
Estudio de Mercado Cosméticos Naturales en Australia

Agosto 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Australia

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	10
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	10
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	13
1. Estadísticas 2010	13
2. Estadísticas 2009	13
3. Estadísticas 2008	14
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	16
1. Potencial del producto	16
1.1. Formas de consumo del producto	17

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	18
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	20
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	21
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	22
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>23</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>24</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>26</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>28</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>29</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>29</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>30</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Para el desarrollo del presente estudio se han elegidos 3 productos de la oferta chilena de cosméticos naturales:

1. Extracto de Caracol 0511.9990
2. Aceite de Jojoba: 1515.60
3. Aceite de Rosa Mosqueta: 1515.9010

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Extracto de Caracol: La extracto de caracol en su formulación de cosmético natural, es reconocido por prevenir y eliminar arrugas, atenuar estrías, eliminar cicatrices causadas por heridas y quemaduras de primer grado, quitar el acné, limpiar manchas producidas por el sol. Retarda el proceso de envejecimiento de los tejidos cutáneos y los protege de la acción oxidante de los radicales libres, mejorando la elasticidad, firmeza, densidad y textura de la piel, aliviando la irritación

Aceite de Jojoba: La aplicación habitual del aceite de jojoba facilita los procesos de regeneración celular y aumenta tanto la elasticidad como la suavidad y firmeza de la piel y cabello.

Aceite de Rosa Mosqueta: Aceite con gran poder regenerador de la piel en cicatrices, manchas, estrías y arrugas.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Extract of snail's slime 0511.9990

Jojoba oil 1515.60

Rose hip seed oil 1515.9010



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Están libres de arancel (0%).

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

Está libre de arancel independiente de su origen.

Si bien los cosméticos naturales ya estaban libres de aranceles, existe un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile y Australia que se encuentra vigente desde el 6 de marzo de 2009.

Lo que en términos comerciales implicó que durante el segundo año de vigencia del TLC cerca del 99,8% del valor total exportado ingresó al mercado australiano libre de pago arancelario se aplicó una desgravación inmediata que rige para el 91% del universo arancelario.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Australia tiene acuerdos comerciales vigentes con los siguientes países:

Acuerdo	Status	Movimiento	Arancel de Aduana para los demás países
Australia New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement (ANZCERTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Canadá Australia Trade Agreement (CANADA)	Bilateral	Recíproco	0%
Papua New Guinea Australia Trade and Commercial Relations Agreement (PATCRA)	Unilateral	No Recíproco	0%
Developing Country Preferential Rates	Tasas Especiales	No Recíproco	0%
Singapore-Australia Free Trade Agreement (SAFTA)	Bilateral	Recíproco	0%

Cooperation Agreement	Bilateral	No Recíproco	0%
Australia-United States Free Trade Agreement (AUSFTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Thailand-Australia Free Trade Agreement (TAFTA)	Bilateral	Recíproco	0%
Australia-Chile Free Trade Agreement (ACI-FTA)	Bilateral	Recíproco	0%
New Zealand Free Trade Area	Plurilateral	Recíproco	0%

Fuente: <http://www.customs.gov.au>

Para mayor información, diríjase al sitio web de la Aduana Australiana:

Customs Australia, <http://www.customs.gov.au/site/page6010.asp>

4. OTROS IMPUESTOS:

Tiene un **impuesto GST**.

El GST es un impuesto pagado por los importadores (impuesto indirecto) y equivale al 10% del valor total de la mercancía. Este impuesto es el equivalente al IVA chileno, y debe ser tomado en cuenta como referencia en cuanto al valor final de venta del producto en el mercado.

El GST se aplica sobre los productos y servicios vendidos en Australia, incluyendo los productos importados.

La gran mayoría de los productos básicos para consumo humano están libres de GST. Sin embargo es una **obligación revisar cada producto individualmente para conocer su status, ya que algunos productos más elaborados pueden no estar libres de GST. Para mayor información diríjase a la siguiente página web:**

<http://www.ato.gov.au/businesses/content.asp?doc=/content/18694.htm>

<http://www.ato.gov.au/content/downloads/bus18694nat3338072010.pdf>

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Australia es un país que se caracteriza por tener un control riguroso de los productos que entran al país para evitar el ingreso de productos tóxicos, virus o especies que puedan afectar su patrimonio fitosanitario. Es por esto que las principales barreras para-arancelarias con las que se enfrentan los exportadores chilenos son los procedimientos

del Servicio de Cuarentena e Inspecciones Australia (AQIS). Todos los productos deben contar con la documentación requerida para ser ingresados, y aprobar las pruebas de control de cuarentena.

Por otro lado, para el importador australiano es muy importante establecer relaciones comerciales duraderas, tener un abastecimiento continuo, y contar con productos que sean no-tóxicos de acuerdo a las regulaciones australianas. Se sugiere al exportador visitar el portal de la aduana y cuarentena Australiana para que conozca los requisitos específicos que debe cumplir cada producto antes de ingresar al país.

AQIS es el organismo gubernamental que maneja los controles de cuarentena en las fronteras para minimizar el riesgo de plagas y enfermedades exóticas que pudiesen entrar al territorio nacional. También proporciona la inspección y certificación de importación y exportación para mantener el status fitosanitario altamente favorable del país, trabajando estrechamente con otros organismos gubernamentales australianos relacionados con la salud y alimentación.

Para mayor información visitar:

Centro de Información y Asistencia de la Aduana Australiana (Customs Information and Support Centre)

Página web: <http://www.customs.gov.au/site/page4368.asp>.

