

EXPONUT, 13 de noviembre de 2024

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

Sra. Goretti Guasch

Directora Ejecutiva

International Nut and Dried Fruit Council, INC





2.470
Millones

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

CONTENIDOS



1. Quiénes Somos
2. Situación y Oportunidades Claves para el Sector
 - a) Encuesta de tendencias 2024/2025
 - b) Factores de Expansión y Desafíos de la Demanda en la Industria Procesadora, Retail y Servicios:
 - i. Mercados Potenciales
 - ii. Mercados Emergentes
 - iii. Mercados Maduros
3. Fomentar el Consumo de Frutos Secos
 - a) ¿Por qué la Generación Z?
 - b) El INC en China
 - c) El INC en India
 - d) El INC en América Latina

1. Quiénes Somos

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

QUIÉNES SOMOS: VISIÓN, MISIÓN Y PROPUESTA DE VALOR



Visión

Fomentar el consumo de frutos secos y frutas deshidratadas, siendo la principal fuente internacional de información sobre temas de salud, nutrición, estadísticas, seguridad alimentaria y estándares de calidad, al mismo tiempo que se mejora el acceso al mercado a nivel global.

Misión

Facilitar el crecimiento sostenible en la oferta y el consumo mediante la difusión de los beneficios y propiedades saludables de los frutos secos y las frutas deshidratadas a nivel global.

Propuesta de valor

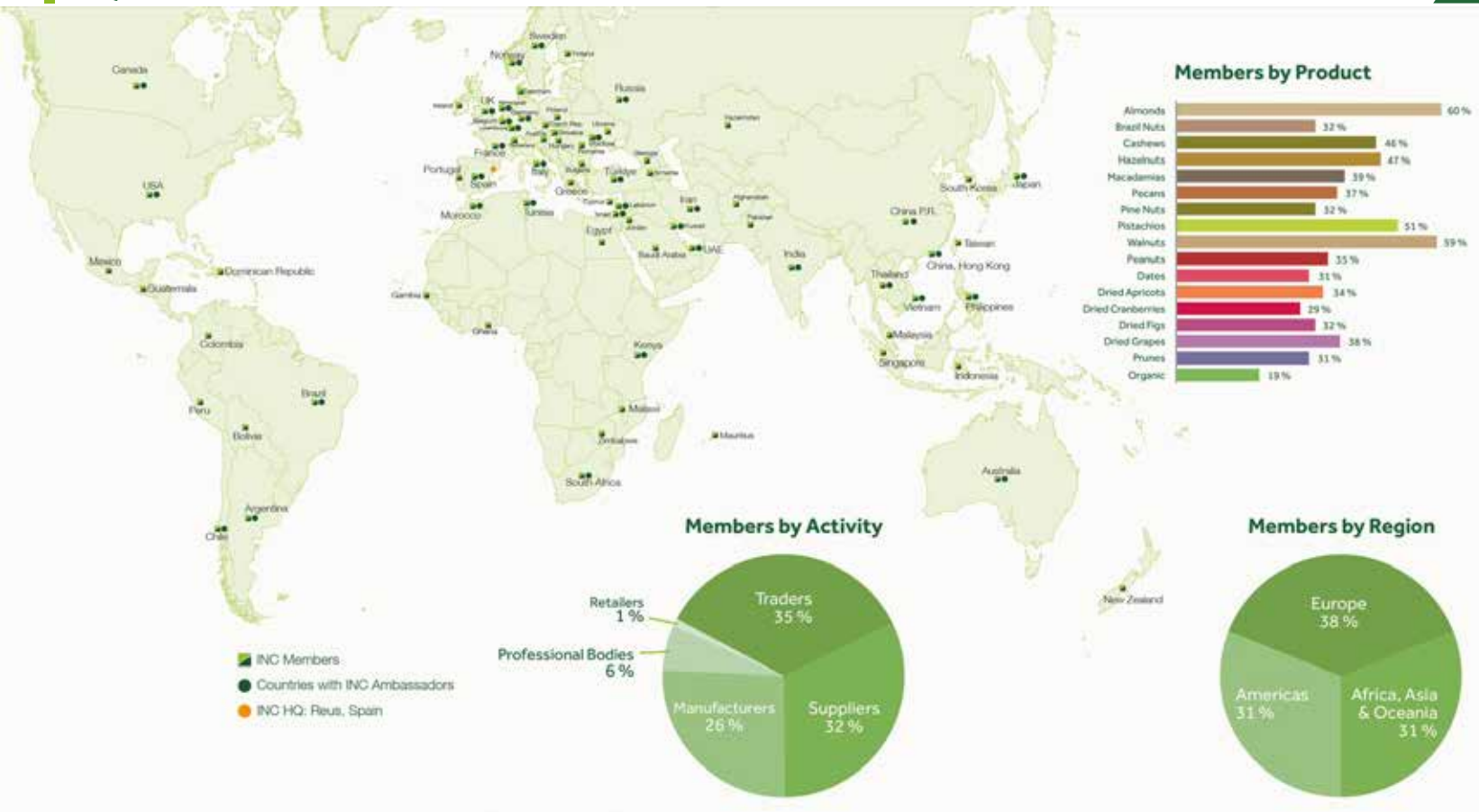
INC promueve la producción sostenible de los frutos secos y las frutas deshidratadas a nivel mundial para incrementar su consumo y beneficiar a las empresas involucradas.

La membresía representa el 85% del comercio mundial del sector

Valor total de suministro estimado en más de 47 mil millones de USD

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

QUIÉNES SOMOS: MIEMBROS DEL INC



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

QUIÉNES SOMOS: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL INC



- Aumentar el consumo global para asegurar un equilibrio saludable entre la oferta y la demanda.
- Priorizar áreas clave de investigación en salud y nutrición para obtener declaraciones de salud aprobadas por reguladores que apoyen la promoción de los frutos secos y frutas deshidratadas a nivel mundial.
- Colaborar con organizaciones internacionales para aumentar el acceso al mercado y superar los desafíos de barreras comerciales y problemas en la cadena de suministro.
- Definir la agenda de sostenibilidad para la industria de los frutos secos y frutas deshidratadas.

