

El mercado estadounidense de productos naturales

Lic. Guadalupe Amésquita
Departamento de Comercio Sostenible
gamesquita@promperu.gob.pe

23 de abril de 2014
Lima, Perú

Contenido

- Definición de Natural y Orgánico
- Mercado Global de Productos Naturales
- Subsegmentos
- Tendencias reportadas
- Canales de distribución
- Propuestas de productos en el mercado
- Oportunidades para la oferta peruana

Definición de Natural

- No existe un consenso sobre una definición de productos que utilizan el término de «natural» en sus etiquetas.
- Para el caso de EE.UU. la FDA no define lo que constituye un producto natural, salvo ciertas restricciones en ingredientes (colores, saborizantes y endulzantes) que deben ser etiquetados como artificiales o sintéticos según el Código de Regulaciones Federales.



Definición de Natural



Los líderes de la industria suelen definir un **producto natural** como aquel mínimamente procesado que no contiene ingredientes, preservantes, colores o sabores artificiales.



Definición de Orgánico

- Es un sistema de producción que mantiene la salud de los suelos, ecosistemas y las personas. Se basa en procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que ocasionen efectos adversos



INTERNATIONAL FEDERATION OF
ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS



Definición de Orgánico

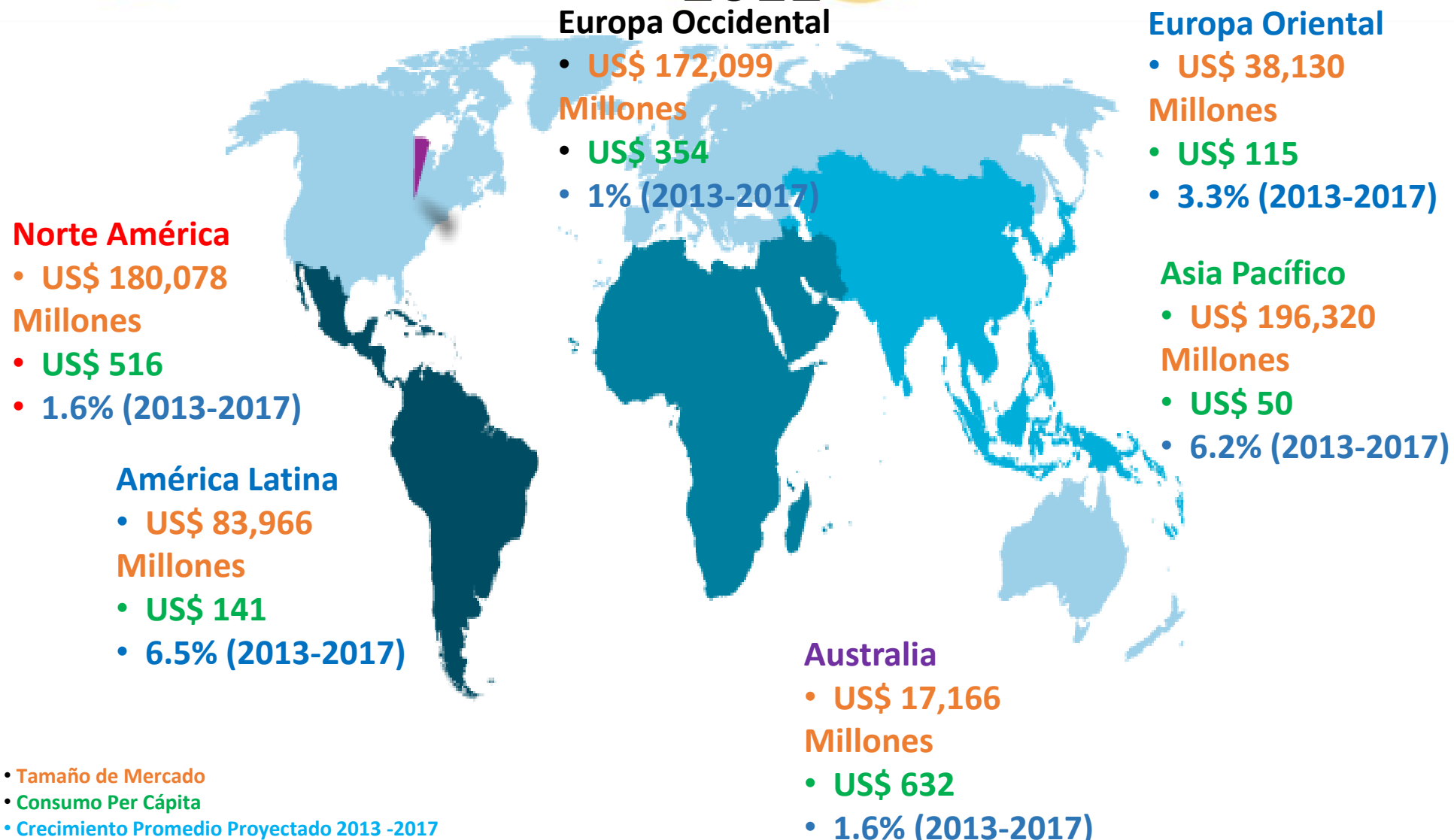
- Para EE.UU. los productos orgánicos se encuentran contemplados en el Código de Regulaciones Federales (Título 7, Parte 205).
- La definición de Orgánico en dicho Código es:
- *“Es un sistema de producción manejado de acuerdo a la ley y regulaciones establecidas en esta parte para responder a condiciones específicas del sitio integrando prácticas culturales, biológicas y mecánicas que permiten la renovación cíclica de los recursos, promueve el balance ecológico y conservan la biodiversidad.”*



- La producción orgánica está regulada por el Programa Nacional Orgánico del Departamento de Agricultura (USDA NOP)

Mercado Global de Consumo Saludable

2012*



*Fuente: Euromonitor – Solo categoría Health and Wellness para alimentos

Subsegmentos - «Salud y bienestar»

Alimentos

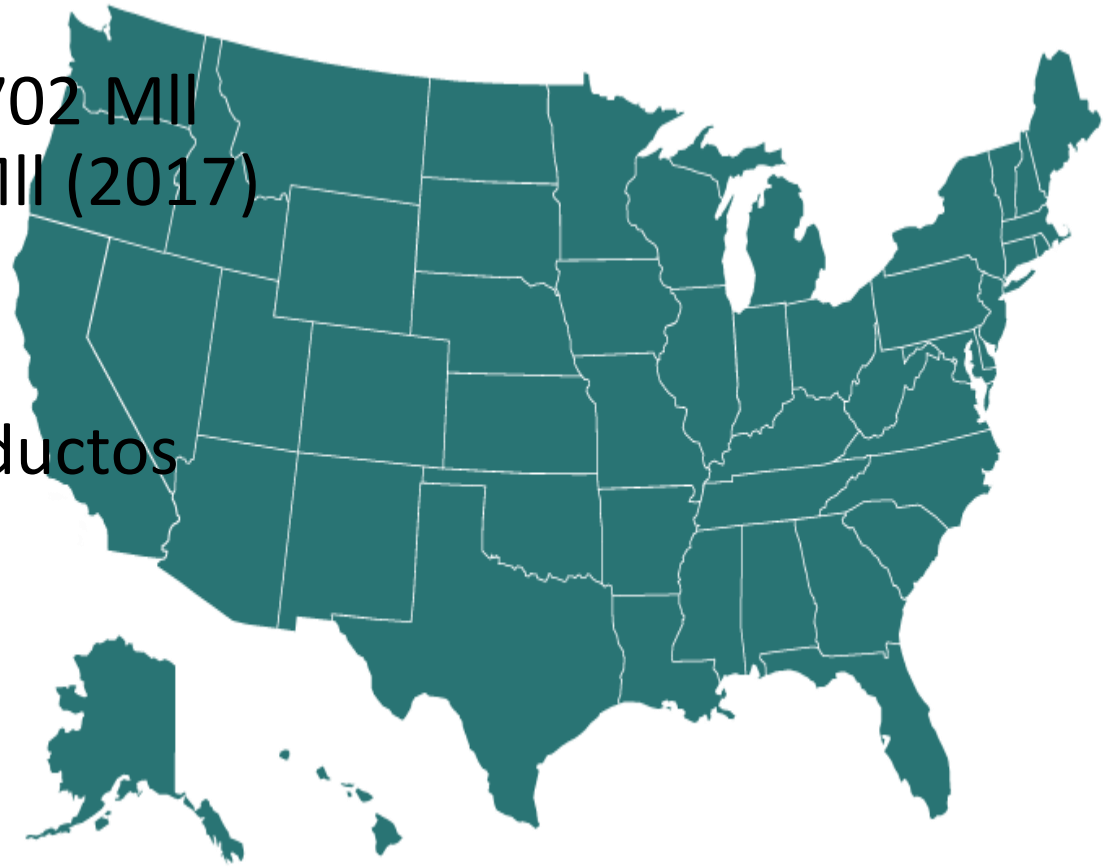
Bebidas

- «Better for you»
- «Libres de»
- Funcionales/Fortificados
- Naturalmente saludable
- Orgánico