Teléfono: +61 2 6275 6666

Correo electrónico: information@customs.gov.au

Centro de Información y Asistencia del Servicio de Cuarentena e Inspección Australiana (Quarantine and Inspection Service)

Teléfono: +61 2 6272 3933

Portal Web: <http://www.aqis.gov.au>



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Los requisitos generales para la importación de cosméticos a Australia son:

Cosméticos

- **Productos totalmente fabricados (listo para la venta) con componentes de animales de menos de 20%:**

Cosméticos que entran en esta categoría podrá importarse sin un permiso de importación, sin embargo los importadores necesitan comprobar el caso del icono de cosméticos (que sales abajo) y garantizar que puedan satisfacer otros requisitos de importación.

- **Ingredientes parcialmente manufacturados, crudos o productos con más de 20% de componentes animales:**

La siguiente información debe acompañar todas las aplicaciones para importar cosméticos que caen en la categoría:

- lista completa de ingredientes incluyendo el porcentaje de cada ingrediente para agregar hasta 100 por ciento (incluye agua)
- especie y país de origen para todos los ingredientes que derivan de animales
- Complete la información de fabricación de cada ingrediente y del producto final.

Nota: la información anterior se presentará en forma de declaración del fabricante. La declaración debe ser:

- del fabricante
- en el membrete del fabricante (incluyendo la dirección de la compañía y país)
- firmado por un empleado de la empresa desde el sitio de fabricación cuyo nombre, título y datos de contacto también aparecen
- con fecha y libre de raspaduras y alteraciones sin certificar (alteraciones de todos deben ser rubricados por el empleado de la empresa responsable de la firma de la declaración)
- escrito en inglés.

Para más información:

http://www.daff.gov.au/aqis/import/biological/checklist/cosmetics?SQ_DESIGN_NAME=text_only

REQUISITOS DE AUSTRALIAN QUARANTINE AND INSPECTION SERVICE - AQIS

Condición C5401

Para envíos comerciales

1. Una entrada de cuarentena es necesaria para todos los envíos de productos cosméticos que contengan animal, microbiano o ingredientes de barro.

2. Comerciales envíos de cosméticos podrán importarse sin un permiso de importación si:

a) El cosmético contiene menos del 20% de la masa de material de origen animal (ej. almizcle, civeta o ámbar gris). A estos efectos, Lanolina no es material de origen animal. Cosméticos que contienen más de 20% productos de abeja, consulte caso icono "Abeja de miel productos (excepto el polen)-, nido de abeja, jalea real, propóleo, cera de abejas y bee venom"; y/o

b) cosmético contiene extractos de plantas de fabricación y aceites vegetales.

3. Es responsabilidad del importador para proporcionar documentación suficiente para satisfacer al oficial de cuarentena que el producto no contiene componentes que requieren un permiso de importación. La documentación puede incluir declaración o etiqueta del producto demostrando que un fabricante:

a) el producto contiene ingredientes animales de menos de 20 %

b) el producto contiene sólo extractos vegetales y aceites.

Las declaraciones del fabricante deben cumplir con los requisitos del formato.

4. En caso de envíos no están cubiertos por documentación válida o están cubiertos por documentación con una declaración incorrecta, los envíos estarán sujetos a inspección para garantizar que el producto contiene menos de 20% de extracto vegetal y material animal. Se aplicará una tarifa de inspección. Si una inspección no ayuda a identificar la naturaleza del producto, el programa de productos biológicos, Oficina de Canberra AQIS puede ser contactado por correo electrónico, teléfono +61 2 6272 4578 y fax +61 2 6249 1798 para evaluar otras alternativas.

5. Cosméticos no mencionados anteriormente, requieren de un permiso de importación otorgado por AQIS en Canberra.

Para mayor información:

http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_casecontent.asp?intNodeId=7971239&intCommodityId=8971&Types=none&WhichQuery=Go+to+full+text&intSearch=1&LogSessionID=0

REQUISITOS PARA CERTIFICAR UN PRODUCTO COMO ORGANICO

Desde 2009, en Australia, todos los productos orgánicos tienen que cumplir con los estándares de **Australian Organic Standard (AOS) perteneciente a la Biological Farmers of Australia – BFA** - para validarse como tal, por lo cual se deben cumplir con los siguientes requisitos:

Para cosméticos y productos para el cuidado de la piel

BFA Registered Approved Product: Productos a base de minerales pueden contener menos que el 95% de ingredientes certificados como orgánicos. Aditivos, preservativos e insumos de transformación siguen calificando para esta certificación. Estos no pueden denominarse como “certificados en forma orgánica” (certified Organic), pero pueden denominarse “realizado con ingredientes orgánicos” y/o “Producto aprobado por BFA” (made with organic ingredients) and/or (BFA Approved Product) utilizando el logo registrado por esta institución.

<http://www.bfa.com.au/IndustryResources/BFAPublications/AustralianOrganicStandard.aspx>

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

La agencia gubernamental ante la cual se deben tramitar los permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas es el **Servicio de Inspección y Cuarentena de Australia (Australian Quarantine and Inspection Service, AQIS)**, perteneciente al Departamento de Agricultura, Pesca y Forestal (**DAFF**). Los requisitos de ingreso de cada producto pueden variar cada año y se pueden encontrar en la página web de AQIS en el siguiente link:

http://www.aqis.gov.au/icon32/asp/ex_querycontent.asp



3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



Aceite de Jojoba



Product of Chile
Rose Hip Oil
 Code: 7477 15ml

"Miraculous" Rose Hip Oil for all kinds of skin Imperfections

A 100% concentrate of Pure Rose Hip Oil extracted from the seed of Rosa Mosqueta, the mystical wild rose of Chile. With its abundant reservoir of essential fatty acids (oleic, linoleic, linolenic), carotenoids, flavonoids, vitamin C and vitamin A derivative, this therapeutic oil is proven to have highly potent cellular regenerative properties.

