



## El Mercado de Cosméticos Orgánicos en el Reino Unido 2015 / Oficina Comercial en Londres



### Los cosméticos orgánicos y las certificaciones



Los cosméticos orgánicos son productos que se caracterizan por utilizar materias primas de origen natural para su producción, tales como grasas y extractos vegetales, ceras y aceites esenciales cultivados sin químicos, plaguicidas ni agroquímicos. Algunos de los ingredientes más comunes utilizados para la producción de estos cosméticos son aloe vera, aceite de abedul o de jojoba, semillas de lino, almendras y nueces de karité, aceite de coco o granada, hojas, raíces y granos.

El principal objetivo de estos productos es el mejorar la calidad de vida de las personas, al ser completamente saludables, y cuidar el medio ambiente.

Para ser reconocidos como orgánicos deben cumplir con ciertas regulaciones que posteriormente certifican la sanidad y organicidad del producto. Las certificaciones para el caso de estos productos son privadas y su aplicación es voluntaria.

Entre algunas de las propiedades que garantizan los certificados están que tanto el proceso de elaboración como los ingredientes que se incluyen en las formulaciones y los métodos de obtención de los mismos respetan el ecosistema y limitan los procesos químicos. Asimismo, que no se utilizan ingredientes manipulados genéticamente, que no se utilizan ingredientes animales a los que haya que sacrificar para obtener las sustancias cosméticas como grasa de ballena, colágeno de vaca, etc., que no se utilizan colorantes, conservantes o perfumes sintéticos de origen químico, entre otras.

#### ▪ PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES:

Dado a que no existe una clasificación específica para los cosméticos orgánicos, no se pueden obtener datos de cuales son los principales países proveedores de este producto al Reino Unido, ni en que cantidades.

Si bien, los principales países proveedores de cosméticos al Reino Unido son Alemania, Francia y USA, estos datos no se pueden extrapolar a los cosméticos orgánicos, ya que la totalidad de cosméticos importados incluye una gran variedad de productos no necesariamente de origen orgánico.

Sí, es posible mencionar, gracias a un estudio realizado por Cosmetics Design, que en Europa el mercado de los cosméticos orgánicos esta liderado por Alemania y Francia, que se llevan el 30% del total de participación de mercado, y donde la tasa de crecimiento se espera que aumente desde un 9,6% actual hasta un 10% para el 2020.

#### ▪ EXPORTACIONES CHILENAS:

Debido a la misma razón anterior, de falta de clasificación para los cosméticos orgánicos, no se puede saber con exactitud cuantas son las exportaciones que Chile realiza al Reino Unido.

Sin embargo, considerando los bajos niveles de exportación de cosméticos en general, se puede concluir que los niveles de comercio de productos orgánicos son más bajos aún. En los últimos cinco años, la mayor exportación en valor que Chile ha realizado al Reino Unido de productos cosméticos ha sido de £28.540 en el 2012, para en el 2013 disminuir a un valor de tan solo £3.950 y finalmente en el 2014 no exportar nada.

#### ▪ ANÁLISIS Y COMENTARIOS

Latinoamérica, y Chile dentro de dicha región, es un gran proveedor mundial de aceites vegetales y sus derivados, con productos naturales, ecológicos y orgánicos.

Según distintos informes, el mercado de productos orgánicos continúa creciendo a nivel mundial con consumidores cada vez más enfocados en productos naturales.

Chile cuenta con una excelente oportunidad por su variedad de materias primas para este tipo de productos, pero aún debe superar importantes desafíos, especialmente en temas de certificación.



## ■ La distribución y el consumo de Cosméticos Orgánicos en el Reino Unido

Los canales de distribución presentes en el mercado de los cosméticos en el RU son los siguientes:

### Distribución Selectiva

En muchos casos los cosméticos son distribuidos selectivamente. Es decir, su venta está asignada exclusivamente a ciertos minoristas o mayoristas. Este método se usa o para presentar una imagen de exclusividad, o para favorecer a un minorista en especial. Los contratos de exclusividad en la distribución no son siempre permanentes.

