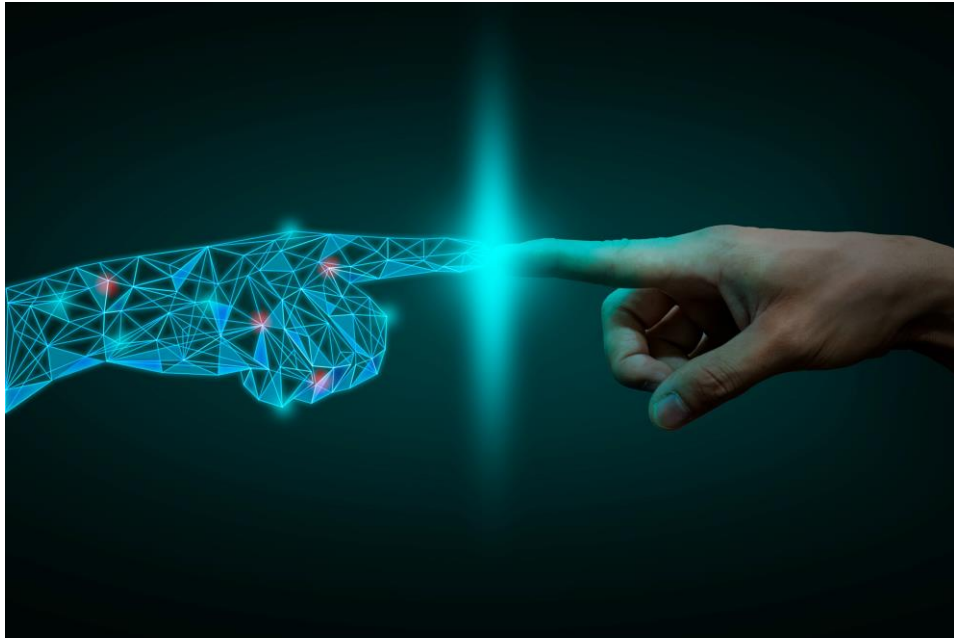


9 de cada 10 brasileños investigan en internet antes de comprar



80% de los brasileños usan su teléfono para tomar una decisión de compra mientras están en una tienda.

Tendencia de digitalización en la Industria Cosmética



9 de cada 10 brasileños investigan en internet antes de comprar



80% de los brasileños usan su teléfono para tomar una decisión de compra mientras están en una tienda.



Websites especializados en comparación técnica de productos ganan fuerza en el mundo de la cosmética.

Digitalización = Transparencia = Conocimiento



Digitalización = Transparencia = Conocimiento

Consumidores cada vez más
informados.



Digitalización = Transparencia = Conocimiento

Consumidores cada vez más **informados.**



45% de los brasileños buscan sitios web especializados y reseñas para tomar una decisión de compra.



Digitalización = Transparencia = Conocimiento

Consumidores cada vez más **informados.**



45% de los brasileños buscan sitios web especializados y reseñas para tomar una decisión de compra.



31% de los consumidores mexicanos estaría dispuesto a pagar más por productos de origen conocido.



Digitalización = Transparencia = Conocimiento

Consumidores cada vez más **informados.**



45% de los brasileños buscan sitios web especializados y reseñas para tomar una decisión de compra.



31% de los consumidores mexicanos estaría dispuesto a pagar más por productos de origen conocido.



39% de los colombianos buscan en internet productos de B&PC para ver si son amigables con el medio ambiente



Digitalización = Transparencia = Conocimiento

Consumidores cada vez más **informados.**



45% de los brasileños buscan sitios web especializados y reseñas para tomar una decisión de compra.



31% de los consumidores mexicanos estaría dispuesto a pagar más por productos de origen conocido.



39% de los colombianos buscan en internet productos de B&PC para ver si son amigables con el medio ambiente

“Dado que los consumidores buscan transparencia y confiabilidad de las marcas, es importante que las marcas sean **honestas sobre la seguridad de los ingredientes**, en lugar de simplemente jugar con temas de moda.” (Mintel - A year of innovation in haircare, styling & colour, 2022)



¿Qué pueden hacer las marcas?



¿Qué pueden hacer las marcas?

Sea **transparente** sobre sus ingredientes, procesos y afirmaciones.



¿Qué pueden hacer las marcas?

Sea **transparente** sobre sus ingredientes, procesos y afirmaciones.

Difundir información con base **científica**.



¿Qué pueden hacer las marcas?

Sea **transparente** sobre sus ingredientes, procesos y afirmaciones.

Difundir información con base **científica**.

Hablar en el **idioma** del consumidor.



¿Qué pueden hacer las marcas?