Rose Hip Oil is effective for:

Scars - lightens scars caused by acne, chicken pox, surgery, cuts and burns.
Aged Skin - halts and reverses signs of ageing - wrinkles, crows feet, sagging skin, pigmented spots.
Dehydrated Skin - restores hydration to skin tissues for a glowing and radiant complexion.
Stretch Marks - significantly reduces the size, depth and colour of stretch marks.
Damaged Hair and Flaky Scalp - rebuilds inner structure for healthier shinier hair. Also alleviates dryness and flaking associated with problem scalp.

NUTRITIONAL FACTS

NUTRITIONAL SUPPLEMENT

Minerals

MSM
 Selenium
 Iron
 Potassium
 Calcium
Protein
 Milk Peptides

Vitamins

Vitamin A
 Vitamin B1
 Vitamin B3 (Niacinamide)
 Vitamin B5
 Vitamin B6
 Vitamin C
 Vitamin D
 Vitamin E
 Vitamin F

Glucides

Sodium Hyaluronate

Lipids

Phytosterols
 Triglycerides
 Omega-3
 Omega-6
 Omega-9

BEAUTY SUPPLEMENT

Swiss Apple Cell Culture
 Rosehip Seed Oil

Aceite de Rosa Mosqueta



Mia Beauty Ltd



Extracto de Caracol

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

Extracto de Caracol 0511.9990

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	N/D	11,337	49%
Alemania	N/D	2,352	10%
China	N/D	2,107	9%
Chile (72)	N/D	0	0%
Subtotal	N/D	15,796	69%
Total	N/D	22,919	100%

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	N/D	9,517	49%
Tailandia	N/D	2,413	12%
Estados Unidos	N/D	1,710	8%
Chile (51)	N/D	0	0%
Subtotal	N/D	13,64	71%
Total	N/D	19,319	100%

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Nueva Zelanda	N/D	7,814	42%
Tailandia	N/D	3,100	17%
China	N/D	2,571	14%
Chile (10)	N/D	0,194	1%
Subtotal	N/D	13,679	73%
Total	N/D	18,718	100%

Fuente: World Trade Atlas

Aceite de Jojoba: 1515.60

4. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
País 1	N/D	N/D	N/D
País 2	N/D	N/D	N/D
País n	N/D	N/D	N/D
Chile (Posición)	N/D	N/D	N/D
Subtotal	N/D	N/D	N/D
Total	N/D	N/D	N/D

5. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
País 1	N/D	N/D	N/D
País 2	N/D	N/D	N/D
País n	N/D	N/D	N/D
Chile (Posición)	N/D	N/D	N/D
Subtotal	N/D	N/D	N/D
Total	N/D	N/D	N/D

6. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
País 1	N/D	N/D	N/D
País 2	N/D	N/D	N/D
País n	N/D	N/D	N/D
Chile (Posición)	N/D	N/D	N/D
Subtotal	N/D	N/D	N/D
Total	N/D	N/D	N/D

Fuente: World Trade Atlas

Aceite de Rosa Mosqueta: 1515.9010

7. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	N/D	11,030	49%
Malasia	N/D	3,310	15%
Italia	N/D	2,199	10%
Chile (12)	N/D	0,217	1%
Subtotal	N/D	16,756	75%
Total	N/D	22,438	100%

8. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	N/D	8,656	49%
Malasia	N/D	3,886	22%
China	N/D	1,253	7%
Chile (13)	N/D	0,074	0,4%
Subtotal	N/D	13,869	77%
Total	N/D	17,821	100%

9. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	N/D	5,793	55%
Malasia	N/D	2,617	16%
Singapur	N/D	2,499	15%
Chile (16)	N/D	0,051	0,3%
Subtotal	N/D	10,51	66%
Total	N/D	16,020	100%

Fuente: World Trade Atlas

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

A nivel mundial, los productos cosméticos y artículos de tocador que contienen ingredientes naturales han crecido en ventas, los fabricantes han capitalizado el creciente interés de los consumidores en la salud y el bienestar y han comenzado a invertir en nuevos desarrollos de productos que contienen ingredientes naturales.

El mayor potencial de crecimiento en el mercado de artículos de aseo y cosmética natural se encuentra en sectores tales como el cuidado del bebé, baño y productos de ducha y cuidado del cabello.

Debido a la inclemencia del tiempo que caracteriza Australia, los productos cosméticos deben ajustarse a estas condiciones climáticas. Resultado de esto, Australia es un proveedor líder en productos de protección solar y cremas de auto-bronceado, que son reconocidos por cumplir tanto con estrictos estándares de calidad como con propiedades de anti envejecimiento.

En años recientes, se ha apreciado un aumento de la demanda por productos que contienen vitaminas y minerales, por lo que consecuentemente, hay un importante interés tanto local como internacional por los productos naturales de cuidado de la piel de origen australiano. Estos utilizan ingredientes vegetales tales como **melaleuca y eucalyptus**.

La era del “consumo ético” también está influenciando la demanda, un creciente número de consumidores toman en cuenta las consecuencias éticas, sociales, y medioambientales de sus compras y las empresas proveedoras.

Las áreas claves de crecimiento son: productos para el cabello, cosmética para hombres, productos de bebe, productos dermatológicos, aromaterapia, productos naturales y protectores solares.

Los salones de belleza y spas también muestran un crecimiento tanto en Australia como a nivel internacional.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

- **El extracto de Caracol** viene en forma de crema o un gel. La forma más natural es un gel, porque es la misma textura que su ingrediente principal. Se usa para mejorar la calidad de la piel envejecida por el tiempo o la exposición a la radiación ultravioleta, eliminar manchas de la piel y el tratamiento del acné. Se aplica dos veces al día.
- **El aceite de Jojoba** no se usa solamente para la piel pero también para el cabello. Debido a su capacidad de mezclarse con la grasa, el aceite de jojoba ayuda a disolver y desplazar el sebo que obstaculiza el folículo, dejándolo libre para reanudar su normal funcionamiento siempre y cuando no haya sido destruido todavía. Los productos para el cuidado del cabello (champús, cremas) que contienen jojoba proporcionan mayor brillo y suavidad al pelo, ayudando en su regeneración y actuando contra la grasa y sequedad cutánea.