2. Situación y Oportunidades Clave Para el Sector

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

ENCUESTA DE TENDENCIAS 2024/25



- El INC realizó una encuesta entre miembros seleccionados de su membresía para la campaña 2024/25.
 - *Objetivo:* Obtener una visión global de los factores de expansión y los desafíos para el crecimiento de la demanda en tres mercados diferentes y a lo largo de la cadena de suministro:
1. **Mercados Potenciales** (e.g. Latinoamérica y SE Asiático)
 2. **Mercados Emergentes** (e.g. China and India)
 3. **Mercados Maduros** (e.g. Norteamérica, Europa, Medio Oriente, Australia)



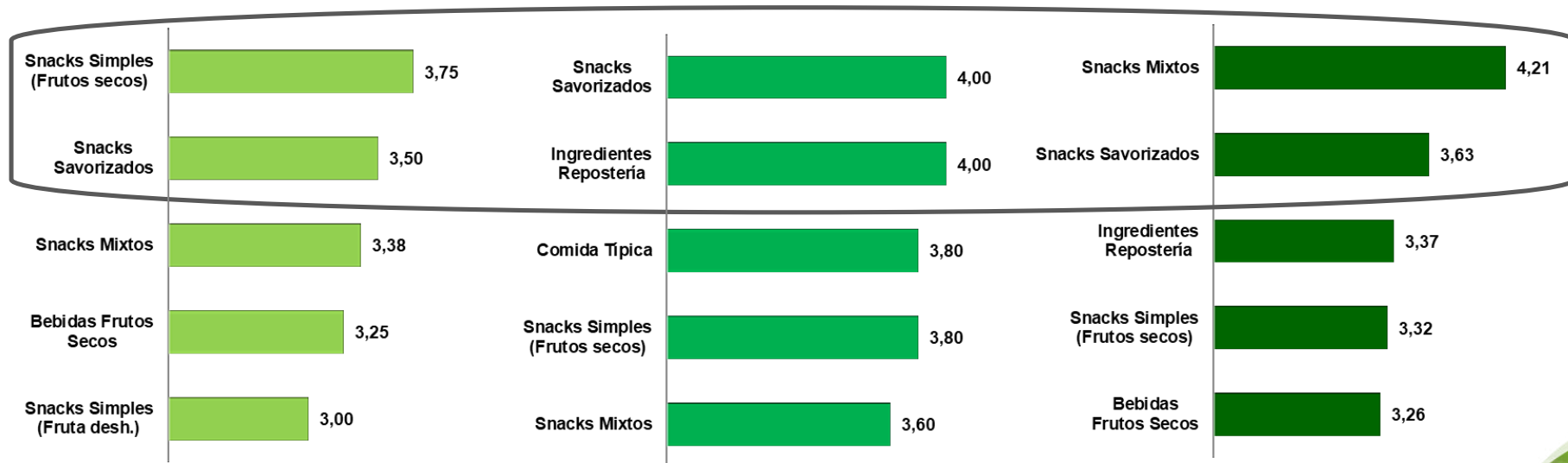
FREPIK

Tipo de Producto encabezando la demanda en la industria procesadora, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

Mercados Potenciales

Mercados Emergentes

Mercados Maduros

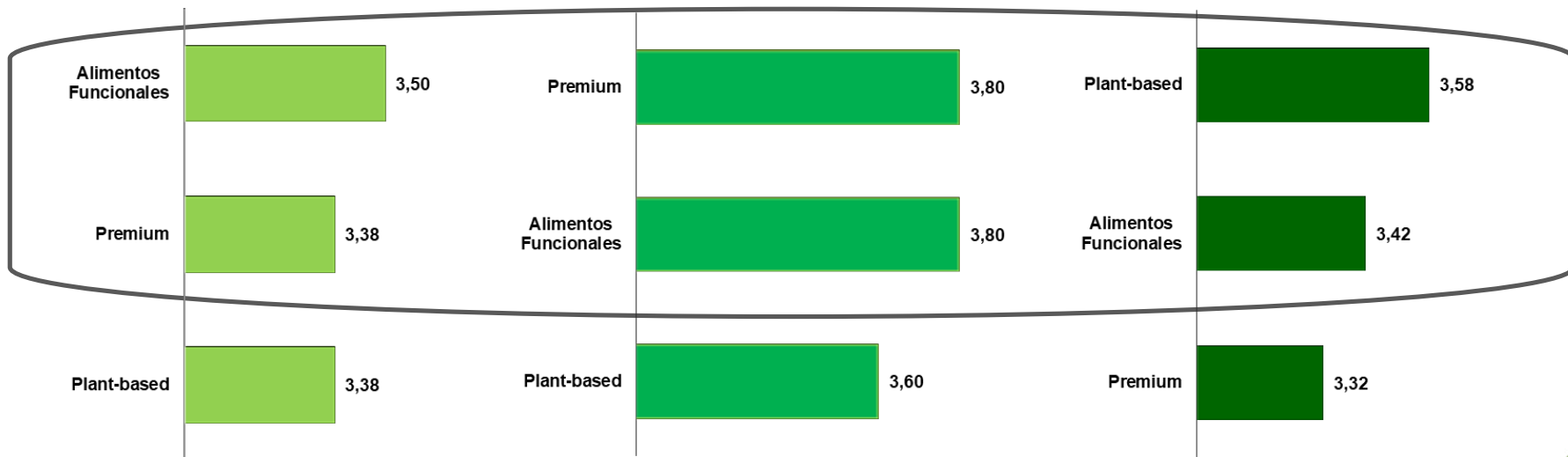


Desarrollo de Nuevos Productos en la industria procesadora, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

