



AMÉRICA LATINA A DIETA: LAS NUEVAS REGULACIONES PARA LA INDUSTRIA ALIMENTICIA

DAVID MACKINSON

RESEARCH ANALYST

OCTUBRE 2014



@EuromonitorES

Acerca de Euromonitor International

- 40 años de experiencia mundial en investigación de mercados de productos de consumo masivo y servicios al consumidor
- Una metodología de investigación avalada por corporaciones globales y gobiernos
- Tendencias globales, regionales, por países y por categorías de industrias de los consumidores
- Investigación sindicada cubriendo 28 industrias y sus consumidores en 80 países
- Consultoría en estudios a la medida de alcance global
- 800 analistas en 80 países

Londres



Chicago



Singapur



Shanghái



Dubái



Vilna

Ciudad del
Cabo

Santiago



Tokio



Sídney



Bangalore



Sao Paulo



GLOBAL INSIGHT

INDUSTRY SPECIALISATION

Dialogue with key players,
global research inputs

COMPANY ANALYSIS

Global and local company
data and accounts

TRADE SURVEY

Discussion on data and
dynamics with local industry

DESK RESEARCH

All public domain material
accessed and interpreted

STORE CHECKS

A first-hand view of place,
product, price and promotion

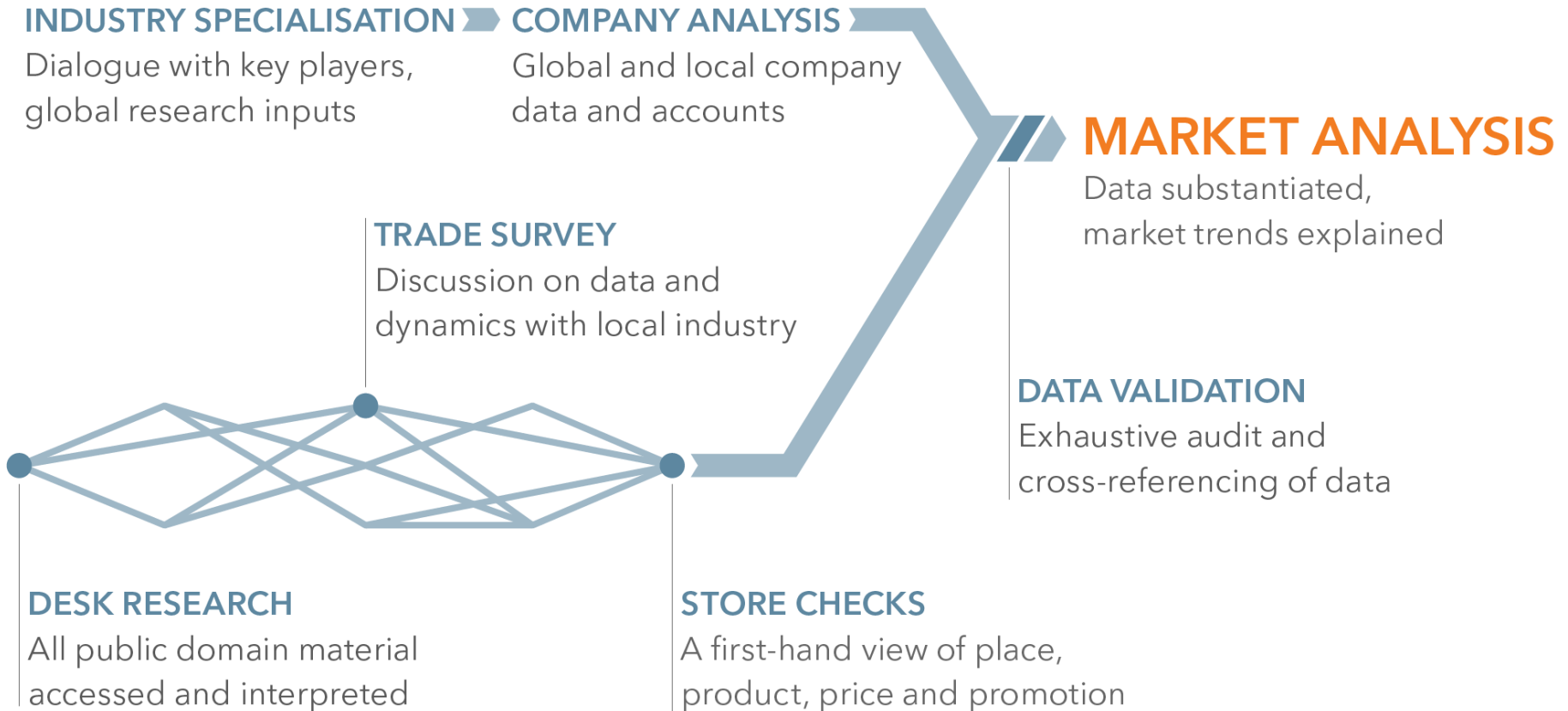
MARKET ANALYSIS

Data substantiated,
market trends explained

DATA VALIDATION

Exhaustive audit and
cross-referencing of data

LOCAL KNOWLEDGE



UN PROBLEMA DE PESO

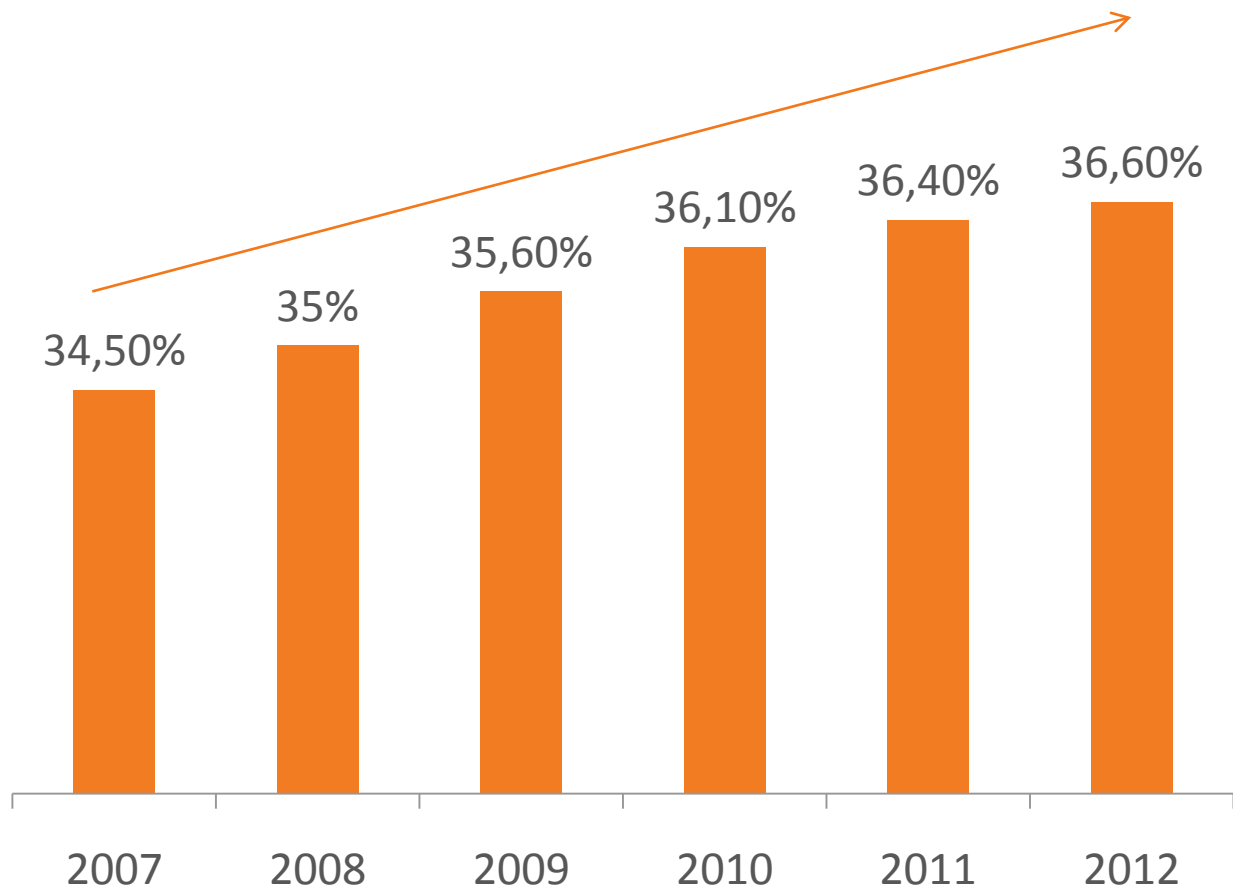
UN ESCENARIO MÁS REGULADO

EL IMPACTO REAL DE ESTOS CAMBIOS

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS



Población mayor de 15 años con sobrepeso



Fuente: Ministerio de Salud. Chile (2012)