El aceite de jojoba está indicado para los problemas de la piel tanto por sequedad extrema como por desequilibrios de sebo. El aceite de jojoba es una cera que actúa directamente contra el envejecimiento, hidrata las pieles secas. La aplicación habitual del aceite de jojoba facilita los procesos de regeneración celular y aumenta tanto la elasticidad como la suavidad y firmeza de la piel.

Además de su alto contenido en ceramitas, también está presente en el aceite de jojoba la vitamina E, que actúa como antioxidante y protege a la piel de los radicales libres.

- **El aceite de rosa mosqueta** puede venir puro en forma de aceite o como ingrediente en cremas. Los ácidos que contiene el aceite de Rosa Mosqueta son sustancias nobles, indispensables para áreas en las que existen altos índices de proliferación de células nuevas, tales como las del rostro.

Además de sus efectos en las capas externas de la piel, el Aceite de Rosa Mosqueta también vitaliza las células de las capas internas, revigorizando el fibroblasto, células que producen colágeno y elastina, responsables de la firmeza y elasticidad de la piel.

Para uso regular, se aplica directamente sobre la piel limpia de preferencia en la noche, dando un ligero masaje en la zona; en el agua del baño, después del depilado o rasurado, como base de maquillaje, o después de una mascarilla.

Para el cuidado del cabello, se aplica con un algodón en el cuero cabelludo y raíces, después se da un suave masaje con los dedos y se envuelve la cabeza con una toalla, se deja actuar de 2 a 3 horas y posteriormente se lava con el champú habitual. También se puede agregar al champú de uso cotidiano, se recomiendan 10 gotas por cada 30 ml.

Para tratamientos de arrugas, cicatrices, y estrías, se aconseja su aplicación en las mañanas y en las noches, se recomienda continuar el tratamiento usando el aceite como parte de la rutina de cuidado de la piel, diariamente.

Para problemas dermatológicos lavar la zona con jabón neutro y secar perfectamente, aplicar el aceite con suaves masajes (si la condición de la piel lo permite) repetir el proceso 3 o 4 veces al día.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Muchos de los cosméticos naturales se venden a través de internet o en farmacias especializadas en productos naturales. Ejemplos de empresas que venden por internet y envían directamente al consumidor:

Extracto de caracol:



<http://www.missha.com.au/index.php>

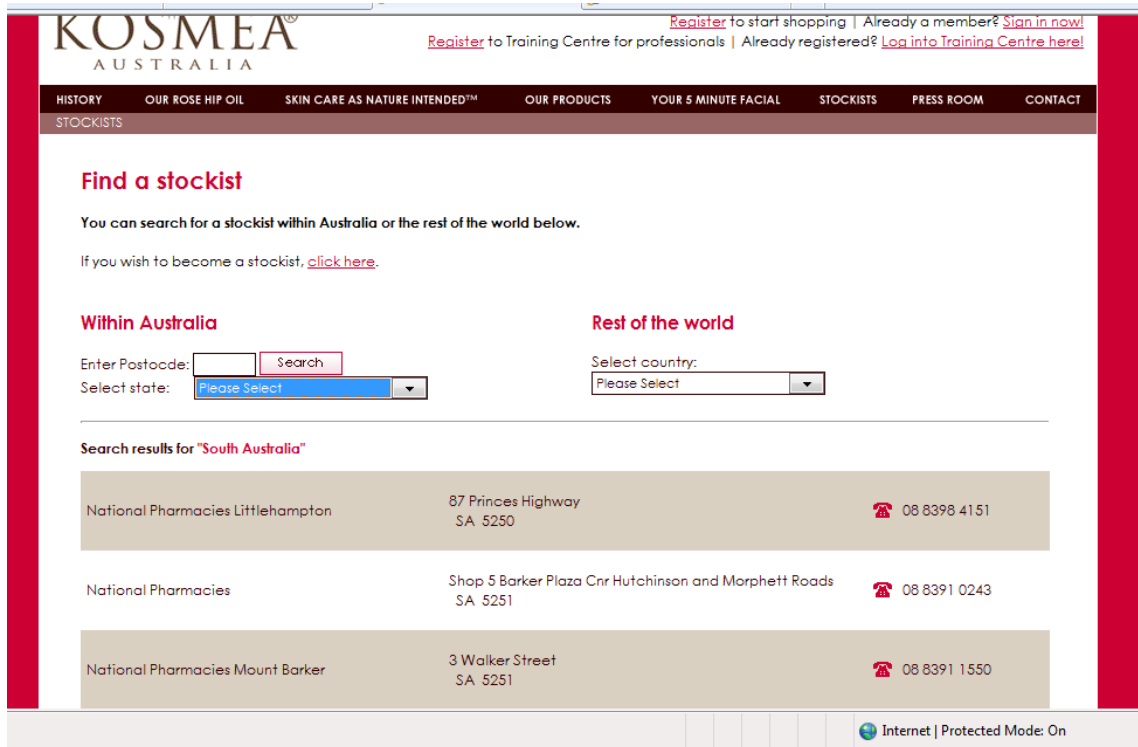
Aceite de jojoba:

The screenshot displays the website for jojoba products. On the left, there is a vertical banner with the 'jojoba' logo and 'PURE AUSTRALIAN GOLDEN JOJOBA' text, accompanied by images of various product bottles. Below this banner are two promotional boxes: 'jojoba NOW AVAILABLE in New Zealand' and 'jojoba NOW AVAILABLE in South Korea'. The main content area features the 'jojoba purchase golden jojoba products' header. It includes sections for 'Within Australia' (with a note on secure ordering and a yellow bar stating 'All prices are in Australian dollars') and 'International Orders' (with contact information for sales@jojoba.com.au). A specific product listing for 'Golden jojoba 55 ML Frequent Flyer Fliptop' is shown with a price of \$85.00 each and an 'Add to Cart' button. On the right side, there is a vertical navigation menu with links such as 'jojoba home', 'about golden jojoba', 'jojoba in Australia', 'what jojoba can do for you', 'jojoba meal', 'purchase golden jojoba', 'customer feedback', 'press releases', 'photo gallery', 'jojoba links', and 'contact jojoba'. A small image of a jojoba plant is visible at the top right of the main content area.

