

Ingredientes Naturales en el Mercado Asiático

La demanda de productos más puros y limpios con formulaciones botánicas naturales ha ido en aumento. La conciencia del consumidor y la preferencia por los productos naturales / herbales ha llevado a las empresas a seguir el camino natural.

Características del consumidor



Químicos y efectos dañinos

Los consumidores buscan reclamaciones "libre de" pues entienden los efectos dañinos que los químicos pueden hacer en su piel.



Consumidores informados

Se toman más tiempo para comprender los beneficios de los ingredientes naturales.



Los consumidores jóvenes

conocen cada vez más los ingredientes gracias a las redes sociales, aplicaciones y videos de líderes de opinión.



Aumenta la confianza del consumidor en nuevos productos.

La colaboración entre belleza y alimentos asocia los beneficios de los ingredientes como las vitaminas y antioxidantes.

Lo natural sigue siendo el claim más importante que buscan los consumidores:



India

40% de los consumidores que usan productos del cuidado facial buscan ingredientes naturales.



China

45% de los consumidoras que utilizan productos de cuidado facial, planea usar productos elaborados con ingredientes naturales o hierbas para mejorar su piel.



Corea del Sur

69% de los langamientos de cuidado facial en el 2016 incluyó reclamaciones a base de hierbas / productos botánicos.



Fuente: India: Ipsos Observer / Mintel; China: KuRunData / Mintel

Características del mercado

Provenientes del océano y hasta comestibles, cada ingrediente tiene una historia en este mercado.



Caviar

La botánica y las hierbas forman parte de la cultura asiática



Ayurveda y la Medicina Tradicional China son prácticas antiguas que han influenciado a los consumidores del mercado asiático.



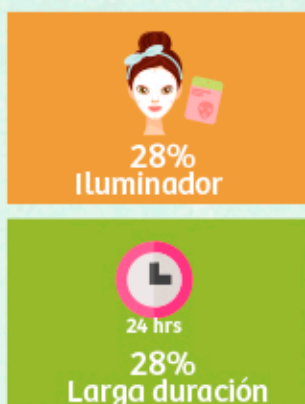
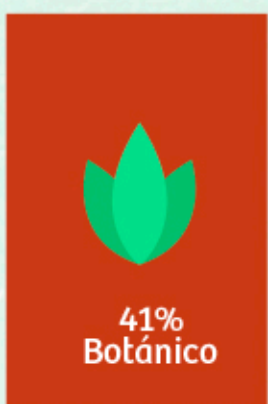
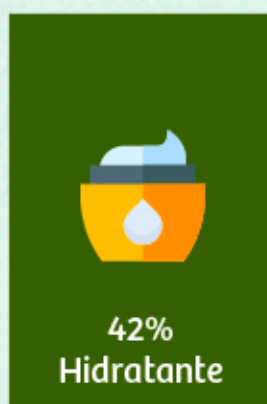
Alta demanda

De productos más puros y limpios con formulaciones botánicas naturales.



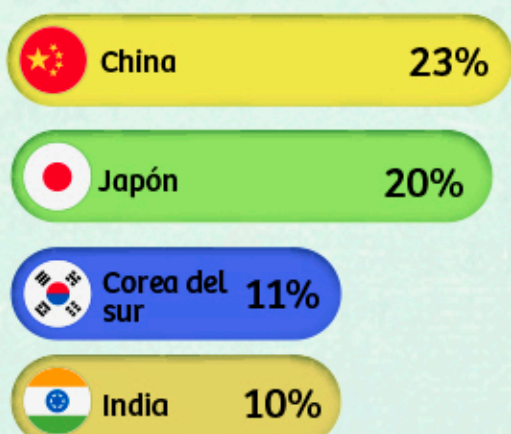
Los 4 principales claims en lanzamientos de productos de belleza y cuidado personal

Asia Pacífico (2016 - 2018)



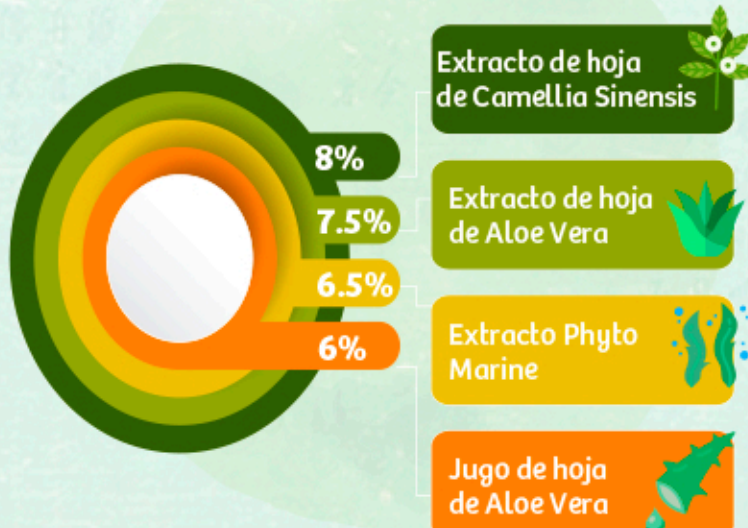
Actividad de lanzamiento de productos de belleza y cuidado personal con un reclamo botánico / herbal por país

Asia Pacífico / 2016 - 2018



Principales ingredientes botánicos encontrados en lanzamientos de productos BPC

Asia Pacífico / 2016 - 2018



FUENTE: MINTEL GNPD / INDIA: IPSOS OBSERVER / MINTEL; CHINA: KURUNDATA / MINTEL