Mercados Potenciales

Mercados Emergentes

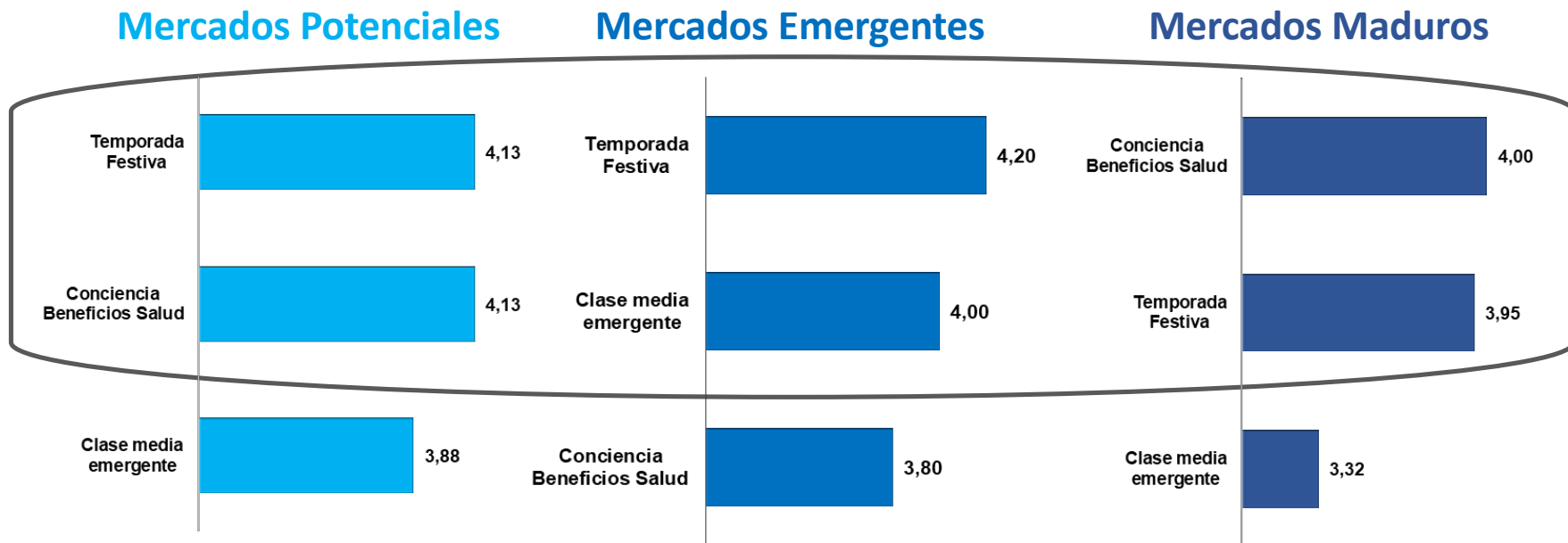
Mercados Maduros



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

RETAIL: FACTORES DE EXPANSIÓN DE LA DEMANDA

Principales Factores encabezando la demanda minorista, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

RETAIL: FACTORES DE EXPANSIÓN DE LA DEMANDA

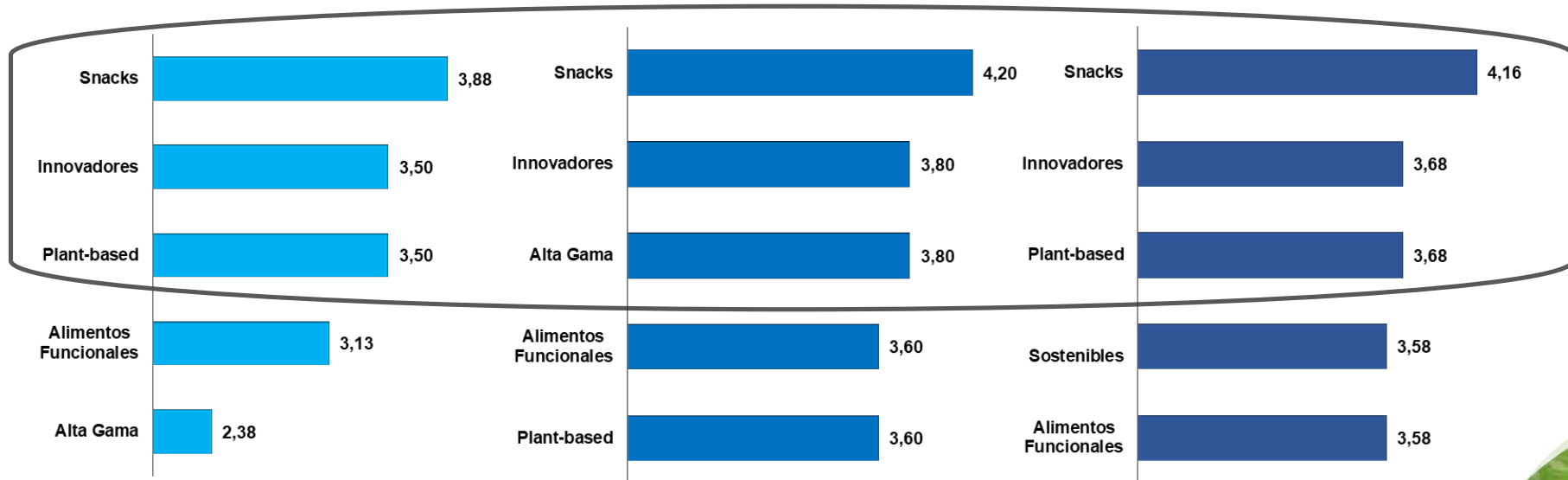


Tipos de Producto encabezando la demanda minorista, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

Mercados Potenciales

Mercados Emergentes

Mercados Maduros



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

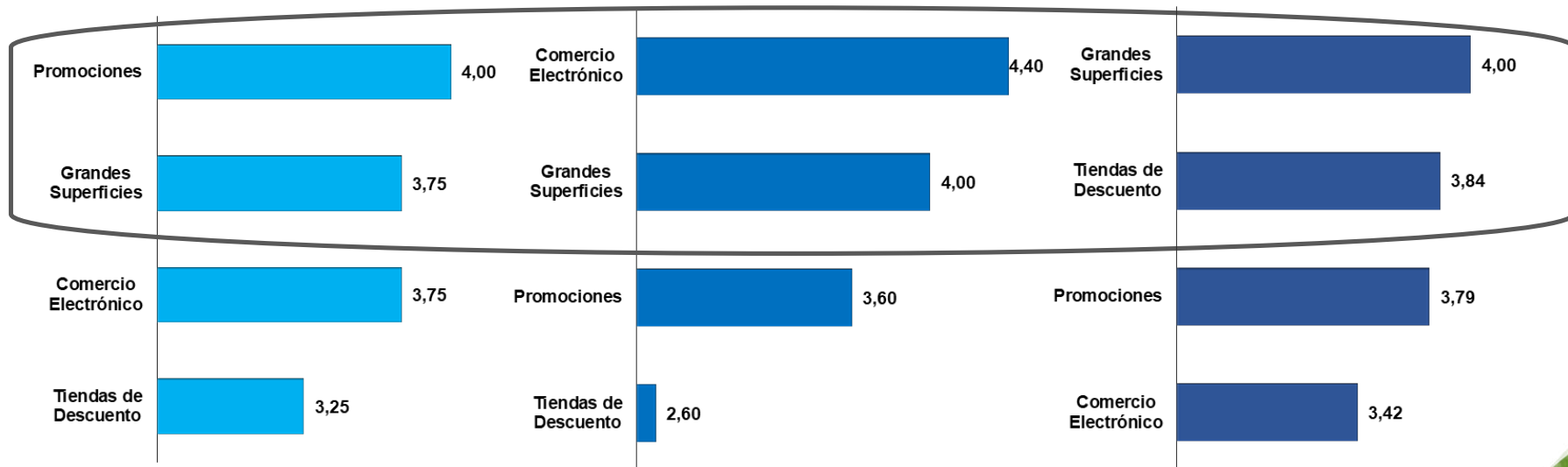
RETAIL: FACTORES DE EXPANSIÓN DE LA DEMANDA

Canales/Estrategias de Venta encabezando la demanda minorista, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