<http://www.jojoba.com.au/>

Aceite de rosa de mosqueta:

También se pueden encontrar estos productos en los sitios web de farmacias y tiendas naturistas, como los siguientes ejemplos:



<http://www.kosmea.com.au/asp/home.aspx>

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

- En los últimos años se ha observado una tendencia al retorno a lo natural, por lo que se ha intensificado el interés por la investigación de los productos naturales.. Para los cosméticos hechos de plantas no nativas de Australia como rosa de mosqueta, las empresas chilenas tienen mucho potencial, porque no hay mucha competencia de países proveedores.
- En materia de líderes en estos productos, Australia visualiza a Brasil y Rusia como importantes productores, cuya tasa de crecimiento de esta industria es mayor a la de países desarrollados.

- Debido al mayor poder adquisitivo de los consumidores en mercados como Australia, se privilegia el gasto en productos más sofisticados y artículos no esenciales.
- Por otra parte, la creciente tendencia a consumir productos responsables con el medio ambiente hace que exista una mayor supervisión en los ingredientes de este tipo de productos cosméticos.
- En el caso de Australia, hace un par de años se mejoraron las regulaciones en la industria de los cosméticos, uno de ellas es la inclusión de un específico estándar para cosméticos en la Australian Organic Standard (AOS).
- La AOS ahora incluye requerimientos altamente regulados y precisos para los cosméticos, incluso mucho más exigente que el estándar existente para los alimentos.
- Cumplir con estos requerimientos presentan un desafío mayor para los productores de cosméticos, pero existen empresas australianas que han sido capaces de tener la nueva certificación (Australian Certified Organic) por lo su oferta tienen una excelente calidad que puede cumplir con la expectativa de los cada vez más exigentes consumidores.
- Con respecto a los cosméticos orgánicos, su crecimiento ha sido menor al mostrado por los alimentos orgánicos, debido a que la certificación específica de cosméticos es muy reciente. Sin embargo, la demanda por estos productos está creciendo y los productores están invirtiendo más en investigación y desarrollo para cumplir, al mismo tiempo, con diseños más atractivos del producto.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

La cantidad de consumidores ha expandido por el aumento en el número de hombres y jóvenes y su uso de cosméticos. Ahora hay una gran variedad de productos formulados especialmente para los distintos grupos demográficos.

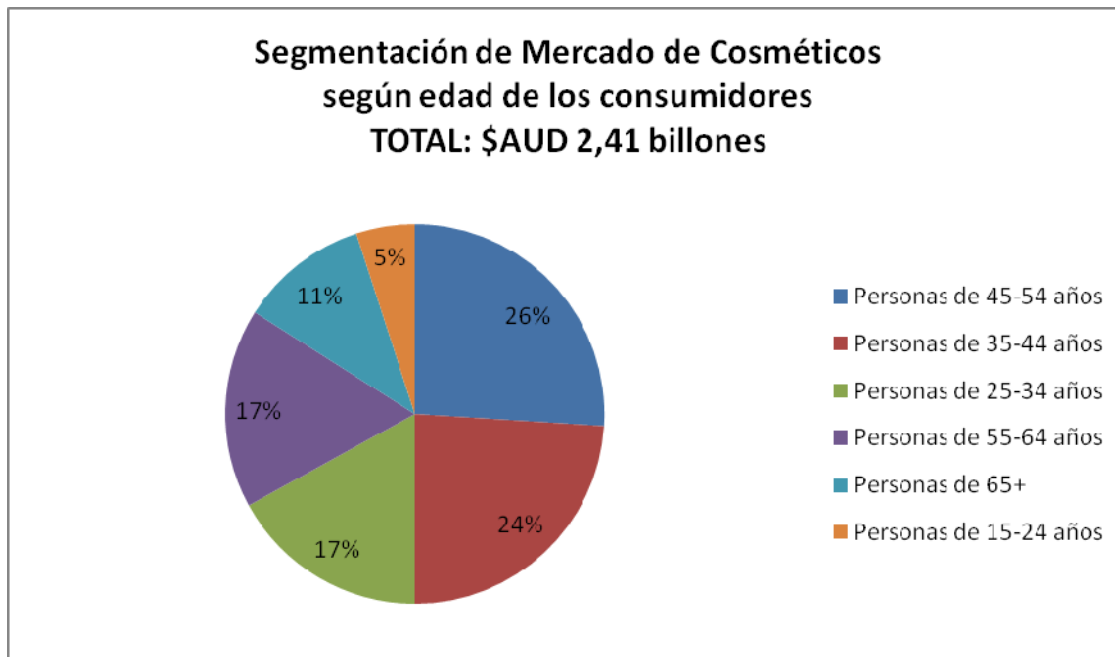
Para productos naturales, hay una mayor demanda en la generación nacida en los años sesenta, por su disponibilidad de ingresos y por la preferencia y necesidad de comprar productos más orientados a mejorar el envejecimiento de la piel. Estos productos son normalmente más sofisticados por sus ingredientes naturales, por lo cual están dispuestas a pagar.

Uno de los principales impulsores del crecimiento en cosmética natural ha sido la tendencia de consumo hacia estilos de vida más saludables. Con razón o sin ella, el buen estado de salud es a menudo asociado en la mente de los consumidores al uso y consumo de cosas naturales, mientras que los productos químicos son considerados por algunos como la raíz de todo mal. En consecuencia, estas percepciones han dado lugar a la demanda de aditivos naturales como ingredientes utilizados en cosméticos.