El Mercado Estadounidense

El Mercado Estadounidense

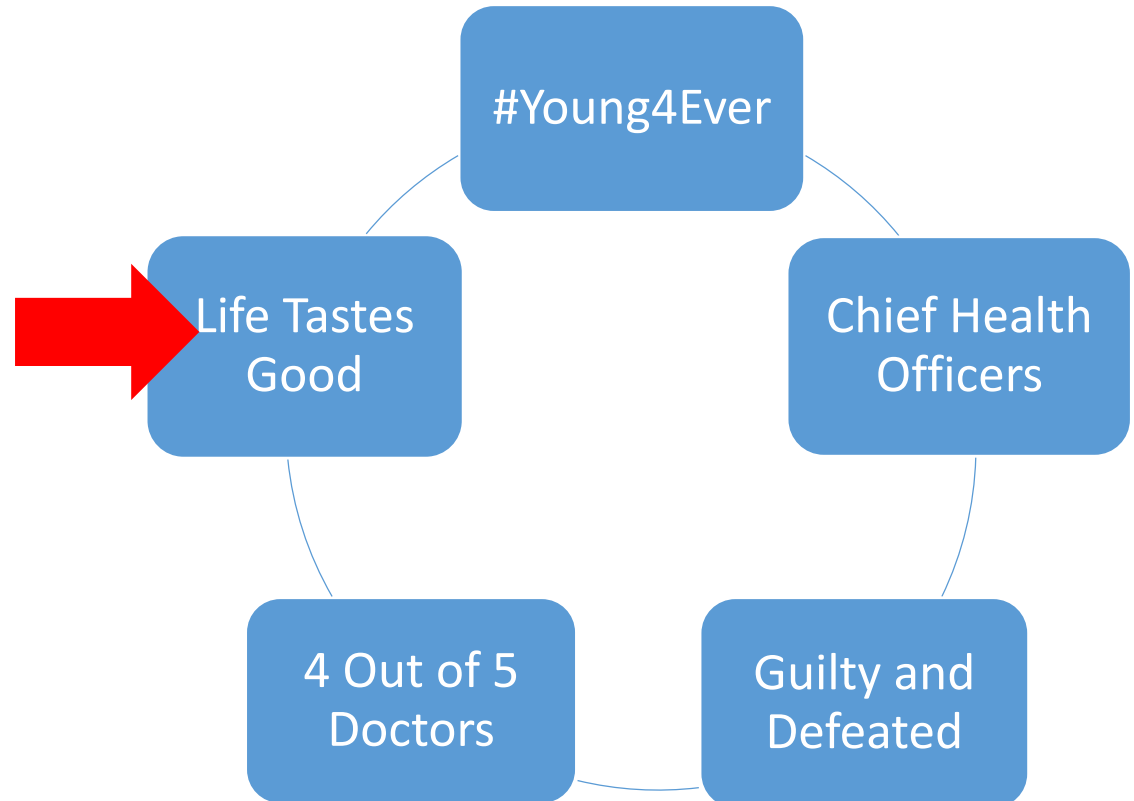
- Euromonitor: US\$ 160,702 MII (2013) – US\$ 183,951 MII (2017)
– Salud y bienestar
- Primer mercado de consumidores para productos Orgánicos.



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

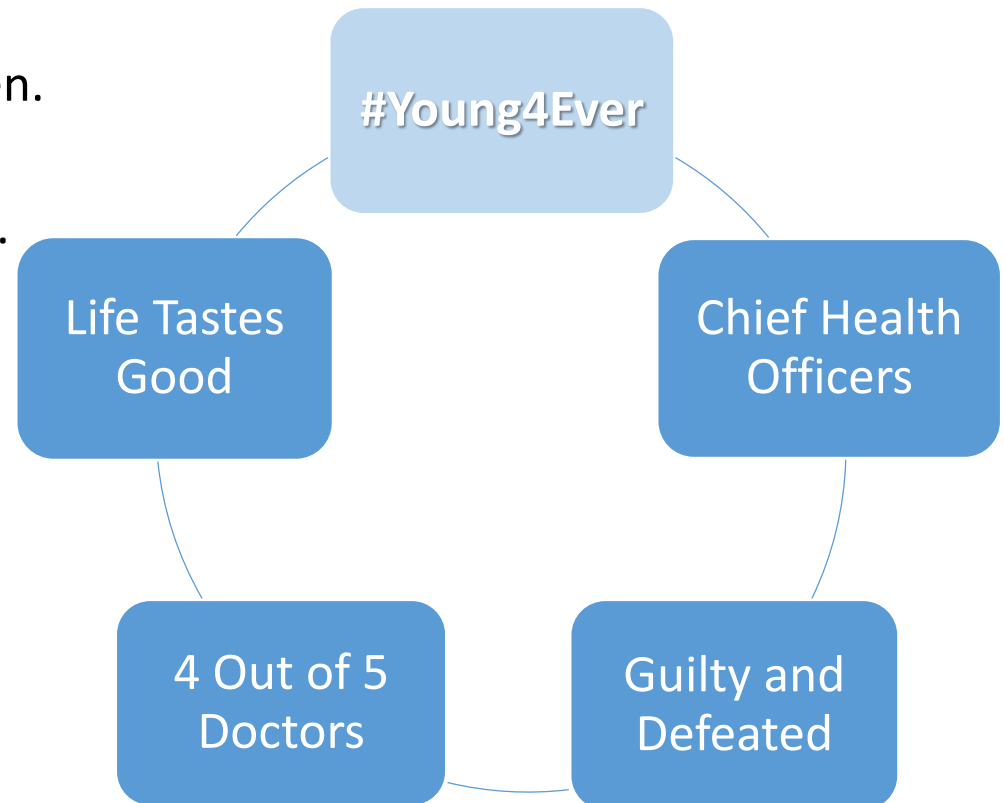
- Salud y bienestar: El movimiento de alimentación saludable está incrementando en todos los grupos demográficos. Se han creado para la industria 5 segmentos de consumidores diferenciados por:

- Estilos de vida
- Comportamientos
- Actitudes y creencias sobre salud y bienestar



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento #Young4ever (Joven por Siempre)
- 23% de la Población.
- Su motivación es verse y sentirse bien.
- Baja fidelidad a marcas.
- El factor precio tiene baja incidencia.



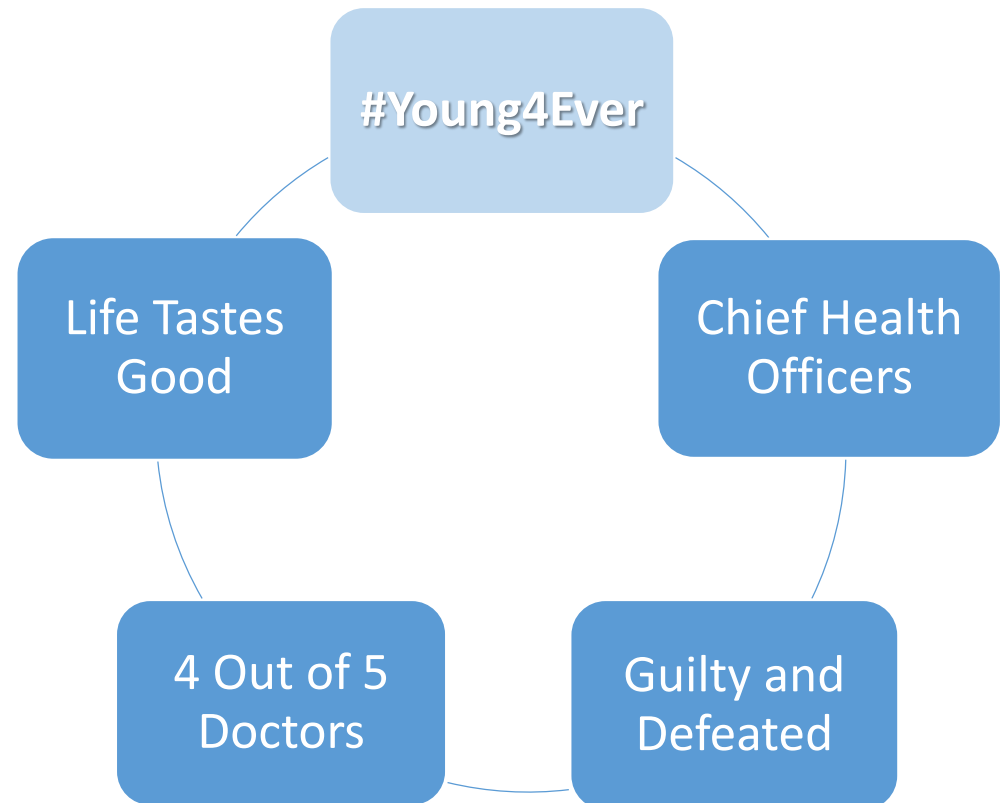
Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento #Young4ever (Joven por Siempre)