Mercados Potenciales

Mercados Emergentes

Mercados Maduros

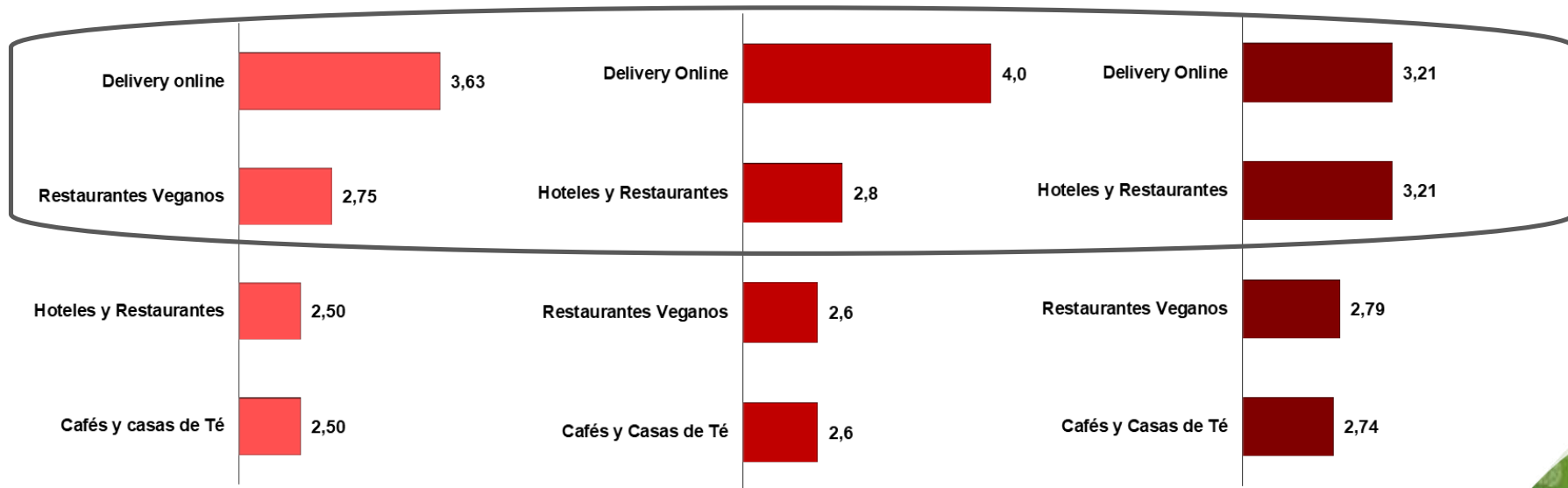


Canales de Venta encabezando la demanda en el sector servicios, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

Mercados Potenciales

Mercados Emergentes

Mercados Maduros



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

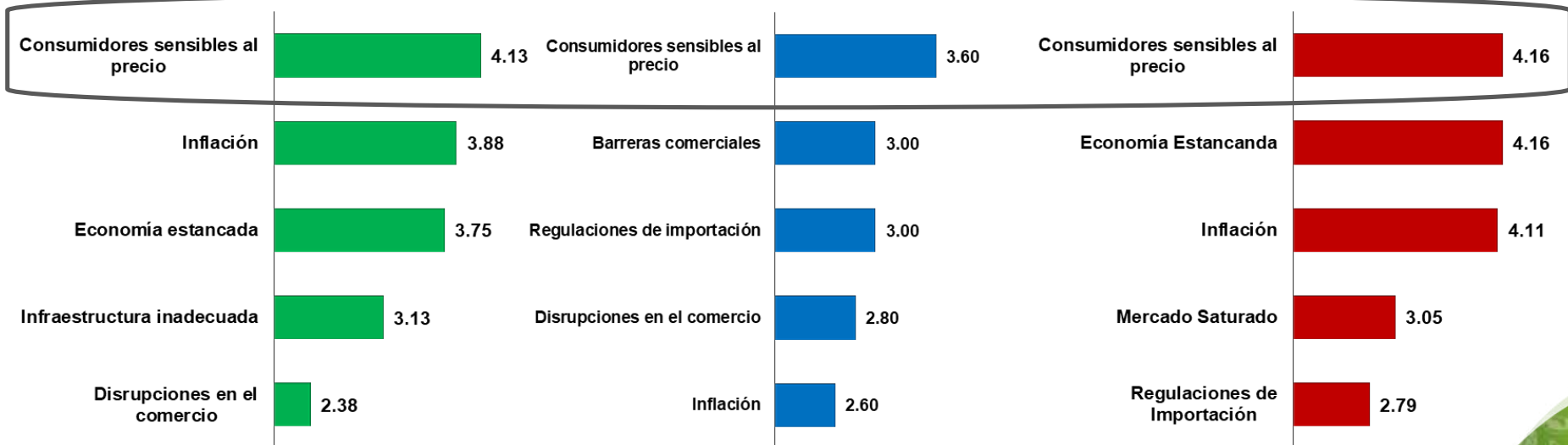
DESAFÍOS PARA EL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

Principales Desafíos para el crecimiento de la demanda, puntuados del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