Ciertos ingredientes sintéticos utilizados en cosméticos también han enfrentado una considerable publicidad negativa en medios de comunicación, que habla de los posibles efectos cancerígenos de insumos como fatalitos y

triclosán, utilizado en el cuidado del cabello, higiene bucal y maquillaje. Esto ha tenido un impacto en los consumidores, alentándolos a comprar productos que contengan un alto índice de ingredientes naturales.

Segmentación del mercado



Este cuadro presenta una segmentación etaria de la industria de cosméticos en general, ya que no se puede encontrar información específica sobre cosméticos naturales.

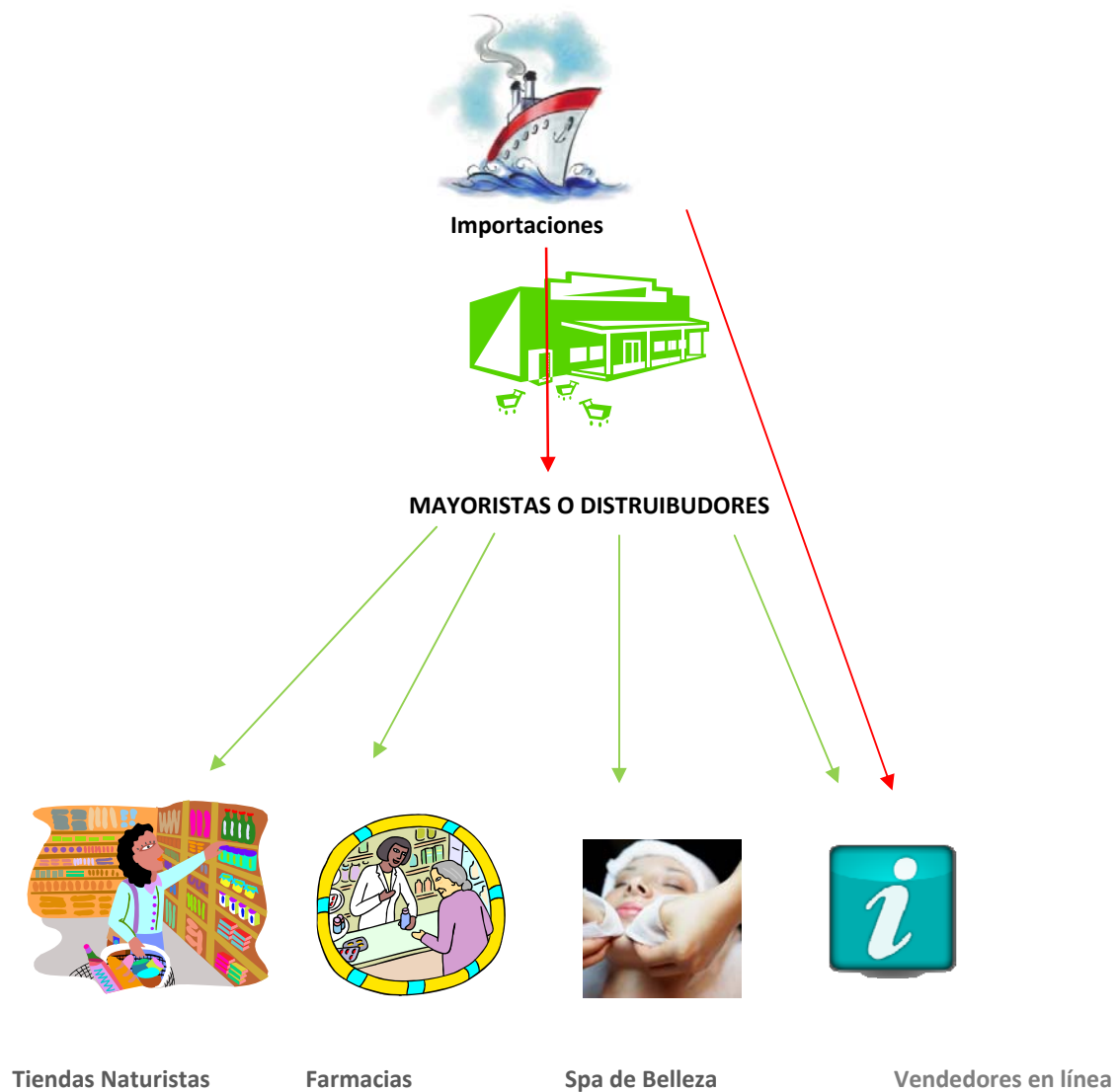
1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO (PARA LA INDUSTRIA DE LOS COSMÉTICOS).

Según IbisWorld, la distribución geográfica de la industria de cosméticos naturales refleja la composición económica, social y demográfica de Australia.

Por lo anterior, los 3 estados en la costa de Australia, (Nueva Gales de Sud, Queensland y Victoria) representan tres cuartos del total de los establecimientos comerciales. Nueva Gales de Sud cuenta con la mayoría de las tiendas con un 35%, Victoria con 25% y Queensland con 19% del total.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUCIÓN EN AUSTRALIA



VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los consumidores prefieren cosméticos que contengan ingredientes naturales no sólo a causa de los beneficios para la salud, sino también porque muchos perciben que tienen más altos estándares de calidad.

Esto ha permitido a los fabricantes de cosméticos naturales cobrar precios más altos, con lo cual agregan valor a la industria.

Los productores más importantes también han utilizado esta percepción de calidad para el desarrollo de presentaciones de packaging más atractivos que transmitan atributos de frescura y exclusividad.