→ Atraídos hacia

-  Natural & Orgánico
-  Libre de Gluten
-  Vegano/Vegetariano
-  Suplementos



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

→ Llegando a este segmento



Abordar sus preocupaciones e inquietudes sobre salud



Enfocarse en beneficios de como los productos los harán verse ante otros



Prometer juventud



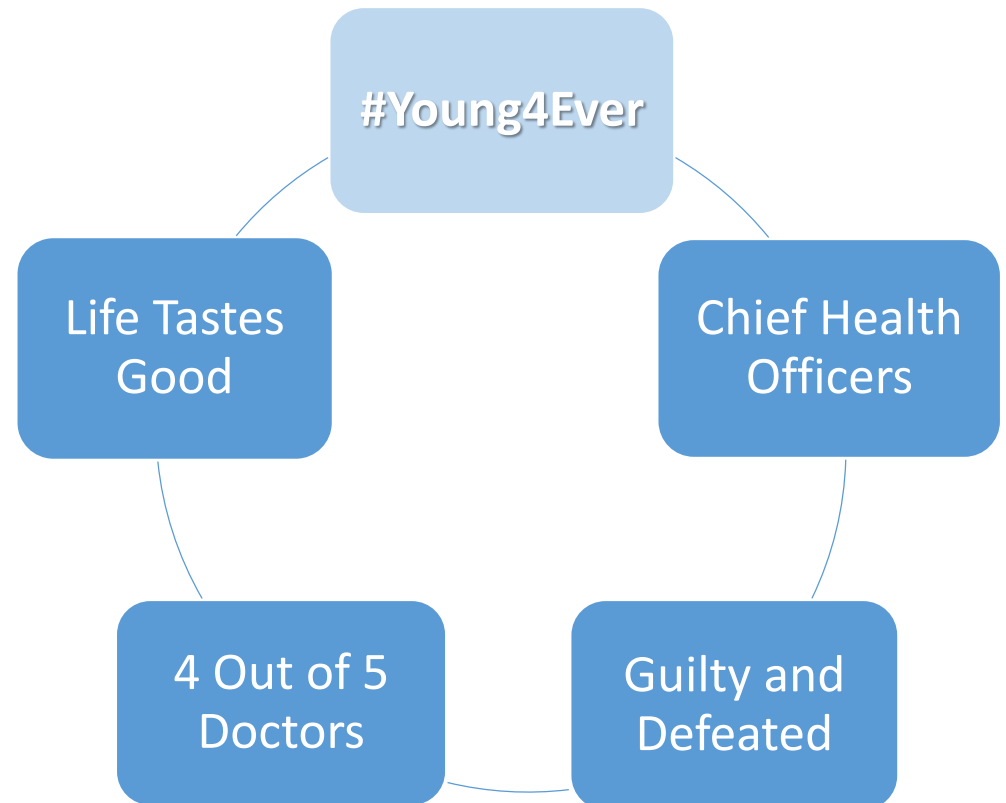
Hacer uso de atributos orgánicos, naturales, libre de gluten y vegano



Usar medios de comunicación accesibles

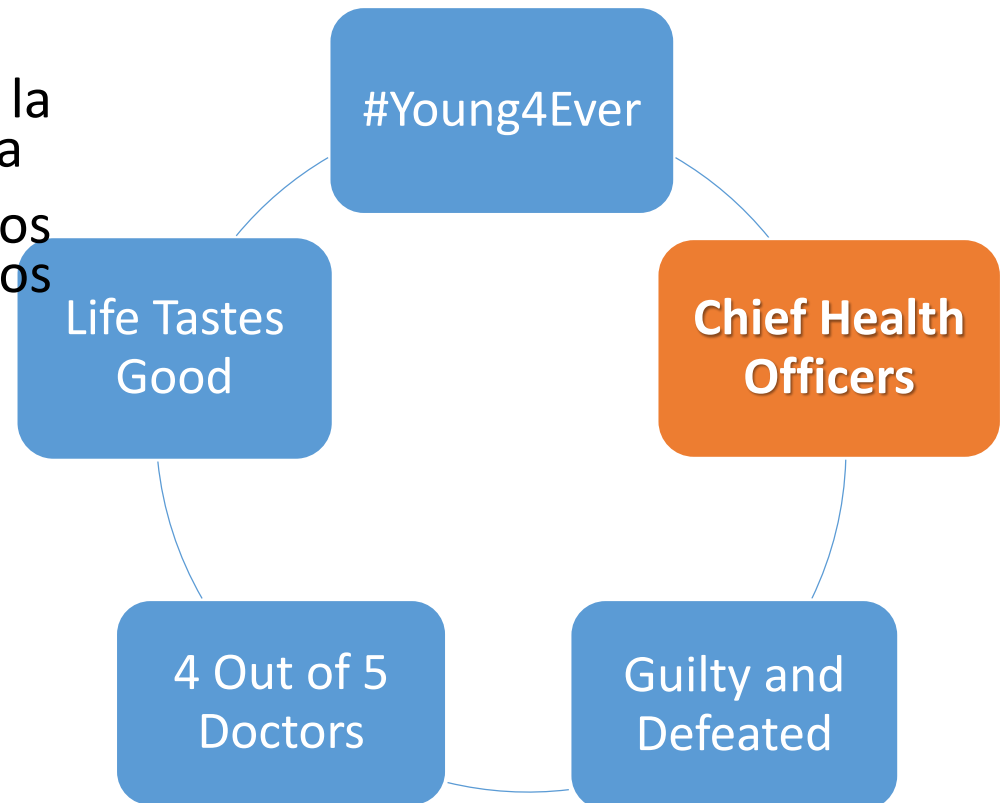


Crear conciencia y atención



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento Chief Health Officers – “Los ejecutivos de la salud”
- 21% de la Población
- Consumidores orientados a la salud familiar → padres de familia
- Buscan evidencia y estudios científicos de soporte sobre los productos que consumen.




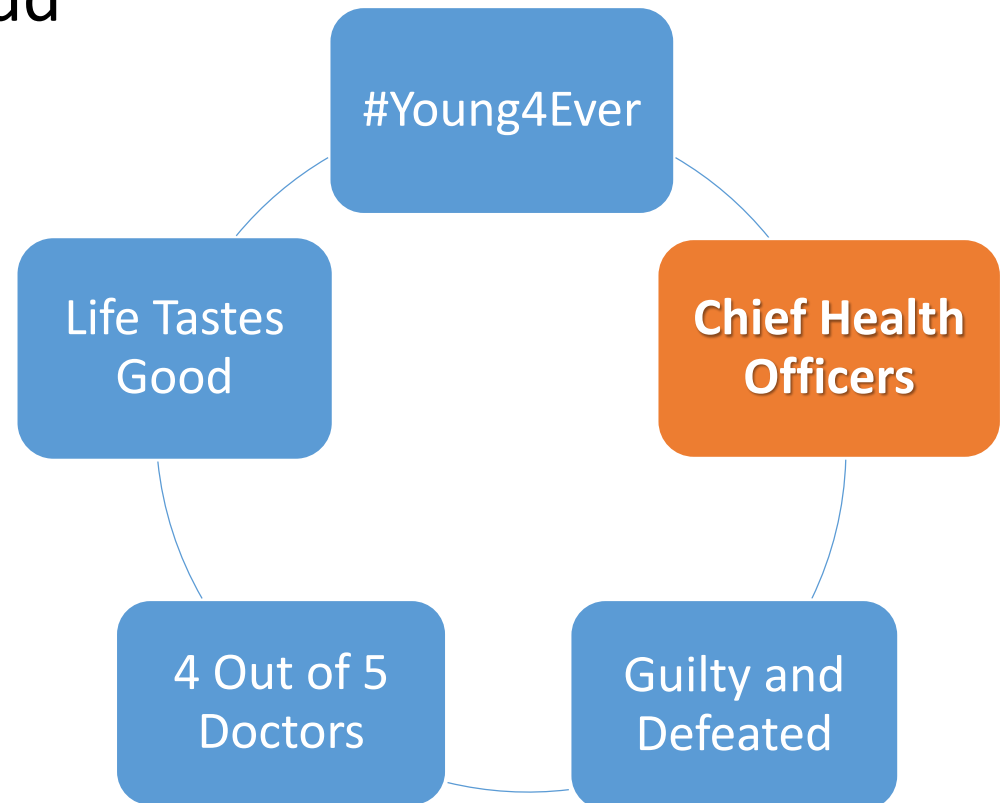
Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento Chief Health Officers – “Los ejecutivos de la salud”