Mercados Potenciales

Mercados Emergentes

Mercados Maduros



FACTORES DE EXPANSIÓN DE LA DEMANDA

Lanzamientos de Productos con Frutos Secos en los distintos mercados

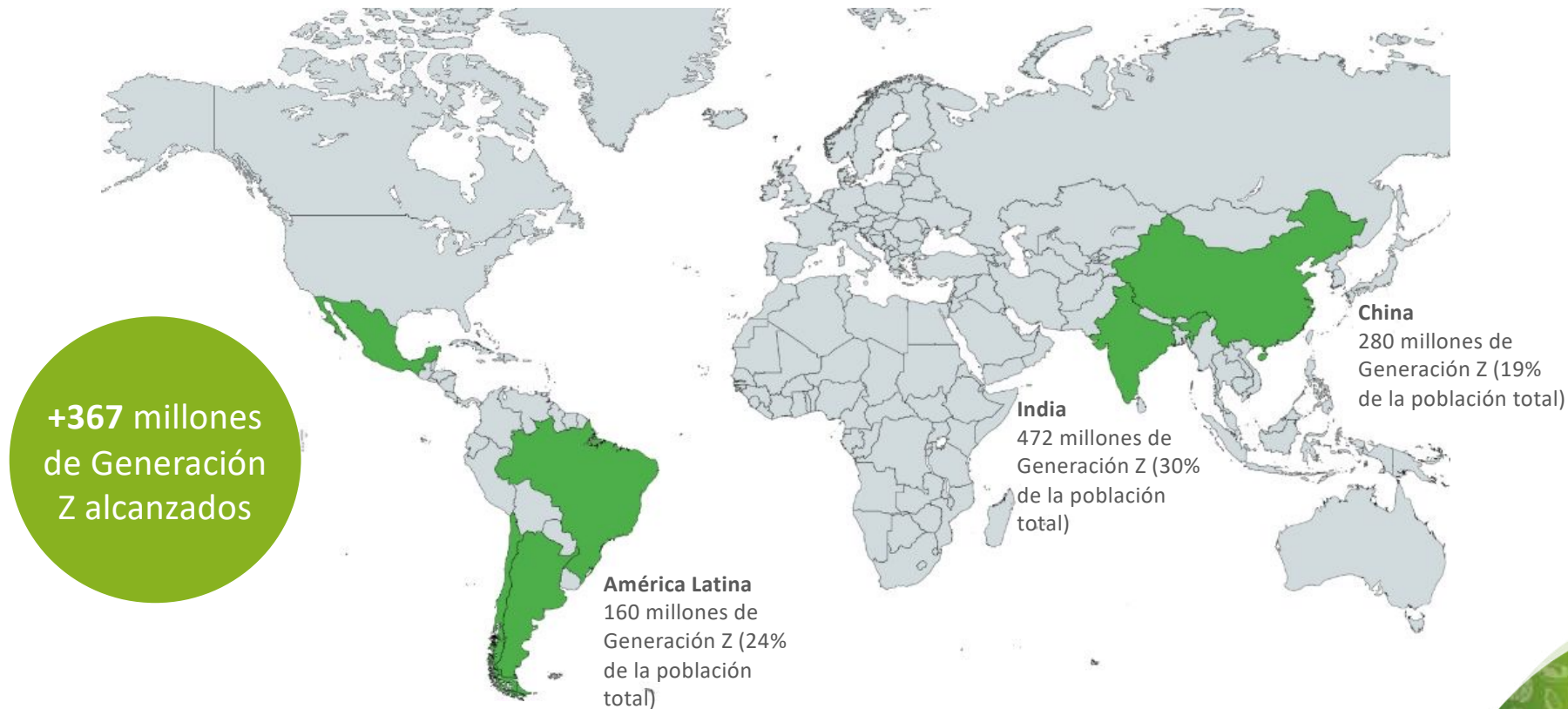
Tipo de Producto	Mercados Potenciales	Mercados Emergentes	Mercados Maduros
Saborizados		✓	✓
Recubiertos			✓
Mezclas		✓	✓
Cereales			✓
Barras		✓	✓
Pastas	✓	✓	✓
Bebidas	✓		✓
Helados	✓		✓
Confitería	✓	✓	✓
Panadería		✓	✓

3. Fomentar el Consumo de Frutos Secos

- 2.470 millones de miembros de la Generación Z en todo el mundo
- La Generación Z seguirá siendo el mayor grupo de consumidores hasta 2030
- Se convertirán en impulsores clave del mercado de consumo global
- Influyen de manera significativa en las decisiones de compra del hogar
- El 94% de la Generación Z utiliza redes sociales con un promedio de 2 horas y 43 minutos al día
- La salud y el bienestar son una preocupación clave, ideal para la promoción de nuestro producto

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: PLAN MULTI-COUNTRY



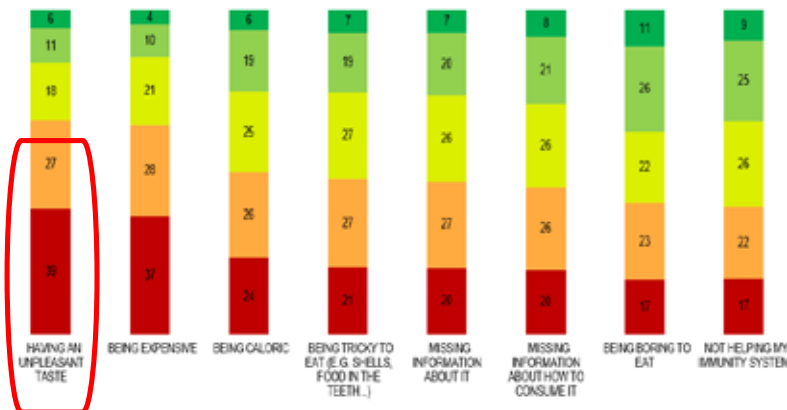
Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: INC EN CHINA



La Generación Z generalmente no aprecia el sabor de los frutos secos y las frutas deshidratadas. Esta percepción se debe a varios factores:

- Solo conocen el sabor de unos pocos frutos secos y frutas deshidratadas.
- No han probado los frutos secos o frutas deshidratadas menos conocidos debido al precio y la falta de información.



93%

DE LA GENERACIÓN Z
SON CONSUMIDORES
MODERADOS A
FUERTES DE BEBIDAS.

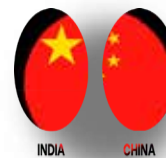


90%

DE LA GENERACIÓN Z
SON CONSUMIDORES
MODERADOS A
FUERTES DE SNACKS.

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: INC EN CHINA



GEN Z'S SNACK CONSUMPTION NEEDS



TOP 5 VALUE PROPOSITIONS OF GEN Z'S FOOD & BEVERAGE CONSUMPTION

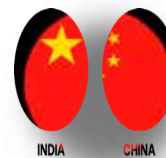


GEN Z'S BEVERAGE CONSUMPTION NEEDS



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: INC EN CHINA



Alcance
162 Milliones



Interacciones
1.9 Million



Publicaciones
250



Influencer Posts
140

El hashtag de la campaña de helados consiguió un lugar entre los 50 temas de tendencia en Douyin, alcanzando a 11.3 millones de usuarios.