Un ejemplo de la distribución selectiva, es el lanzamiento de la línea de productos para el cuidado de la piel “Naked Truth” por el cirujano estético Darren McKeown en mayo del 2011. Esta línea, que incluye: deshidratante, desmaquilladora, crema para los ojos y líquido de rehidratación, se comercializará exclusivamente a través de la cadena de tiendas Superdrug.

### Minoristas Especializados

Los minoristas especializados de cosméticos incluyen The Body Shop, Lush Cosmetics, Molton Brown, L’Occitane, Space NK, Jo Malone y Neal’s Yard.

### Tiendas Corrientes

Las cadenas de tiendas de salud y belleza principales son Boots y Superdrug, ambas venden una amplia selección de cosméticos, que generalmente son más masivos que exclusivos. Otras tiendas del mismo tipo incluyen Lloyds Pharmacy, cadenas parecidas pero de menor tamaño y tiendas independientes.

### Grandes Almacenes

En el Reino Unido existen una gran cantidad de grandes tiendas que venden una amplia selección de productos, desde artículos para la casa, hasta ropa y comida gourmet. Estos también tienen una gran oferta de cosméticos, generalmente premium, pero también incluyen algunos de marcas propias. Además suelen tener puestos de marcas de cosméticos dentro de los departamentos. Los principales grandes almacenes son Debenhams, House of Fraser, John Lewis, Harrods, Harvey Nicholls y Selfridges.

### Supermercados

Los supermercados continúan su expansión en el sector de salud y belleza y ofrecen muchos productos con descuentos. Los principales supermercados británicos, como Tesco, Asda, Sainsbury’s, Morrisons y Waitrose también tienen ofertas en sus líneas de marcas propias, que se venden a precios relativamente bajos. La participación de los supermercados en el sector y la guerra de precios que existe entre ellos y sus demás competidores es la razón por la cual se mantienen bajo el valor de las ventas de los cosméticos masivos y corrientes.

### Venta Directa

La empresa Avon es un excelente ejemplo de la venta directa de cosméticos y perfumes, que se realiza tanto en línea como a través de representantes de ventas. Vie At Home es otra empresa que se especializa en la venta directa de los cosméticos en el Reino Unido. Esta empresa se lanzó el 1996 y ahora tiene más de 10.000 representantes de venta.

### Ventas por Internet

Debido al fuerte aumento que se ha producido en las ventas por internet en los últimos años, muchas tiendas, tanto especializadas como retails, venden sus productos cosméticos a través de este medio. Según la ONS (Oficina Nacional de Estadísticas del Reino Unido), las ventas por internet del *retail* equivalieron al 11,2% del total de sus ventas, lo que corresponde a un aumento de un 34,9% en los últimos cuatro años.

Por otro lado, un estudio realizado por EUROMONITOR nos muestra la evolución y pronóstico de las ventas de *retail* realizadas a través de smartphones en el Reino Unido para los años 2008 al 2018. Las ventas están medidas en unidades y muestran que desde el año 2008 hasta el año 2018 se producirá un aumento de un 700% en las ventas online por este medio. Además, hoy en día la mayoría de las tiendas posee ventas online, siendo incluso difícil encontrar alguna que no ofrezca esta opción.



## PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR PAÍS DE ORIGEN DE IMPORTACIONES (COSMÉTICOS EN GENERAL)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	PARTICIPACIÓN DE MERCADO	2010	2011	2012	2013	2014	Var 2014/2013
Francia	22,50%	265.252	278.016	293.721	329.474	332.059	0,8%
Estados Unidos	18,23%	229.874	234.193	245.454	281.046	269.019	-4,3%
Alemania	8,61%	141.894	125.534	120.864	119.155	127.118	6,7%
China	7,21%	89.816	98.065	102.961	112.656	106.346	-5,6%
Polonia	6,07%	81.383	84.801	90.642	83.615	89.599	7,2%
Irlanda	5,52%	80.028	73.737	68.391	74.933	81.435	8,7%
Bélgica	4,61%	40.555	48.151	44.122	54.151	67.967	25,5%
Italia	4,52%	57.642	58.386	52.952	63.241	66.686	5,4%
Suiza	3,88%	53.152	51.231	50.214	53.620	57.290	6,8%
Chile	0,00%	22	21	29	4	0	-100,0%
Otros	18,86%	227.659	237.525	243.637	272.395	278.386	2,2%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.267.276</b>	<b>1.289.660</b>	<b>1.312.988</b>	<b>1.444.291</b>	<b>1.475.904</b>	<b>2,2%</b>