→ **Atraídos hacia**

-  Natural & Orgánico
-  Aseveraciones de salud corroboradas
-  Compartir opiniones con otros



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

→ Llegando a este segmento



Proveer beneficios relevantes, explicar nuevas ideas claramente



Respaldar aseveraciones, proporcionar datos



Enfocarse en un empaque y etiquetado claro



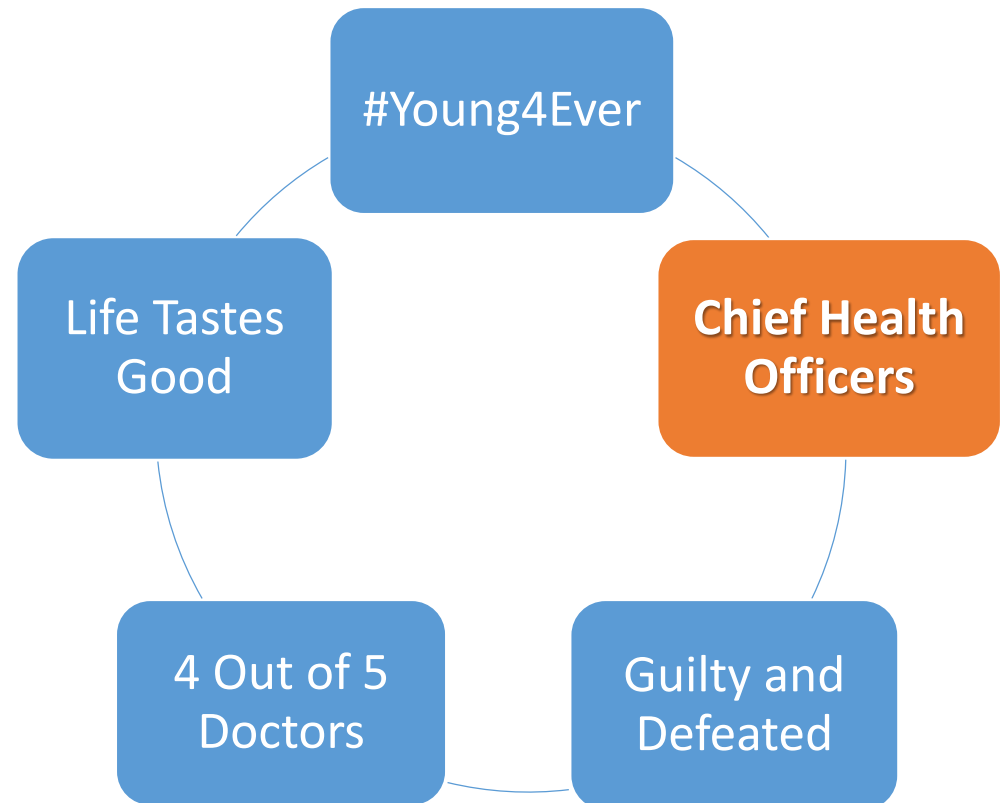
Desarrollar distribución en canales especializados



Frecuencia más importante que el alcance

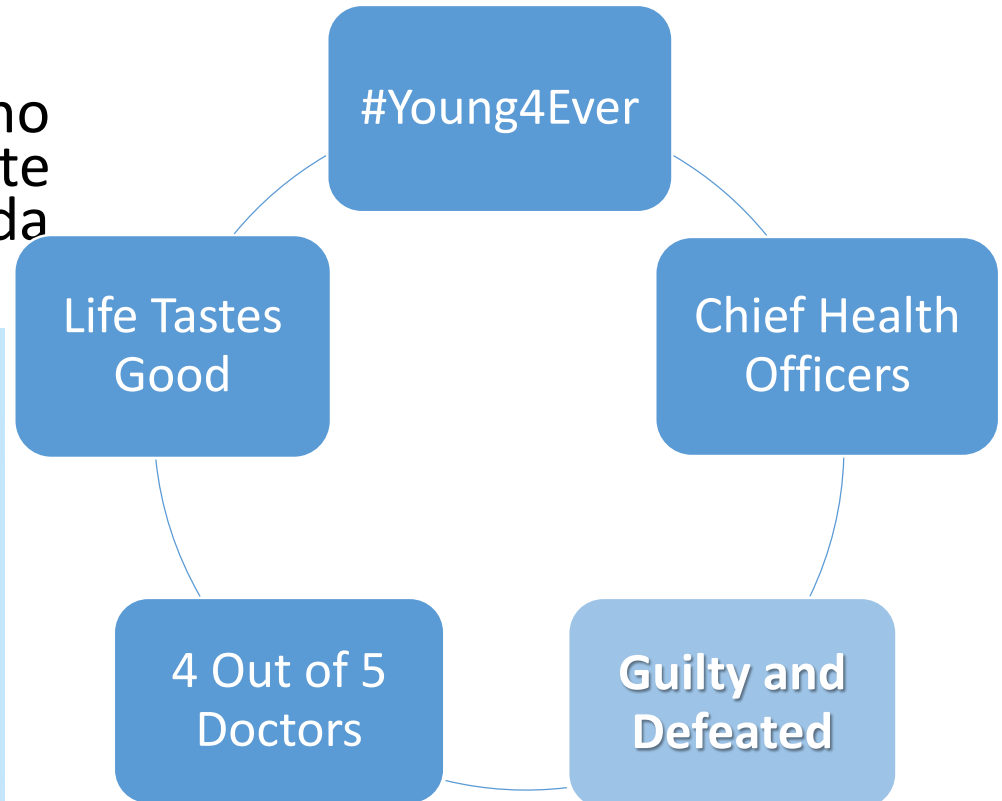


Apuntar a vegetarianos y veganos



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento “Culpable y derrotado”
- 18% de la Población
- Buscan ser saludables pero no se involucran activamente debido a sus estilos de vida ocupados.



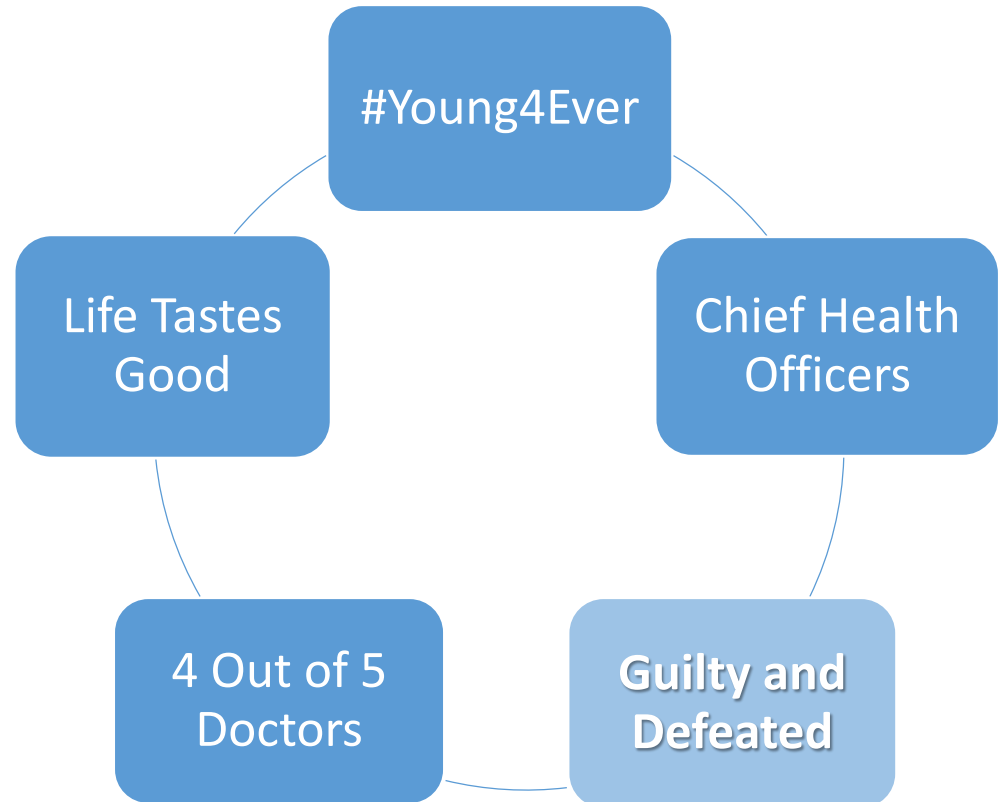
Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento “Culpable y derrotado”



Preocupados por

- Ansiedad
- Stress
- Depresión
- Obesidad
- Problemas Cardiovasculares
- Trastornos del sueño