Sea **transparente** sobre sus ingredientes, procesos y afirmaciones.

Hablar en el **idioma** del consumidor.

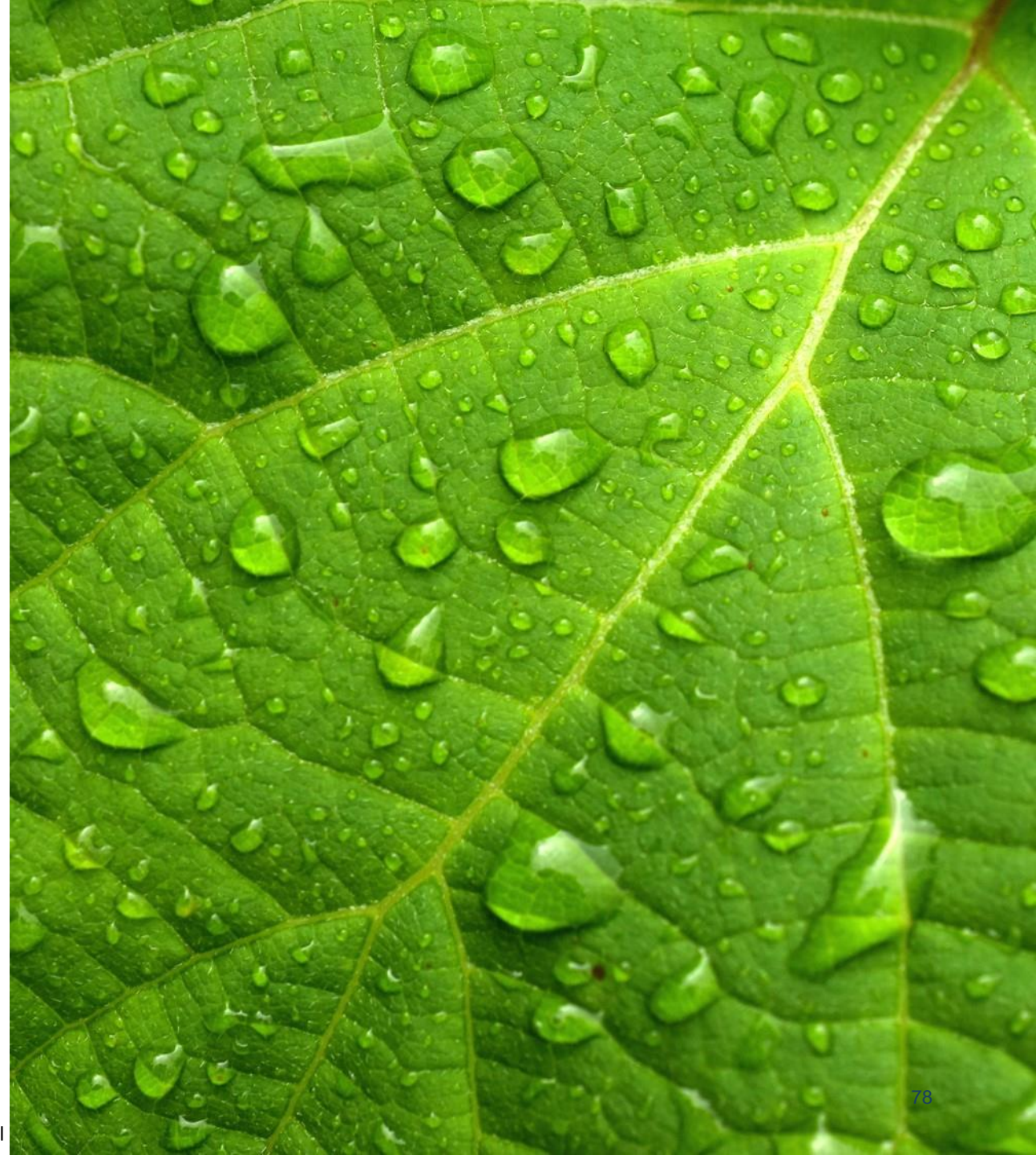
Difundir información con base **científica**.