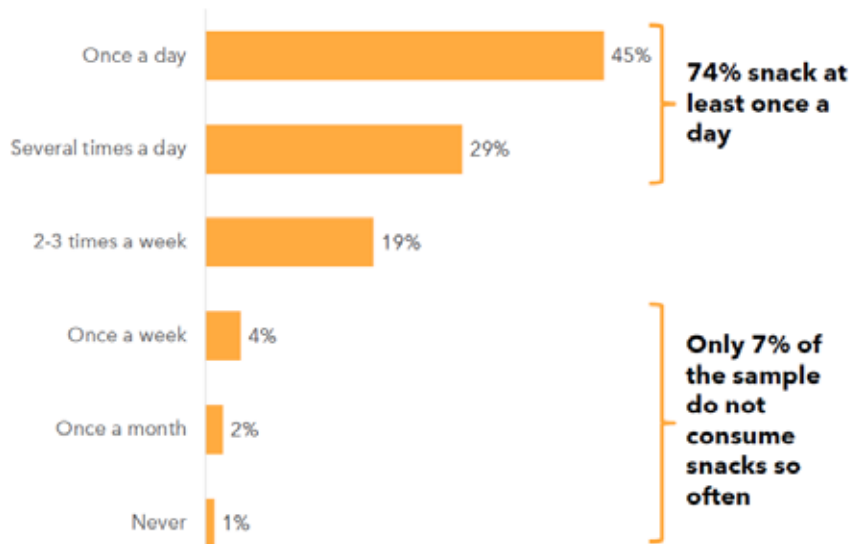
Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: INC EN INDIA

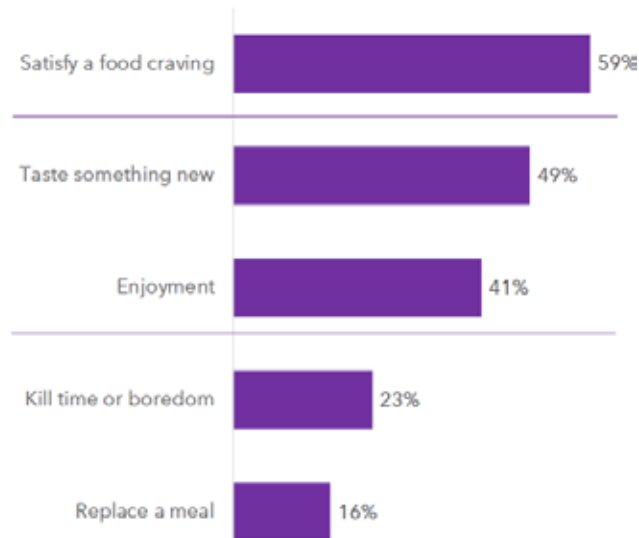


- Los snacks representan una oportunidad debido a la alta incidencia entre la Generación Z.
- La mayoría de ellos come un snack para satisfacer un antojo.

How often do they snack?



Why do they snack?

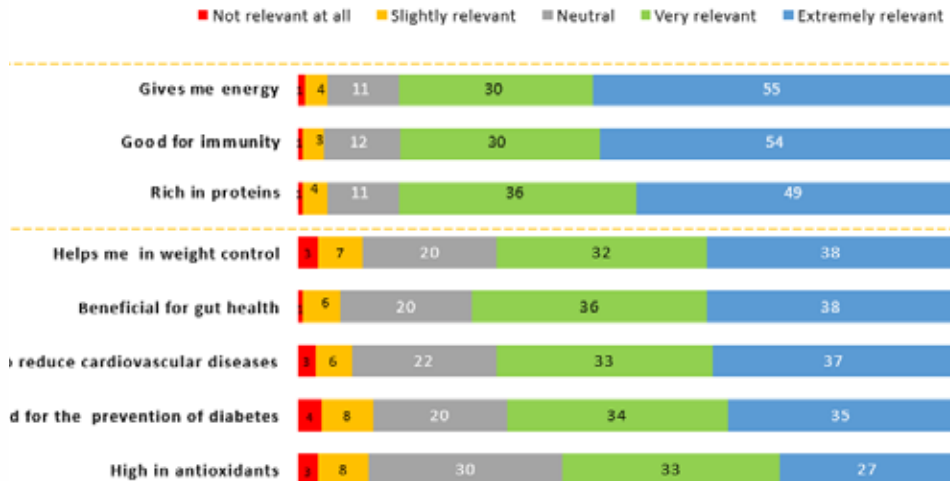
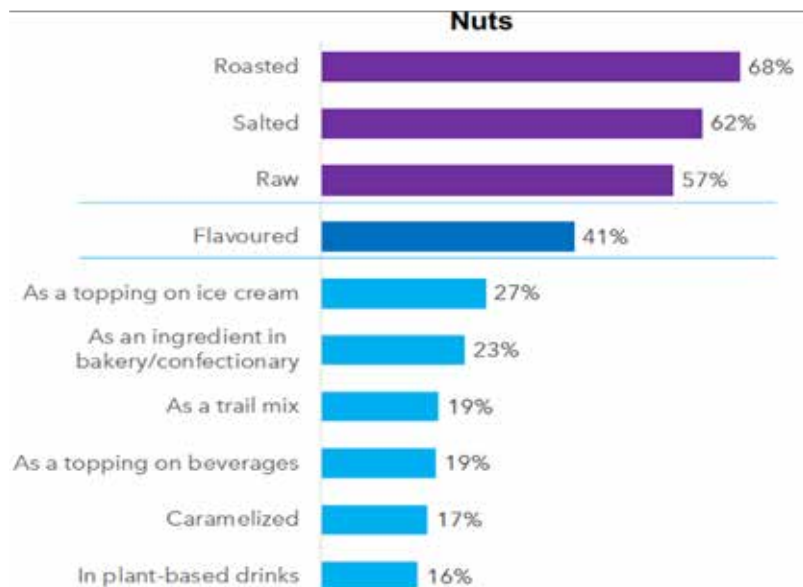


Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: INC EN INDIA



- La mayoría de Generación Z comen los frutos secos tostados.
- Buscan snacks que aporten energía, sean buenos para la inmunidad y ricos en proteínas.



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FOMENTAR EL CONSUMO: INC EN INDIA