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria



→ Llegando a este segmento



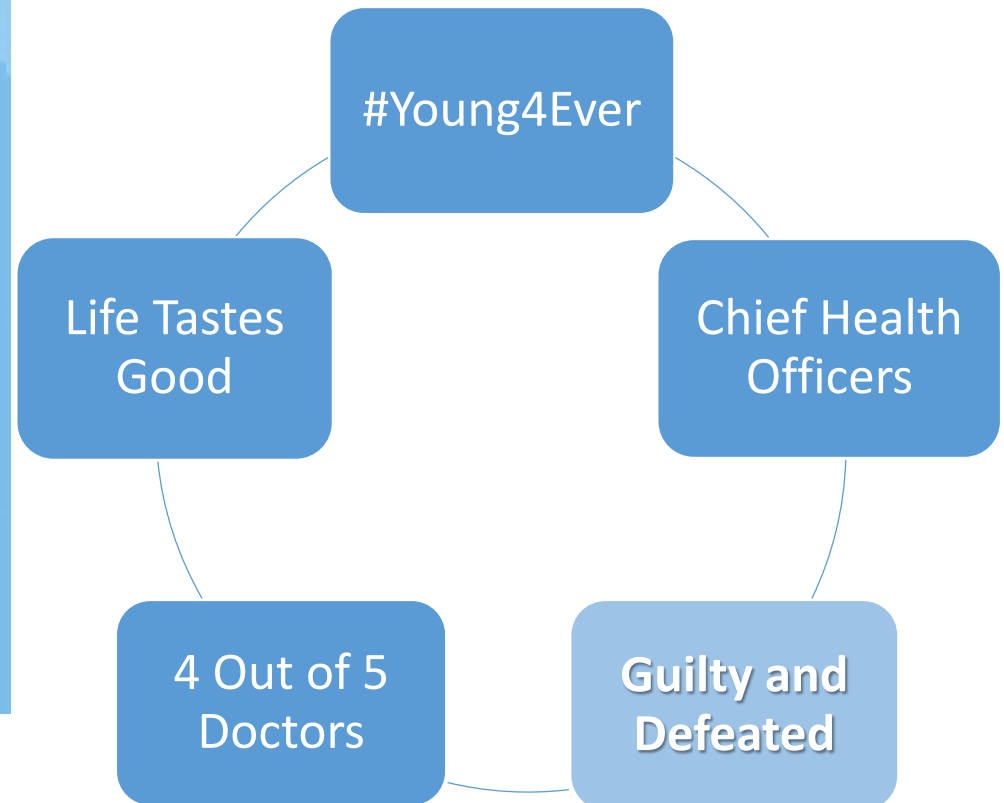
Prueba del producto no es el problema – Repetición es el reto



Buscar formas de reforzar el cumplimiento



Fácil, conveniente y libre de molestias



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria



→ Llegando a este segmento



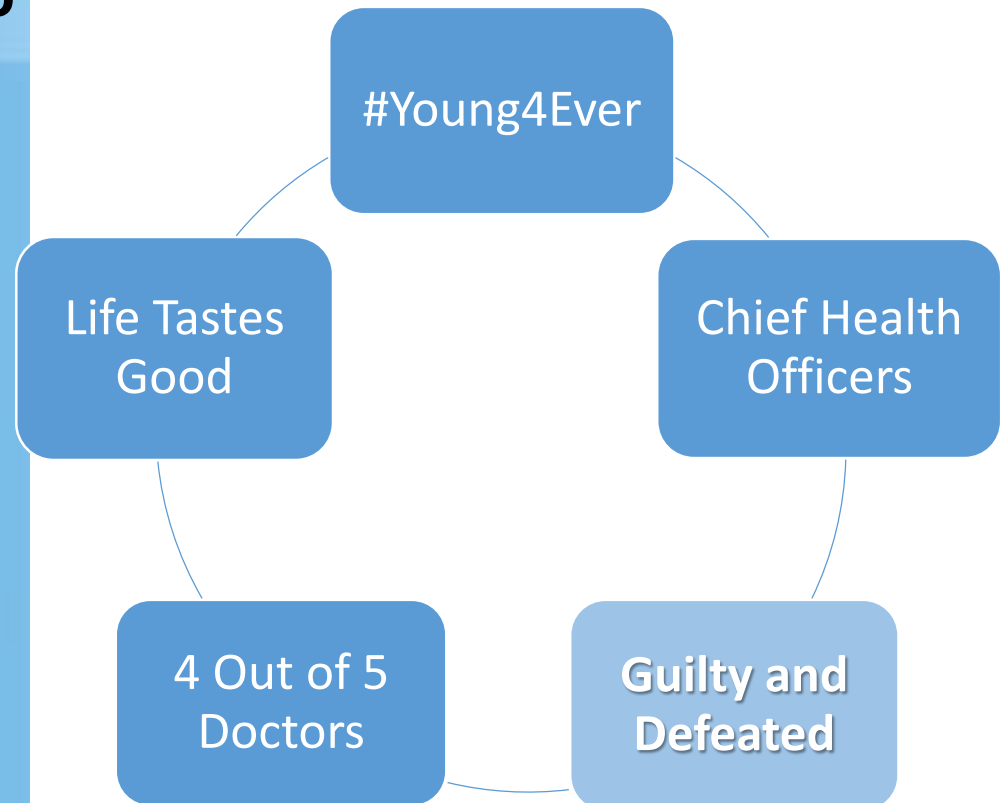
Abordar los beneficios contra el stress y la ansiedad



Colocación en redes sociales y boca a boca es importante

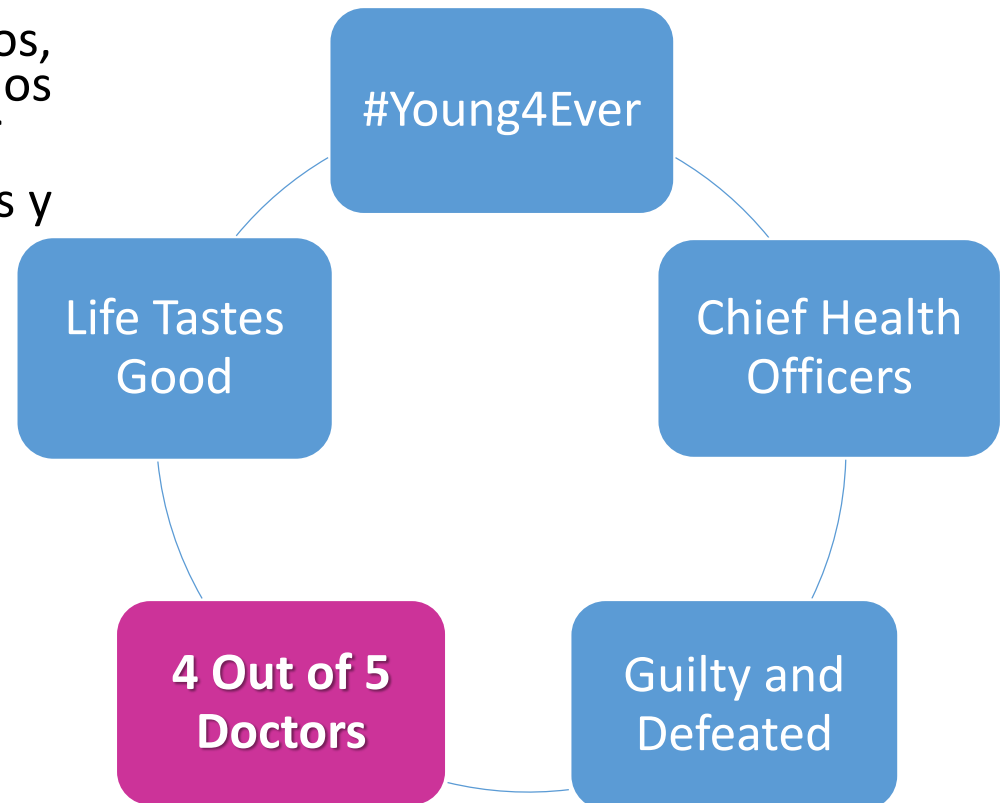


Este grupo representa a los compradores cuyos comportamientos no siempre coinciden con sus aspiraciones



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento “4 de cada 5 doctores”
- 21% de la Población
- Escuchan la opinión de expertos, siguen activamente los consejos tradicionales sobre salud y bienestar
- Compran menos productos naturales y orgánicos → Precio



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento “4 de cada 5 doctores”



→ Preocupados por:



■ Cáncer



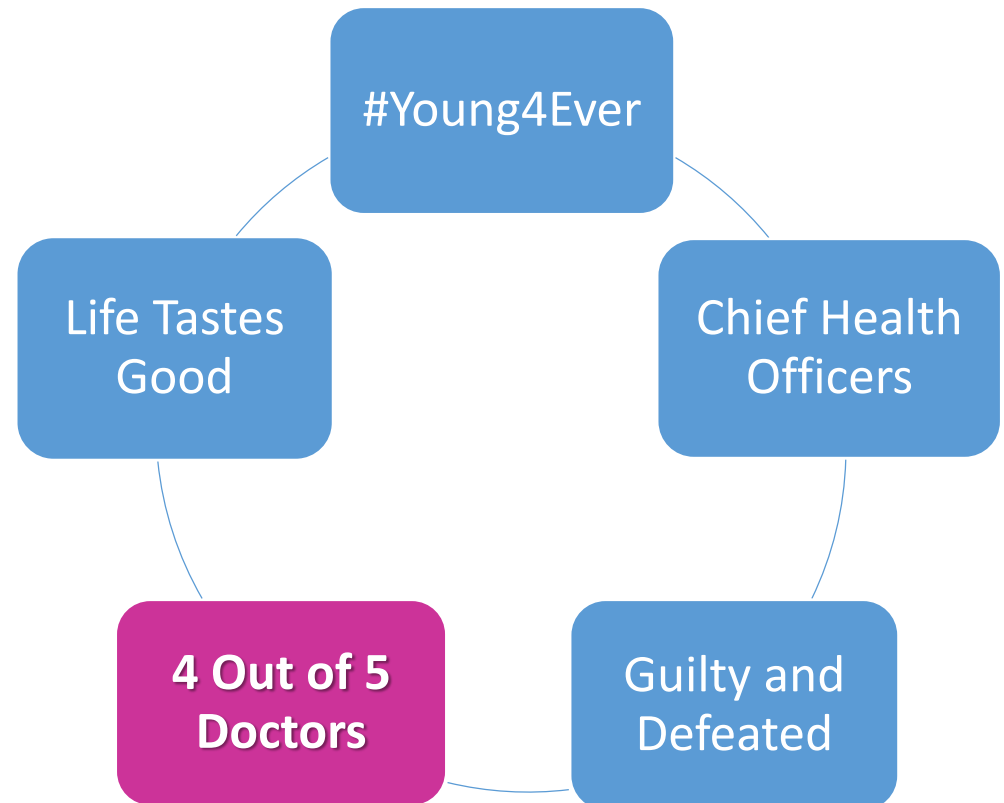
■ Problemas Cardiovasculares



■ Artritis



■ Inocuidad del Producto



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

→ Llegando a este segmento



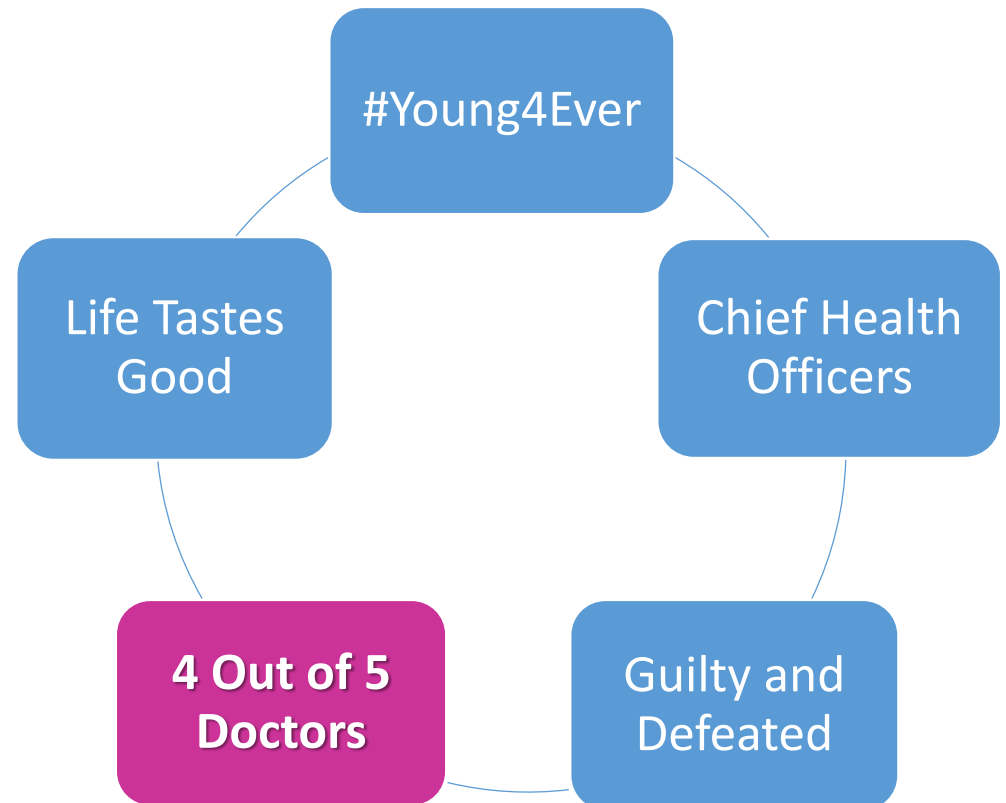
■ Ganar recomendación de los médicos



■ Juntar beneficios con el conocimiento tradicional





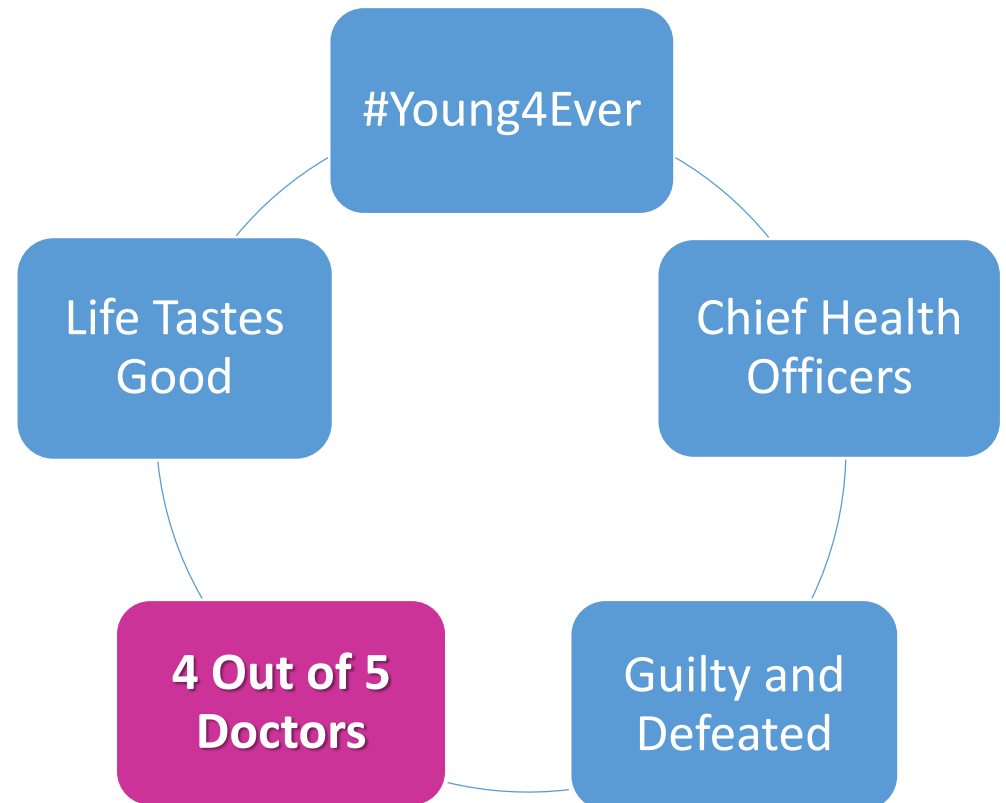
■ Desarrollar distribución en canales especializados



