

## 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 lanzamientos 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.

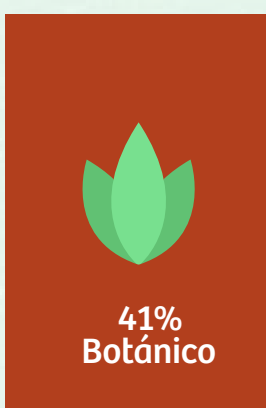
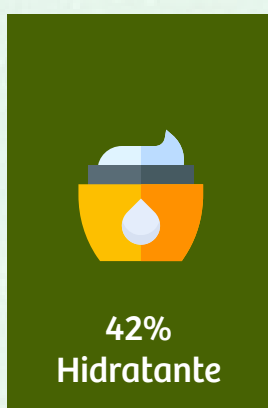


### Alta demanda

De productos más puros y limpios con formulaciones botánicas naturales.

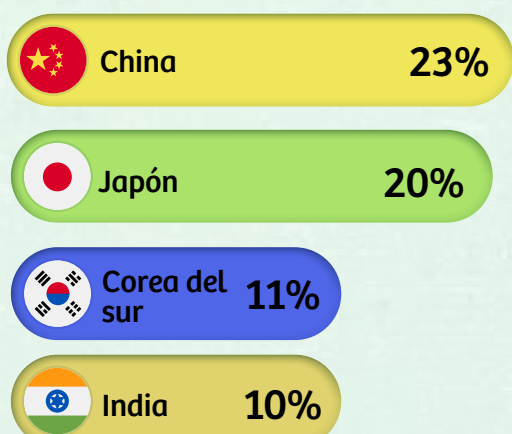
## Los 4 principales claims en lanzamientos de productos de belleza y cuidado personal

Asia Pacífico (2016 - 2018)



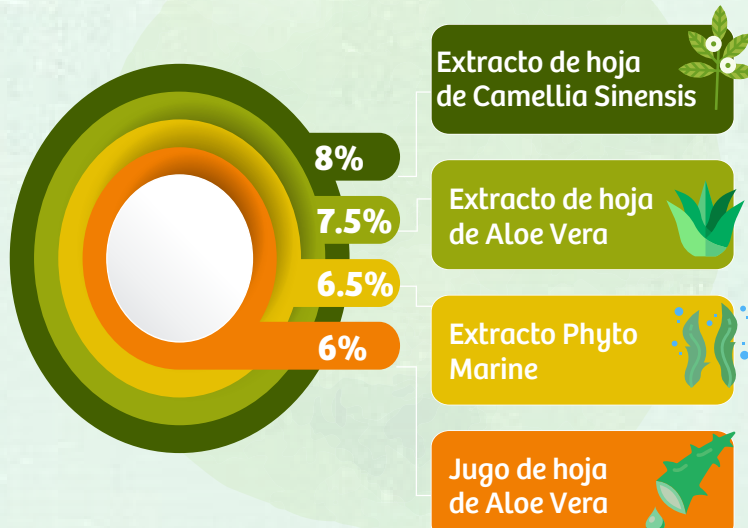
## Actividad de lanzamiento de productos de belleza y cuidado personal con un reclamo botánico / herbal por país

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