Total Reach
126 Million



Interactions
5.6 Million



Posts & Videos
200



Influencer Posts
80



126 millones de reach



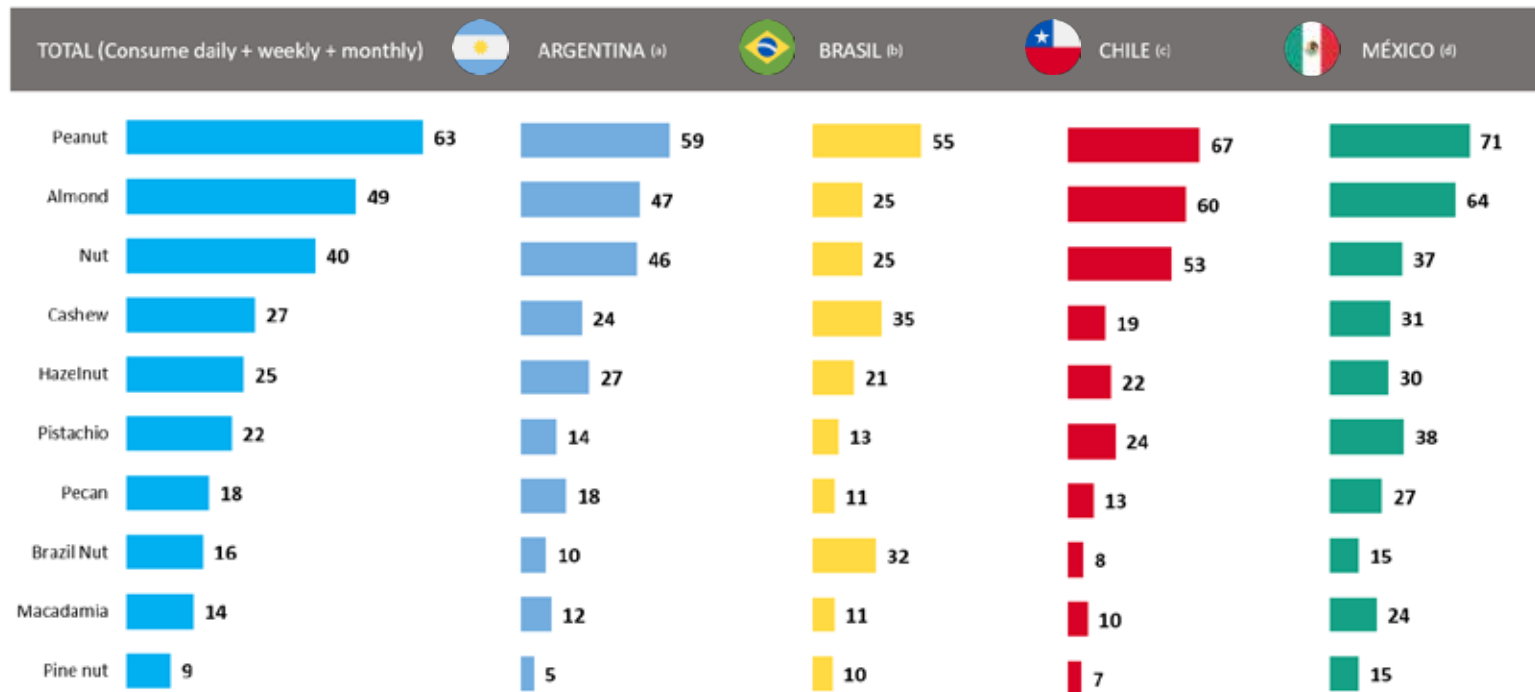
El INC en América Latina

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FRECUENCIA DE CONSUMO DE FRUTOS SECOS ENTRE LA GENERACIÓN Z EN AMERICA LATINA



Los cacahuates (maníes) destacan como los frutos secos más reconocidos y consumidos entre la Generación Z en América Latina, seguidos de cerca por las almendras y las nueces.

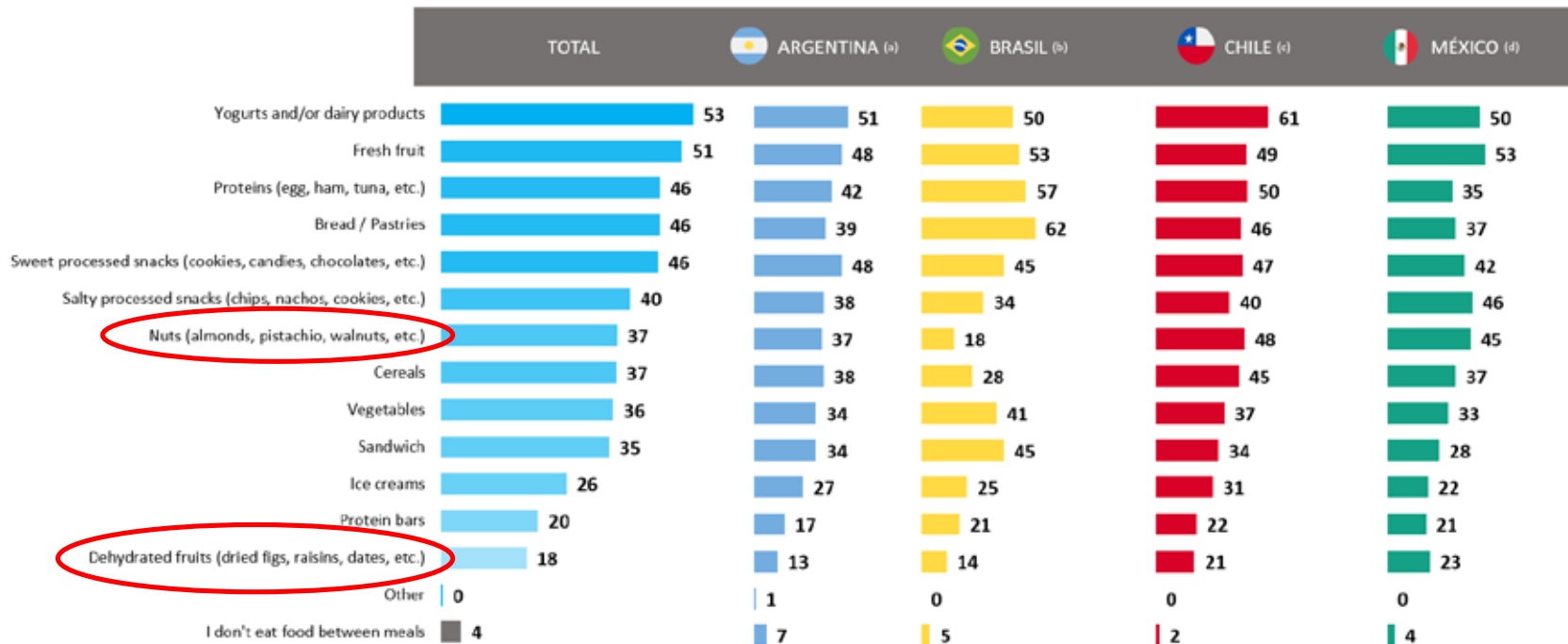


Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

SNACKS CONSUMIDOS DIARIAMENTE ENTRE LA GENERACIÓN Z EN AMERICA LATINA



Los frutos secos y las frutas deshidratadas ocupan un lugar bajo en las preferencias de snacks de la Generación Z en América Latina.



Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

FORMATOS DE FRUTOS SECOS Y FRUTAS DESHIDRATADAS CONSUMIDOS ENTRE LA GENERACIÓN Z

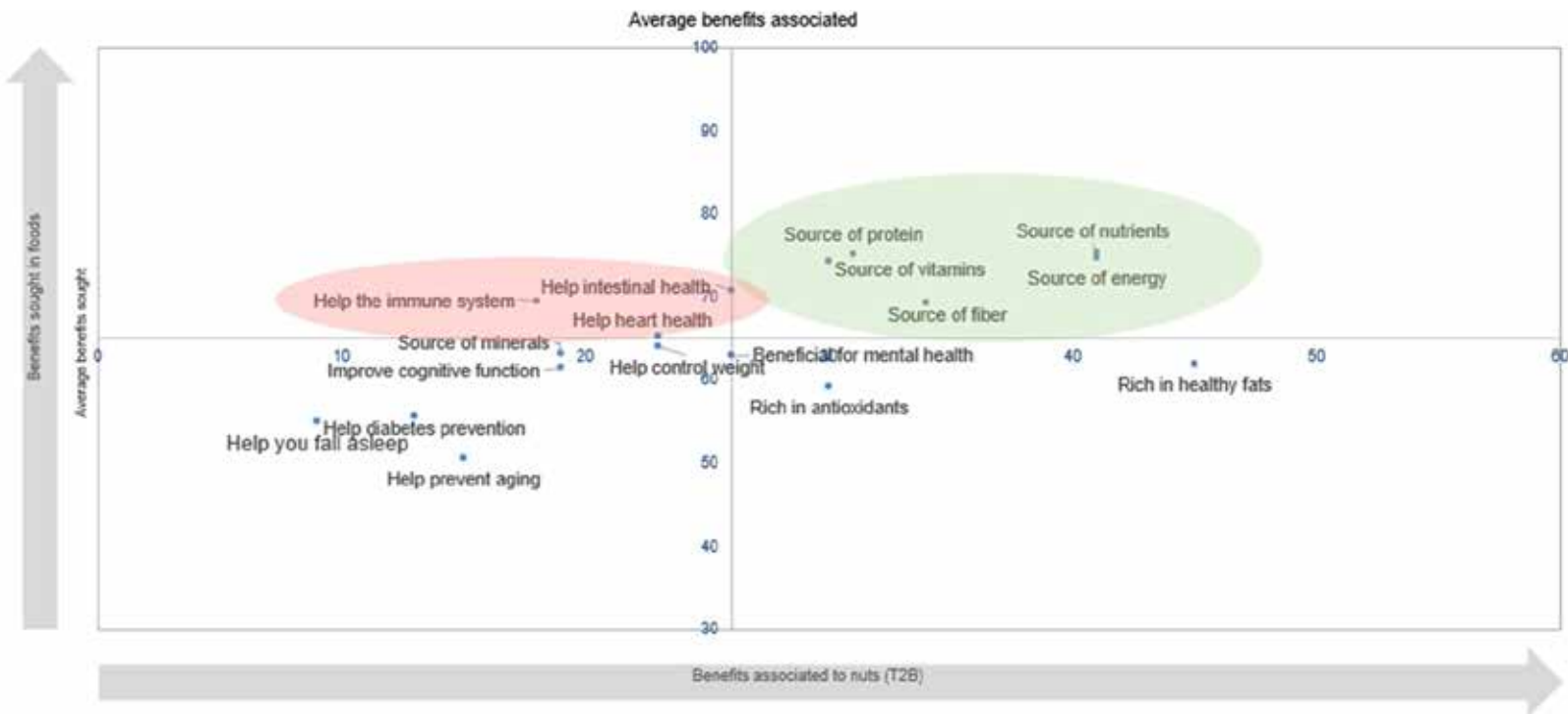


Mezclas/granola, seguidas de las barras, son las principales formas de consumir frutos secos y frutas deshidratadas. En Argentina, los helados se destacan.

TOTAL COUNTRIES		 ARGENTINA (A)	 BRAZIL (B)	 CHILE (C)	 MEXICO (D)
Mix / Granola	 52	55	47	53	53
Bars	 38	39	35	38	39
As ingredients / complement for sweet recipes	 29	30	27	30	29
Ice creams	 21	27	20	19	18
As ingredients / complement for savory recipes	 19	15	20	18	22
Creams/Spreads	 15	18	16	14	12
Drinks	 14	14	11	15	16
Flours / Powders	 13	13	14	15	9
In beauty or hygiene products	 8	8	10	7	8
Other	 1	1	3	0	1
I do not consume them in any of these versions	 12	7	14	13	12

Tendencias Mundiales del Consumo de Frutos Secos

BENEFICIOS DE LOS FRUTOS SECOS: PERCEPCIONES ENTRE LA GENERACIÓN Z EN AMERICA LATINA



Tendencias Mundiales Del Consumo De Frutos Secos

FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE FRUTOS SECOS ENTRE LA GENERACIÓN Z

TOTAL COUNTRIES		 ARGENTINA (A)	 BRAZIL (B)	 CHILE (C)	 MEXICO (D)
Google or other search engines	61	60	63	62	57
Nutritionists, doctors or specialists	35	38	33	34	34
YouTube	24	20	30	21	25
In the package/wrapping	22	21	19	27	20
Family, friends or acquaintances	15	17	9	20	14
Tik-Tok	15	14	13	16	17
Instagram	13	14	10	15	11
Facebook	8	5	4	8	13
Blogs	7	7	7	8	8
APPs	5	3	9	5	4
Influencers	5	5	4	5	4
Newsletter	4	3	6	5	4
Other	0	0	0	0	1
I would not be interested in searching for information	7	6	8	6	7

- Las nueces, almendras y cacahuets gozan de la mayor popularidad y consumo en la categoría.
- Las avellanas y los pistachos son productos clave para el crecimiento.
- La salud intestinal, un sistema inmunológico saludable y la salud del corazón son preocupaciones clave para la Generación Z en América Latina, pero los frutos secos y las frutas deshidratadas no se asocian tan directamente con estos beneficios.
- Casi el 96% de los encuestados consume snacks a diario; sin embargo, los frutos secos y las frutas deshidratadas generalmente no se consideran la opción principal a la hora de picar.
- El precio, el sabor y la falta de información son las principales barreras para el consumo, pero hay espacio para el crecimiento de la innovación en productos con sabores.

The

NUT

Times

>NUTFRUIT<
PLANT-BASED POWER

NOW ON  Spotify



Tendencias Mundiales Del Consumo De Frutos Secos

INC EN AMERICA LATINA: RESULTADOS DE LA CAMPAÑA



Reach Total
95 Millones



Interacciones
1,1 Millones



Posts & Videos
500



Posts Influencers
30



LISTEN ON Spotify



THE INC WELCOMES YOU TO JOIN US AT
EXCLUSIVE INC WORLD NUT & DRIED FRUIT CONGRESS



Mallorca

**42ND INC WORLD NUT AND
DRIED FRUIT CONGRESS
MAY 8-10, 2025**