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

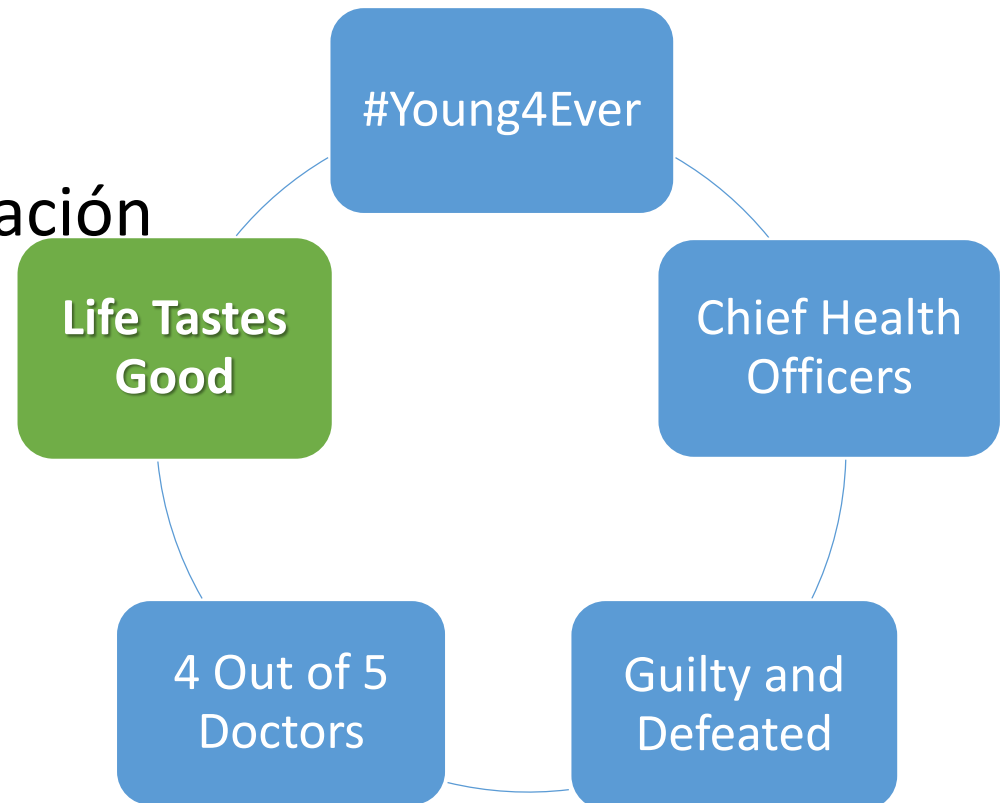
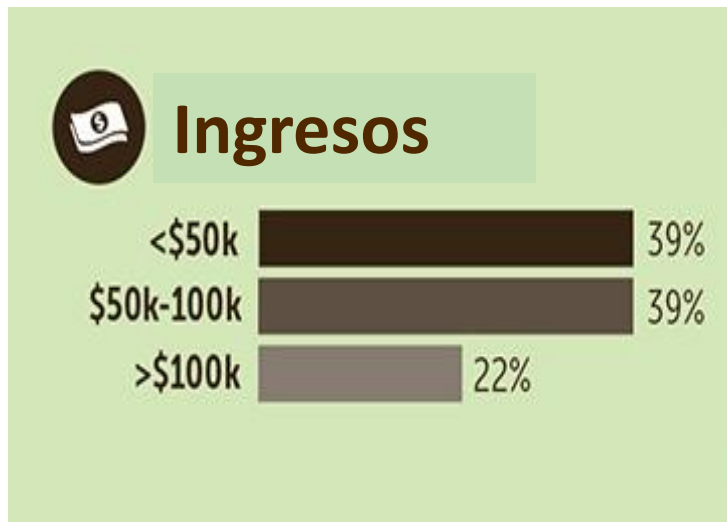
→ Llegando a este segmento

-  Paciencia – Ganar nuevos consumidores en corto plazo es difícil
-  Suplementos pueden ser el mejor vehículo



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria

- Segmento “Life tastes Goods”
– “La vida sabe bien”
- 17% de la Población
- Priorizan su alimentación basados en el sabor



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria



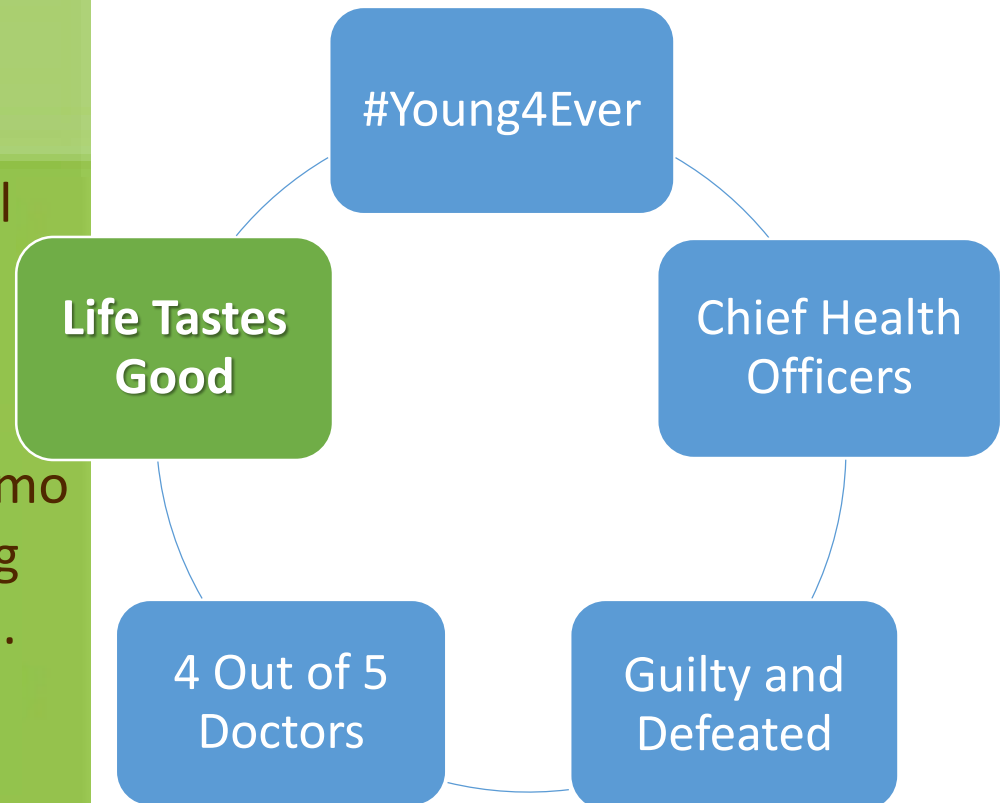
→ Llegando a este segmento



Son un segmento débil para productos naturales, orgánicos y saludables



Volumen de ventas como resultado de marketing hacia otros segmentos. No se recomienda enfocarse en ellos



Tendencias reportadas por Expertos en la Industria



Conveniencia
y
Accesibilidad

- Alimentos nutritivos “limpios” más accesible y conveniente en los diversos grupos demográficos multidimensionales



Transparencia
en el
Etiquetado

- Aseveraciones de los productos y las certificaciones, incluyendo libre de OGMs y orgánico.

Tendencias reportadas por Expertos en la Industria



Tribus

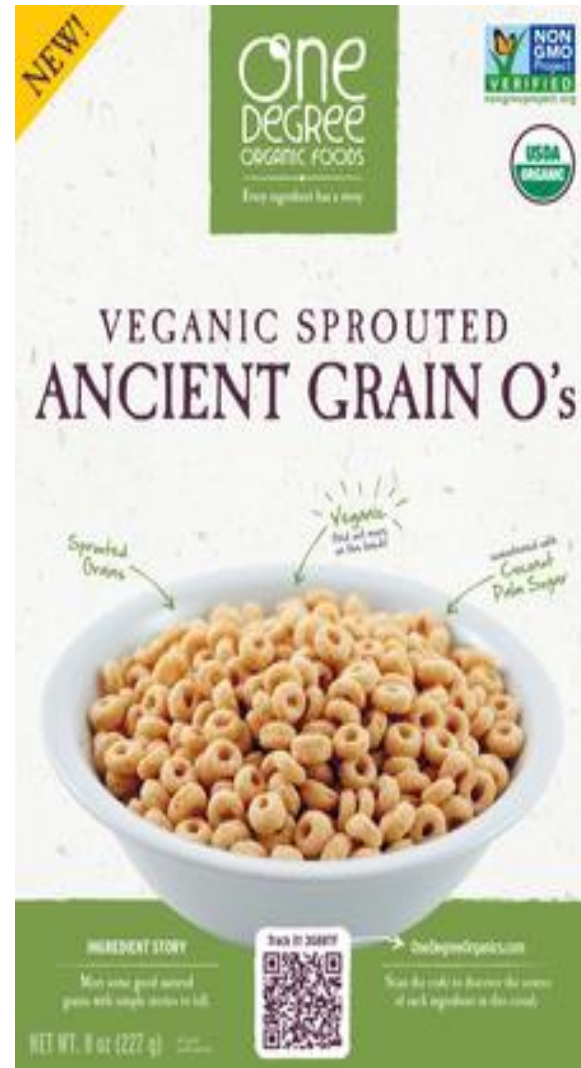
- Comunidades de “libre-de-gluten”, vegano, paleo y otras dietas especiales están alimentando el movimiento por la alimentación saludables.



Salud Personalizada

- “La medicina para una persona puede ser el veneno para otra.”

Tendencias reportadas por Expertos en la Industria





100% Organic. Kosher. Vegan. Raw
Libre de: Gluten , OGM, Trigo, Lácteos, nueces, huevo, soya.



