

Economía
Opinión

Mercados
Televisión

Nacional
Estados

Síguenos

PUBLICIDAD

Empresas

El nuevo etiquetado se lleva la victoria: sube 53% consumo de productos orgánicos en México

Nielsen reveló que los usuarios prefieren comprar marcas que cuidan su salud.



Expandir



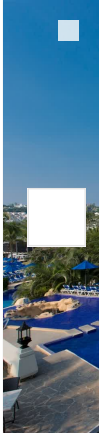
Alejandra Rodríguez



La compra de productos orgánicos creció 53 por ciento anual sus ventas, seguido de los productos bajos en azúcar, sodio y grasas, que aumentaron 30 por ciento anual, esto a un par de meses de la entrada en vigor del etiquetado de advertencia por grasas, sodio y azúcares en los alimentos y bebidas.

"Están sobresaliendo las marcas que comunican de manera muy asertiva el cuidado de la salud, todo lo que son probióticos, lo adicionado con vitaminas, todo lo que declare en el empaque ser natural está creciendo, todo lo orgánico está creciendo como nunca", dijo Yanira Reyes, líder de análisis de Nielsen Connect México.

PUBLICIDAD

		
Barcelo Hotel Group - Sponsored Occidental Xcaret · Cancelación gratis. Conoce Más	Barcelo Hotel Group - Sponsored Barceló Huatulco · Mejor precio garantizado Conoce Más	Barcelo Hotel Group - Sponsored Barceló y garantizado Conoce Más

Los productos naturales incrementaron sus ventas 17 por ciento anual, y los ingredientes de tendencia como probióticos, proteínas, matcha, chai, que elevó 16 por ciento sus ventas.

"Son productos que tienen 45 por ciento de sobreprecio, y hay un nicho de mercado interesante y que está dispuesto a pagar por este tipo de diferenciados muy claros. El gasto disponible no es que haya crecido, estamos en un contexto de crisis, pero es una reconfiguración de dejar ir algunos productos para ingresar esto a las canastas", explicó Reyes.

PUBLICIDAD

El primero de octubre del 2020 entró en vigor el nuevo etiquetado frontal de advertencia, unos octágonos negros que alertan al consumidor si el producto tiene altos contenidos de azúcar, calorías, sodio o grasas.

"Todavía no se ven los efectos del etiquetado, tardarán en verse 3 a 4 meses de la implementación, con migración de marcas entre aquellas que eran percibidas como saludables pero que estén etiquetadas", refirió la especialista.

Agregó que en otros países con la entrada de nuevos etiquetados se ve una caída en volumen de hasta el 20 por ciento.

Cambio de hábitos

Luego de unos meses de entrar en vigor el nuevo etiquetado, los mexicanos consumen más productos naturales.

► **Var% anual en ventas por segmento de octubre a diciembre de 2020**

Orgánicos



Bajos en azúcar, sodio y grasas



Naturales



Con probióticos, proteínas, matcha, chai, etc.



Fuente: NIELSEN

Te recomendamos:

[productos orgánicos](#)

[etiquetado de alimentos](#)

[crecimiento de ventas](#)

[AEF](#)