Aceite de rosa mosqueta:



15ml
AUD\$18,95

Fuente: <http://www.naturallysafe.com.au/Product/C/rose+hip+oil/P2408/Absolutely+Gorgeous+Organic+Rosehip+Oil+15ml>



20 mL, AUD\$34,95

Fuente: <http://www.koraorganics.com/products>

Extracto de caracol:



Elicina Cream 40g

AUD\$59,95

Fuente: <http://www.elicina.com.au/categories/>

Aceite de jojoba:



500ml, AUD\$45,00

Fuente: <http://www.jojocare.com.au/purchase.html>



VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

De acuerdo con Austrade, las líneas de categoría de nicho están yendo bien. El mercado orgánico se promociona en combinación con las siguientes tendencias:

- La creciente popularidad de los productos cosméticos para hombres.
- Aumento de ventas de productos anti envejecimiento para la generación de baby boomers .
- La creciente popularidad de los productos específicamente elaborados para la juventud.
- Productos de “ultra” nicho, incluyendo aquellos que contienen extractos botánicos, planta de ácidos, enzimas, incluidos hierbas, vitaminas, proteínas e ingredientes alimenticios.
- **Cosmeceuticals** : una de las tendencias más fuertes en el mercado de cosméticos, son productos funcionales, que tienen como objetivo combinar el cuidado personal con algunos de los beneficios de la medicina

Los cosméticos naturales utilizan sus certificaciones orgánicas e ingredientes naturales como instrumentos de promoción, por ejemplo una empresa australiana que vende aceite de rosa mosqueta muestra sus certificaciones orgánicas en la página web como argumento de venta:

The rose hip oil contains many vitamins and essential fatty acids which make Rose Hip Oil an altogether amazing natural ingredient.

The history of rose hip oil

A study conducted in the 1980's at the Faculty of Chemistry and Pharmacology at the University of Concepcion in Chile, South America first uncovered the unique properties of Rose Hip Oil on the skin. The two year study conducted under Dr Bertha Pareja and Dr Horst Kehl evaluated the action of rose hip oil on the skin's regeneration process. The evaluation included applying rose hip oil to patients with surgical and burn scars as well as a group suffering from premature ageing. The results were astounding and illustrated that rose hip oil had an effect on the skin's hydration levels and appearance.

The study by Dr Pareja and Dr Kehl opened the door to many other studies and evaluations on rose hip oil and its effectiveness on the skin and was the starting point for Rose Hip Oil as an ingredient in cosmetic and beauty preparations.

What is in rose hip oil?

Like a multi-vitamin supplement for the skin, rose hip oil is rich in many vitamins, antioxidants and essential fatty acids, all necessary for the health of our skin.


Rose hip oil is a fruit oil which means:

- It does not need to be diluted within a carrier oil
- It is suitable for all skin types, especially sensitive
- It can be used on skin of all ages, from newborn babies to their great-grandparents!
- It is super-fine and light and absorbs easily into the skin
- It is harmonising and balancing making it great for dry and oily skins alike
- It allows the skin to breathe, unlike moisture creams which can clog pores

ROSE HIP OIL IS PACKED FULL OF GOODNESS:

Fuente: <http://www.kosmea.com.au/asp/home.aspx>

Además, muchas marcas se promocionan con actores y modelos reconocidos para vender sus productos. Un ejemplo es la nueva marca de cosméticos orgánicos KORA de Miranda Kerr, una modelo australiana muy famosa y reconocida por su estilo de vida natural. Sus productos se venden en línea y también tiene su propio blog y página en facebook para discutir sobre los productos. Abajo se muestra su propio aceite de rosa mosqueta:



[View Large Image](#)

Luxurious Rosehip Oil, 20 mL / 0.676 fl.oz.

Suitable For All Skin Types - Repair and Revitalise

A carefully blended powerful Treatment Oil combining Noni Extract, Organic Rosehip, Jasmine, Rose and Pomegranate Oils. The combination of these additional Essential Oils work synergistically with the Rosehip Oil to provide a rich source of anti-oxidants and Essential Fatty Acids for the skin. Essential Fatty Acids main function is their ability to counteract the drying effects of sun exposure and other environmental influences that lead to signs of aging and age related skin damage.

Directions:
Use as an intensive nourishing treatment in conjunction with your KORA Organics skincare regime – treat your skin by applying of an evening after cleansing and toning and before moisturising. Warm a few drops of this delicate, luxurious oil in the palms of your hands and pat over the face and décolleté. An essential multi-purpose oil. Ideal for removing makeup especially around the delicate eye area. Rosehip Oil is a must for beautiful skin.

View Ingredients
Rosa eglanteria (Rose) Hip Oil, Punica granatum (pomegranate) oil, Hippophae rhamnoides (Sea buckthorn) oil, Passiflora edulis (Passionfruit) seed oil, Morinda Citrifolia (noni) fruit and leaf, Jasminium officinalis (Jasmine) Oil, Rosa damascena (Rose) Oil

AUD 34.95

[Add to Wishlist](#) / [See Wishlist](#)

[Send to Friend](#)

QTY

ADD TO BAG

[watch video](#)

Y su blog:

KORA™
Organics by Miranda Kerr

See Wishlist View Bag \$0.00 Choose Currency Join login Password?

home products + gifts treasure yourself products for your skin type the kora organics story media blog testimonials

Book Review: "Power V's Force – The Hidden Determinants of Human Behaviour" by David R Hawkins, M.D., Ph.D

Miranda recently shared with me a book she has been reading. We do this often.... We read something that touches us in a profound way and then we share it with each other in the hope of expanding our knowledge and our own consciousness. Expanding the consciousness is exactly what this book is about and it is well worth a read. Here is an extract from the Foreword of "Power V's Force." "IMAGINE – WHAT IF you had access to a simple yes-or-no answer to any questions you wished to ask? A demonstrably true answer. Any question. Think about it. There's

Read More

Written by **Therese**, June 27th, 2011

Natural Hangover Cures

The absorption and distribution of alcohol in the body happens quickly, and can also be eliminated quickly. When we drink alcohol it is absorbed into our blood through the esophagus, stomach and small intestines which is then distributed throughout the body. The organs that absorb it most are the liver, kidneys, brain and lungs.