Fuente: Her Majesty Revenues and Customs

## PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE COSMÉTICOS SEGÚN TIPO DE PRODUCTO (2013)

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN DE MERCADO
ARTÍCULOS TOCADOR	25,0%
ARTÍCULOS PARA PIEL	22,7%
CUIDADO DEL CABELLO	20,5%
PERFUMES	16,0%
MAQUILLAJE	15,8%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: [www.statista.com](http://www.statista.com)

## Principales actividades y ferias especializadas para Cosméticos Orgánicos

### FERIAS INTERNACIONALES RELEVANTES

- **Natural and Organic Products Europe**

Esta feria corresponde a una de las la más importantes ferias de productos naturales y orgánicos de Europa. Se divide en cuatro categorías: "Natural beauty & spa", "Natural food show", "Natural health" y "Natural living". En la sección de belleza se podrán descubrir las últimas innovaciones en productos de belleza naturales y orgánicos, pertenecientes a alrededor de 200 proveedores. Entre ellos, se podrán encontrar tanto grandes marcas como empresas emergentes que exhibirán sus últimos productos de belleza natural y bienestar.

Fecha: 17 al 18 de abril 2016

Dirección: ExCel London, One Western Gateway, Royal Victoria Dock, E16 1XL, London, UK.

Teléfono: +44 (0) 1273 645125

Página web: <http://www.naturalproducts.co.uk>

Email: [cdunning@divcom.co.uk](mailto:cdunning@divcom.co.uk)



## ■ Normativas aplicables y requisitos importación.

La importación de cosméticos originarios de Chile en el Reino Unido no requiere de pago de impuestos aduaneros, debido a que Chile se beneficia de un arancel preferencial para estos productos en el Acuerdo de Asociación Chile - UE. El único impuesto que debe pagar el país por sus productos es el IVA, el cual corresponde a un 20%.

En la Unión Europea, los cosméticos están regulados por la normativa: “(EC) No 1223/2009”, (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:EN:PDF>), de la Directiva de la Comisión Europea. En el Reino Unido, esta directiva está implementada por “*The Cosmetic Products Enforcement Regulations*” y sus enmiendas. Estas regulaciones definen cuáles son los ingredientes y sustancias que pueden contener los cosméticos y los ingredientes que tienen restricciones en relación al porcentaje del volumen total de producto final.

Estas regulaciones no permiten abastecer ningún producto cosmético proveniente de un país fuera de la Unión Europea si se han utilizado animales en las pruebas de laboratorios, cuando alternativas como las pruebas de probeta, o de células son también posibles.

### Evaluación de Seguridad

La legislación sobre cosméticos exige que cada producto esté sujeto a una evaluación de seguridad, antes de que entre al mercado, realizada por un profesional calificado, que tenga un diploma o título de calificación oficial reconocidas tras la finalización de una carrera universitaria que lo habilite.

Se recomienda que la evaluación sea en el formato de una declaración de opinión firmada y que el evaluador tome en cuenta lo siguiente:

- El perfil toxicológico general de cada ingrediente;
- La composición química de cada ingrediente;
- El nivel de exposición de cada ingrediente;
- Las características de exposición específicas de las áreas en que el producto será aplicado;
- Las características de exposición específicas de los individuos que van a usar el producto.