Educar a los influencers para educar a los **consumidores**

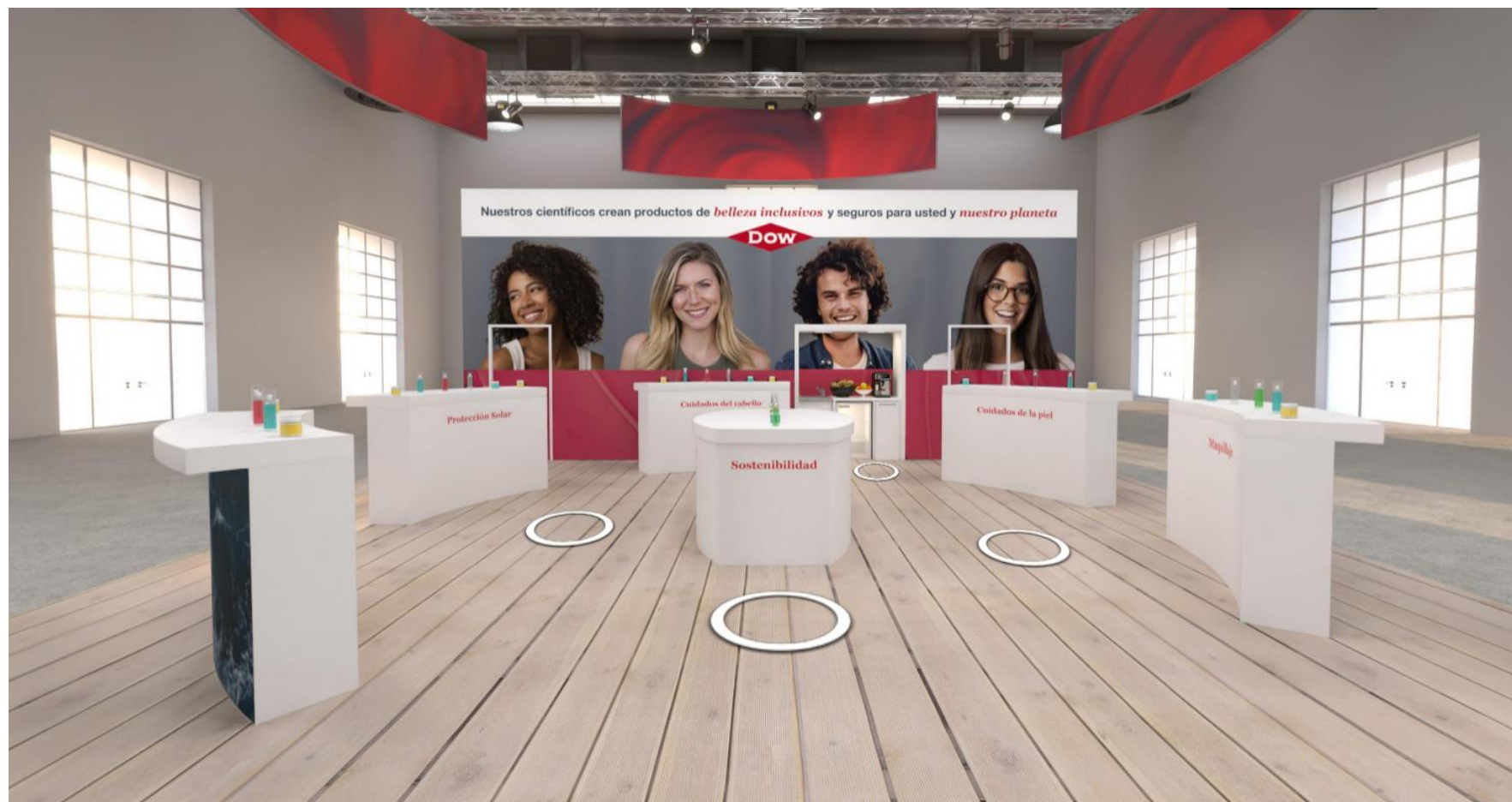


El Stand de Soluciones de Dow para la industria de Cuidados Personales

Sarah Dalla Valle



Dow Personal Care Virtual Booth (virtualbooth-dow.com)



Preguntas y Respuestas





Seek

Together™



Thank you

The information contained in this communication does not constitute an offer, does not give rise to binding obligations, and is subject to change without notice to you. The creation of binding obligations will occur only if an agreement is signed by authorized representatives of Dow and your company. Any reference to competitor materials contained in this communication is not an endorsement of those materials by Dow or an endorsement by the competitor of Dow materials.

To the fullest extent permitted by applicable law, Dow disclaims any and all liability with respect to your use or reliance upon the information. **DOW DOES NOT MAKE ANY WARRANTY OR REPRESENTATION, EXPRESS OR IMPLIED, WITH RESPECT TO THE UTILITY OR COMPLETENESS OF THE INFORMATION AND DISCLAIMS THE IMPLIED WARRANTIES OF MERCHANTABILITY AND FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE. DOW DISCLAIMS LIABILITY FOR ANY INCIDENTAL OR CONSEQUENTIAL DAMAGES.**

®™Trademark of The Dow Chemical Company ("Dow") or an affiliated company of Dow

© 2019 The Dow Chemical Company. All rights reserved.

000000

Form No. 00-0000-01 X

General Business