+ CONNECT WITH KORA

Follow Miranda on Twitter Join KORA Organics on Facebook

facebook

Check out Miranda's Myspace Subscribe to Miranda's YouTube

myspace YouTube

+ A MESSAGE FROM MIRANDA

Through the KORA Organics Blog I get the opportunity to share information about my life; how I live, what I like to eat, where I shop, what foods and

Fuente: <http://www.koraorganics.com/blog/>

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

En términos generales, la presentación de los cosméticos naturales debe considerar las percepciones y tendencia del mercado objetivo. Hay que incorporar elementos que connoten elementos naturales pero sustentables, para lograr una coherencia entre el producto y su promoción, estos aspectos deben ser considerados en el etiquetado, envasado, publicidad, entre otros.

Nuevo enfoque hacia la forma en que el producto se presenta, más allá del aspecto natural. Se debe incluir (1) cual es el ingrediente principal, (2) donde se produce, (3) cómo almacenar el producto, (4) como usar el producto y cuando, (5) certificaciones orgánicas.

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Como tendencia mundial, la demanda de los consumidores por ingredientes naturales y un mayor deseo de estilos de vida saludables están afectando positivamente el mercado de cuidado personal y alimentos procesados y Australia no es la excepción.

Por otro lado, el reemplazar insumos artificiales por otros naturales, crea problemas de sustentabilidad, especialmente debido a la tendencia de usar ingredientes exóticos, pero a la vez, escasos.

Debido a la gran conciencia por el medio ambiente y a una mayor regulación para el uso de insumos naturales y orgánicos, se debe tener especial consideración con los ingredientes a utilizar y su fórmula.

El mercado mundial de cosméticos y artículos de tocador representa un tal de US\$269,6 billones, logrando un crecimiento en la última década, aumento, que según Euromonitor, se debe en gran medida al desarrollo de la industria de productos naturales.

Por lo anterior, es de suma importancia al momento de promocionar los atributos de los cosméticos naturales chilenos, especificar factores como, sustentabilidad en la producción del insumo principal, un empaque coherente con esta tendencia y acuciosidad en los procesos de producción para preservar el medio ambiente. Un elemento igualmente importante es la transparencia en la formulación del producto, entregando a los importadores locales todos aquellos estudios y certificaciones que permitan comprobar los compuestos del producto.

El medio ambiente es un tema que debe ser considerado por los fabricantes de productos naturales porque sus consumidores tienen más probabilidad de ser compradores éticos.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **The Sydney International Spa & Beauty Expo**

Fecha: 13- 14 de Agosto, Sydney.

El Sydney International Spa & belleza Expo es el evento más grande de Australia para las industrias de belleza y spa. Profesionales de belleza y Spa en todos los niveles tienen la oportunidad única de origen y la experiencia de los últimos productos de belleza, tratamientos, ideas y equipos, de la reunión más grande de Australia de marcas líderes y proveedores.

<http://www.internationalbeautyexpo.com.au/>

- Beauty, Body & Soul Expo,**
Fecha: 09-JUL-11 al 10-JUL-11
 Belleza Body & Soul Expo será un escaparate de la mujer cosméticos y productos de belleza bajo un mismo techo. El evento atraerá a muchos visitantes de la región y en el extranjero. La expo se celebrará entre el 09-10 de julio de 2011 en el recinto de Adelaide. Se está organizando por Kym Jones exposición.
Lugar: Recinto de Adelaide, Australia Adelaide, Australia del Sur
<http://www.adelaideshowground.com.au/events/2011/07/09/beauty-body-soul-expo.jsp>
- International Make-up Artist Trade Show-Sydney**
Fecha: 24-SEP-11 al 25-SEP-11
 Comercio de artista de maquillaje internacional Show-Sydney es uno de las exposiciones más importantes para la industria cosmética y belleza en Sydney. El evento proporcionará una mejor plataforma para satisfacer a miles de artistas de maquillaje, proveedores, fábricas y entusiastas de convocar para el mundo del maquillaje bajo techo único en el centro de exhibición y Convención de Sydney.
Lugar: Sydney Convention & Exhibition Centre, Sydney, Nueva Gales del Sur, Australia
<http://www.imats.net/index.php>

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Australia Chile Chamber of Commerce**
 T: +61 02 9418 7452
 F: +61 02 8007 0581
 M: +61 412643343
 Email: msalas@chilechamber.com
 Web: <http://www.chilechamber.com>
- Australia-Latin American Business Council (ALABC)**
 Contacto: Robert Trzebski
 Address: Suite 605-80 William St Sydney
 T: +61 2 6270 8037
 F: +61 2 6273 3196
 M: +61 433 11 4973
 Email: execdir@alabc.com.au
 Web: <http://www.alabc.com.au/>

- **The Australian Trade Commission (Austrade)**
Address: Level 23 AON Tower
201 Kent St,
Sydney, NSW, 2000
T: +61 132878
F: +61 2 6273 3196
M: +61 433 11 4973
Email: info@austrade.gov.au
Web: <http://www.austrade.gov.au/>
- **Aduana Australiana- Customs Information and Support Centre**
Teléfono: 1300 363 263
correo electrónico: information@customs.gov.au
Página web: <http://www.customs.gov.au/site/page4368.asp>.
- **Department of Agriculture Forestry and Fisheries, Sección Cosméticos**
Teléfono: 612 6272 3933
Pagina Web:
http://www.daff.gov.au/aqis/import/biological/checklist/cosmetics?SQ_DESIGN_NAME=text_only

Documento Elaborado por: Tess Fowler, info@prochile.com.au