Por otra parte, cuando se introduce en el mercado un producto cosmético, la persona responsable deberá tener un expediente de información sobre el mismo, el que se mantendrá durante los diez años siguientes a la fecha en la que el último lote del producto se introdujo al mercado. El expediente del producto deberá contar con la siguiente información:

- Una descripción del producto cosmético que permita relacionar claramente el expediente con el producto;
- El informe de seguridad mencionado anteriormente;
- Una descripción del método de fabricación y una declaración de conformidad con las buenas prácticas de fabricación;
- Las pruebas que demuestren el efecto reivindicado por el producto cosmético, cuando la naturaleza o el efecto del producto lo justifique;
- Información sobre los experimentos en animales que se hayan realizado por el fabricante, sus agentes o proveedores, en relación con el desarrollo o la evaluación de la seguridad del producto cosmético o de sus ingredientes.

Antes de la introducción del producto cosmético en el mercado, la persona responsable debe presentar a la Comisión la siguiente información:

- La categoría del producto cosmético y su nombre o nombres que permitan su identificación específica;
- El nombre y la dirección de la persona responsable donde el expediente de información del producto esté disponible;
- El país de origen;
- El Estado miembro en el que se introduzca en el mercado el producto cosmético;



- Los datos de contacto de una persona física a la que dirigirse en el caso de necesidad;
- La presencia de sustancias en forma de nano materiales;
- El nombre y número de CAS (*Chemical Abstracts Service*);
- La fórmula marco que permita un rápido y adecuado tratamiento médico en caso de dificultades.

## Etiquetado

Para que un producto cosmético pueda circular libremente en el mercado europeo, su etiqueta debe cumplir con cierta información requerida por las regulaciones. La información que debe aparecer en la etiqueta del producto, la cual debe tener caracteres legibles y visibles, es la siguiente:

- El nombre o la razón social y la dirección de la persona responsable, especificando el país para los productos importados;
- El contenido nominal indicado en peso o volumen, salvo para los envases que contengan menos de 5 gramos o de 5 mililitros, las muestras gratuitas y las monodosis;
- La fecha hasta la cual el producto cosmético, almacenado en condiciones adecuadas, seguirá cumpliendo su función inicial;
- Las indicaciones y precauciones particulares de empleo;
- El número de lote de fabricación o la referencia que permita la identificación del producto cosmético;
- La función del producto, salvo si se desprende de su presentación;
- La lista de ingredientes.

## Productos Orgánicos

Si se pretende que un producto obtenga la clasificación de orgánico o natural, deberá pasar por las regulaciones de CPFUTR 2008 – “*Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008*” (*Regulación para la protección de los consumidores del comercio injusto*). Estas regulaciones no permiten que un producto haga creer, directa o indirectamente, a los consumidores que tiene características que en realidad no posee. Además, se aplica a lo largo de la cadena de suministros y cubre el etiquetado, publicidad, listas de precios, indicaciones engañosas e incluso reclamos ambientales.

Existen diferentes organismos certificadores de productos cosméticos naturales u orgánicos. Sin embargo, ninguno de estos organismos está respaldado específicamente por la ley. Todos son diferentes, aunque las diferencias son menores. Debido a que no existe una regla general para clasificar a un cosmético como orgánico legalmente, es que actualmente la ISO – *International Standards Organization* - está trabajando en la elaboración de un documento que contenga los requisitos necesarios que deben cumplir los productos para ser clasificados como orgánicos o naturales. Este documento debería estar listo durante el 2015. <http://www.ctpa.org.uk/annualreport/2013/#10/z>

## ■ Conclusiones y recomendaciones

El mercado británico tiene espacio para los cosméticos orgánicos dado que cada vez está más presente en la mentalidad del consumidor el uso de productos con este tipo de cualidades.

Chile, por su parte, tiene un interesante potencial en la producción de estos productos, dada la gran diversidad de materias primas con las que cuenta el país.

Sin embargo, aun hay muchos desafíos para poder abordar el mercado británico de manera correcta. Estos desafíos se relacionan principalmente con la necesidad de certificar las materias primas, mejorar los empaques, educación y aplicación de prácticas sustentables. Adicionalmente, resulta fundamental generar productos diferenciadores que cuenten con alguna característica que capture la atención de los clientes, por sobre los productos ya presentes en el mercado.

Para más información sobre la categoría de Cosméticos Orgánicos en el Reino Unido o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Santiago Lecaros al e-mail [slecaros@prochile.gob.cl](mailto:slecaros@prochile.gob.cl)