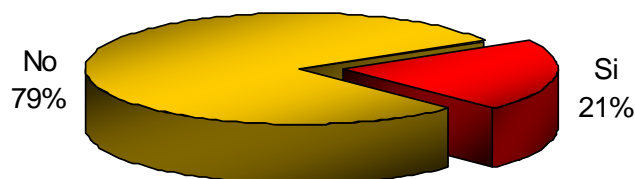


PRODUCTOS DIETÉTICOS, UN MERCADO EN CRECIMIENTO

Ver un contundente plato de comida acompañado de una gaseosa light o ver a un hombre cuide la línea, ya no es novedad. En la actualidad, vemos cómo ha crecido y se ha desarrollado el mercado de productos dietéticos. Son varias las categorías que han incluido la versión light o diet a sus presentaciones, experimentando ventas superiores a las proyectadas. Y no es para menos, si vemos una encuesta de Datum Internacional realizada en junio de este año, a nivel nacional, encontramos que el 21% de los entrevistados afirma consumir productos dietéticos. Si miramos solamente los niveles alto y medio encontramos que este porcentaje casi se duplica (41%).

Consumo de Productos Dietéticos

- En la actualidad, ¿consume Ud. productos dietéticos? -

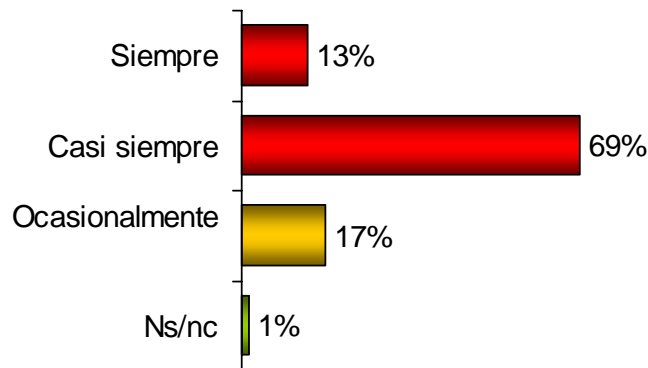


Base de entrevistas: 1835

Asimismo, resulta atractivo que el 82% de los consumidores de productos dietéticos, declara consumirlos siempre o casi siempre. Aunque ello se manifiesta en Lima con mayor fuerza que en el resto del país, no deja de ser interesante el desarrollo potencial que representan esos mercados.

Frecuencia del Consumo de productos dietéticos

- En la actualidad, ¿consume Ud. productos dietéticos? -



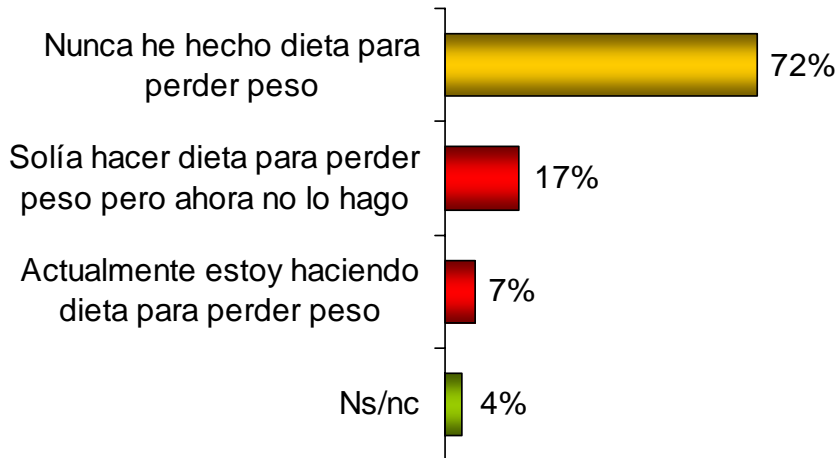
Base quienes consumen productos dietéticos: 377

La motivación para el consumo de productos dietéticos varía en los diferentes segmentos. Una de las principales razones es que el 7% de las personas manifiesta que actualmente se encuentra a dieta para bajar de peso. Vemos que ello se da en mayor medida entre las mujeres (8.9%), los niveles A y B (11.5%) y en Lima (8.6%). Cabe resaltar que las personas mayores a 36 años se cuidan más que los segmentos más jóvenes.

Un importante 17% de la muestra declaró no estar a dieta, pero sí han hecho dieta para perder peso, algunos de los cuales continúan consumiendo productos dietéticos como un hábito, convirtiéndose en un estilo de vida más que un esfuerzo o sacrificio por mantener la salud y la línea.

Costumbres alimenticias

- Dígame, ¿cuál de estas alternativas se ajusta más a sus costumbres alimenticias -

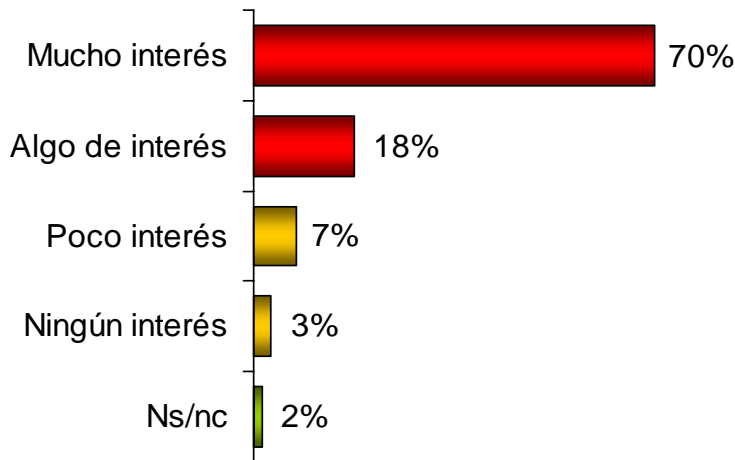


Base de entrevistas: 1835

Es notable que, más allá de las dietas, el 70% de los consumidores peruanos manifiesten mucho interés en tener una nutrición saludable, porcentaje que se incrementa a 86% en los niveles A y B, con una diferencia poco significativa entre hombres y mujeres, 68% y 72% respectivamente. Aunque Lima se mantiene como el mercado más atractivo (79% manifiesta mucho interés en una nutrición saludable), por su parte, el interior del país, el norte en particular, que si bien se caracteriza por sus platos bien condimentados, registra un 72% de personas con mucho interés en tener una nutrición saludable.

Interés en una nutrición saludable

- Dígame, ¿qué tanto interés tiene Ud. en tener una nutrición saludable? -



Base de entrevistas: 1835

En síntesis, el mercado de productos light y diet ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años y todavía va a seguir creciendo. Más allá de la moda o de la dieta, hay un consumidor preocupado por su salud y el uso de productos dietéticos ha pasado a ser parte de su vida cotidiana. Verse bien y sentirse saludable ya no es cosa de mujeres, ni de los niveles más altos, es una corriente en crecimiento y aunque son los segmentos antes mencionados los que más gastan en este tipo de productos, recomendamos voltear la mirada y atender a ese 79% que no consume productos dietéticos pero que sí se preocupan por una nutrición saludable, es un gran mercado potencial.

Urpi Torrado

Sub Gerente

Datum Internacional