Los factores que influyen en el crecimiento de esta industria son:

- Expansión del canal moderno – Tiendas especializadas
- Alta incidencia de enfermedades crónicas
- El aumento de ingresos



Oportunidades para la Oferta Peruana

Alimentos

Bebidas

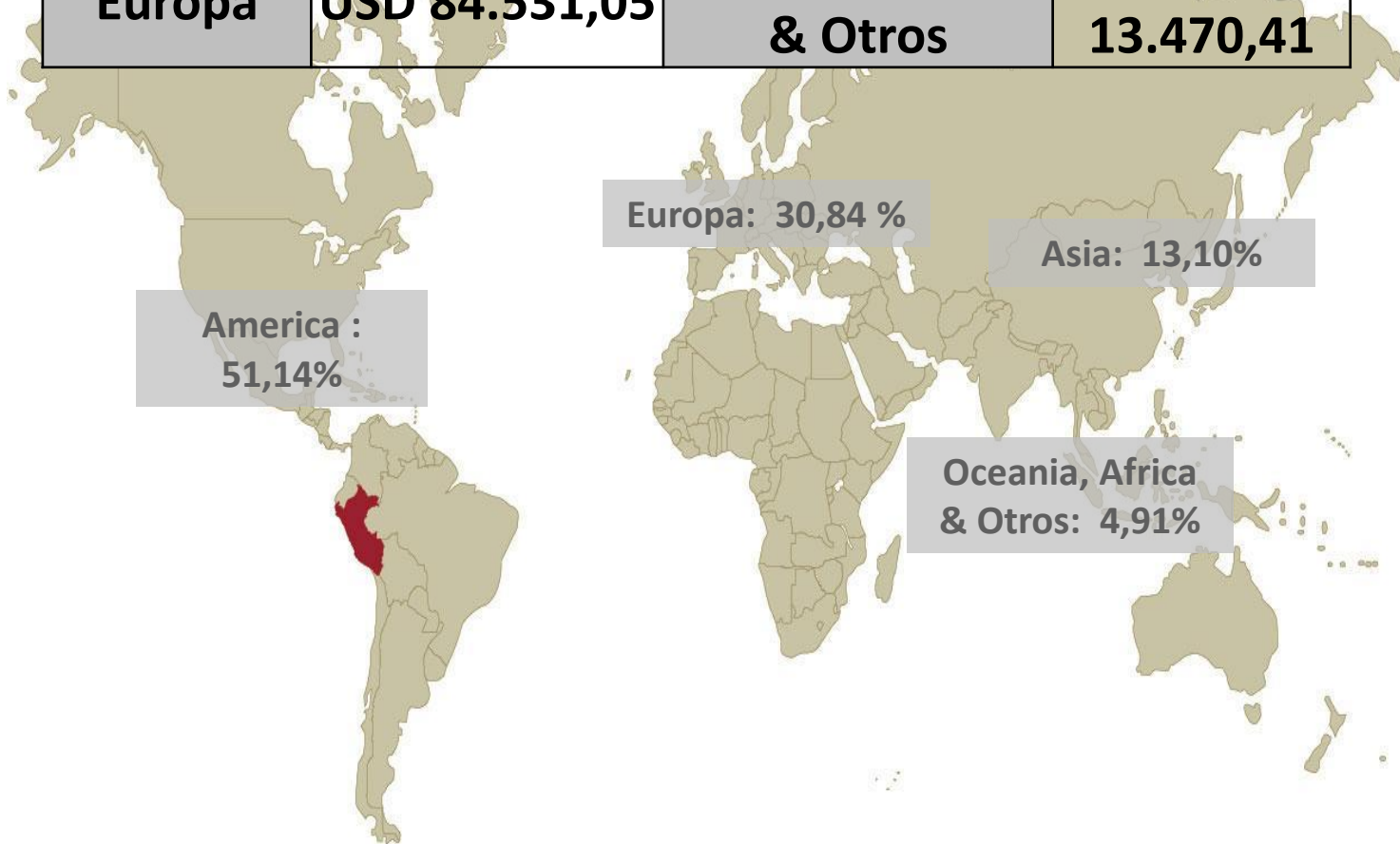
- «Better for you»
- «Libres de»
- Funcionales/Fortificados
- Naturalmente saludable
- Orgánico

Biodiversidad
Nativa
Peruana



Principales destinos de productos derivados de la biodiversidad nativa peruana 2013

Valor FOB (Miles USD)			
America	USD 140.183,70	Asia	USD 35.918,35
Europa	USD 84.531,05	Oceania, Africa & Otros	USD 13.470,41



Principales destinos de productos derivados de la biodiversidad nativa del Perú 2013 (FOB USD)

CONTINENTE	PAÍS	MONTO USD	%
AMERICA 51,14%	Estados Unidos	89.915.743,46	32,80%
	Brasil	13.116.666,90	4,79%
	Canadá	9.946.937,89	3,63%
	Mexico	7.083.435,70	2,58%
	Otros	20.120.911,89	7,34%
EUROPA 30,84%	Alemania	16.553.133,75	6,04%
	España	14.692.883,00	5,36%
	Reino Unido	10.729.756,85	3,91%
	Italia	7.810.719,89	2,85%
	Otros	34.744.554,13	12,68%
ASIA 13,10%	China	15.186.538,15	5,54%
	Japon	10.341.690,50	3,77%
	Israel	2.423.508,06	0,88%
	Otros	7.966.617,45	2,91%
OCEANIA, AFRICA Y OTROS 4,91%	Australia	7.898.549,80	2,88%
	Nueva Zelanda	2.762.070,84	1,01%
	Egipto	1.784.349,23	0,65%
	Otros	1.025.442,30	0,37%
TOTAL		274.103.509,79	100.00%

Fuente: SIICEX

Elaboración: Promp

Oportunidades para la Oferta peruana





Quinua Boliviana





Quinoa Colombiana





Spectrum ESSENTIALS
THE TASTE OF GODDESS®

New!
Decadent Blend
Chia and Flax Seed with Coconut

Omega-3 and Fiber
Spectrum Essentials® Brand now del...
chia and flax seed with coconut and ha...
selected cocoa beans which helps dev...

Benefits of Decadent Blend

- Provides 1.6g of alpha-linolenic acid to support normal cardiovascular function
- Contains 3g of dietary fiber per serving to support digestive tract and can have a positive impact on cholesterol levels
- Fair Trade Certified™ Cocoa
- Sulfur Free Coconut
- Add to hot cereals, yogurt, smoothies, pancakes, waffles, and baked goods

SPECTRUM ESSENTIALS® (DIETARY SUPPLEMENT) CHIA & FLAX SEED

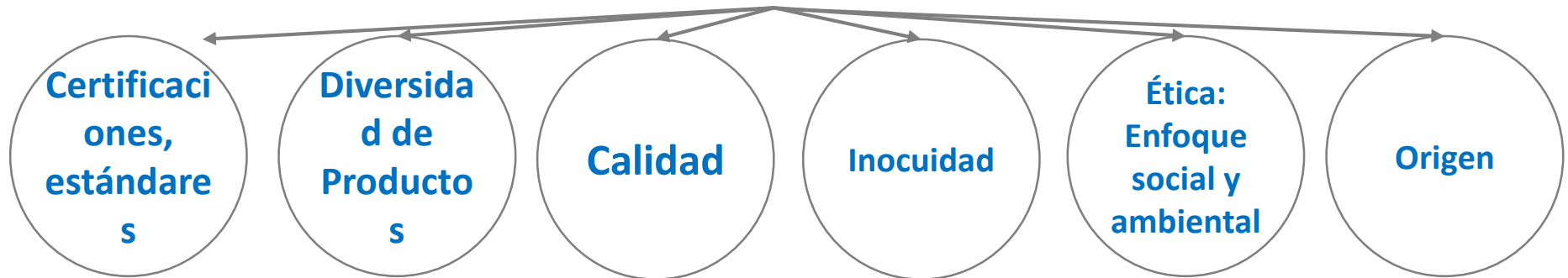
- Chia Seed has become the new, fast-growing segment of supplements
- Chia Seed is a \$3.2MM category, a \$1.6MM category in Grocery
- Spectrum Essentials® Chia Seed category in Natural and 52% and 173% respectively
- Spectrum Essentials® Flax Seed category in Natural and Grocery
- SPINS Natural/Grocery Channel

*These statements have not been evaluated by the FDA. This product is not intended to diagnose, treat, cure, or prevent any disease.



Elementos diferenciales – propuesta de valor

Elementos Diferenciadores de nuestra oferta



Propuesta de Valor hacia los mercados

Diversidad de productos de calidad con valor agregado

certificadas que satisfagan la demanda de nichos de

mercado

Plataformas Comerciales



¡Muchas gracias!

Lic. Guadalupe Amésquita

Departamento de Comercio Sostenible

gamesquita@promperu.gob.pe