2005

60 millones de
obesos en América
Latina

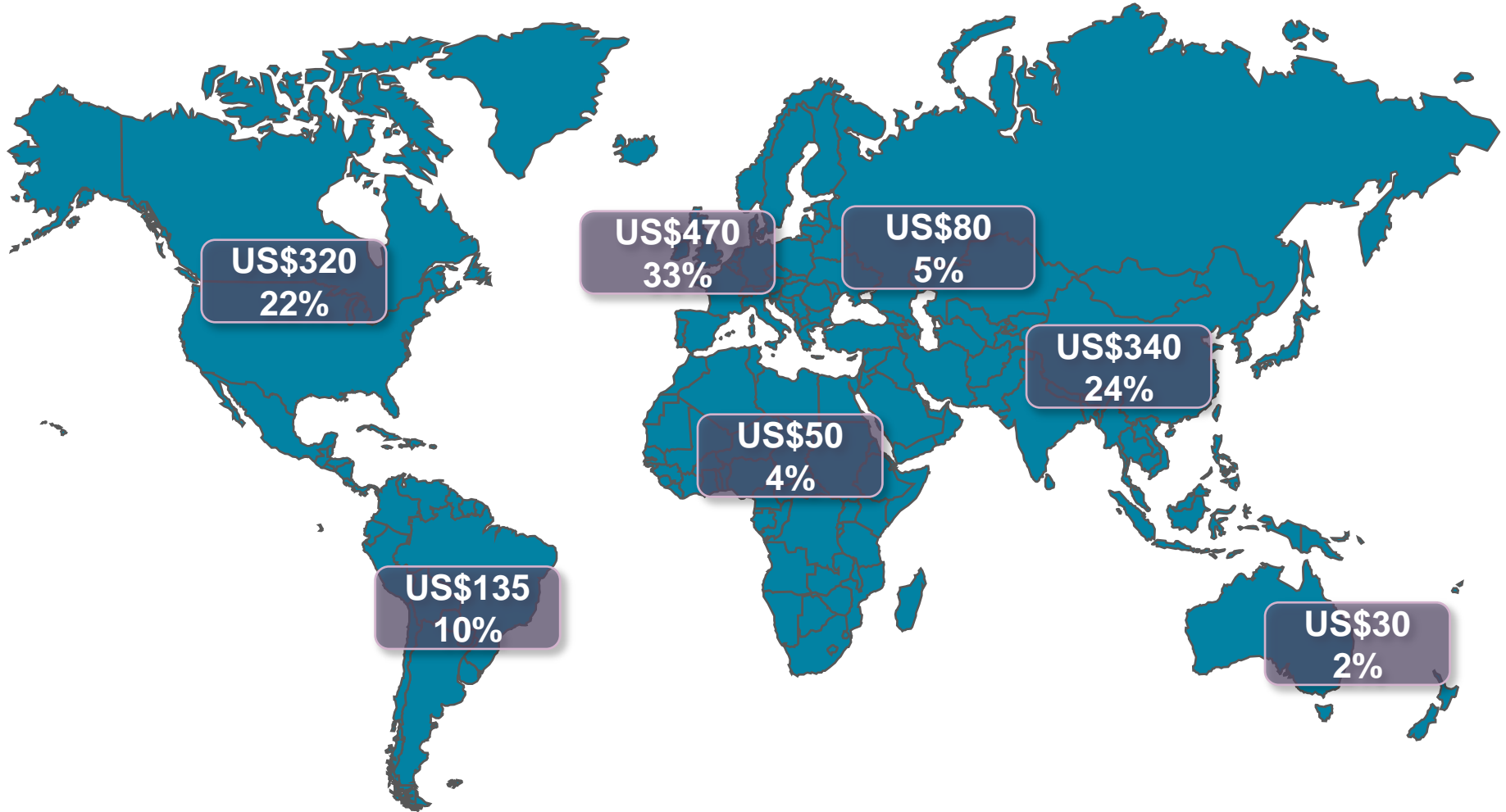
2014

1 de cada 2
latinoamericanos
tiene sobrepeso

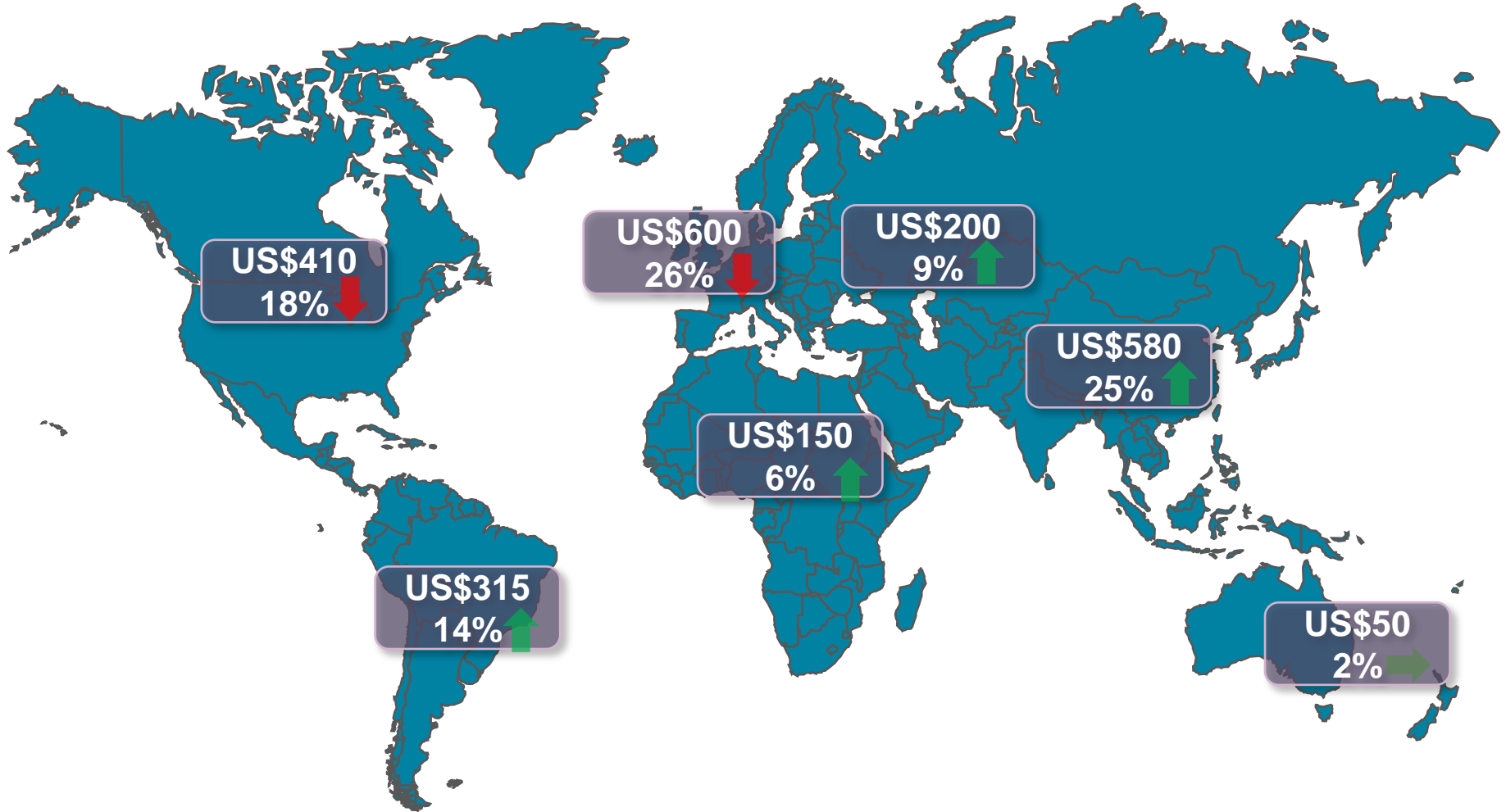
2030

191 millones de
obesos

2003 Panorama por región - US\$1,4 billones global



2013 Panorama por región - US\$2,3 billones global



Resumen

- La población Latinoamericana está engordando de manera preocupante
- Patrones de consumo alimentario
- El desarrollo económico y la urbanización influyen drásticamente
- Tendencias contradictorias

UN PROBLEMA DE PESO

UN ESCENARIO MÁS REGULADO

EL IMPACTO REAL DE ESTOS CAMBIOS

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS



Tres tipos de regulación



Regulación a nivel regional...



2011 – Conferencia Panamericana sobre obesidad



2011 – Recomendaciones sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas dirigida a los niños



Parlamento Latinoamericano

2012 – Regulación publicidad



2013 – Norma de etiquetado

El caso chileno:

Reglamento	Energía Calorías por 100 g	Sodio mg/100 g	Azúcares g/100 g	Grasas saturadas g/100 g
Alimentos sólidos	240	400	10	4
Alimentos líquidos	70	100	5	2



El caso peruano: publicidad Ley de Promoción de la Alimentación Saludable

- Supervisa y restringe la publicidad dirigida a niños y adolescentes menores de 16 años que incentive el consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas con grasas trans, alto contenido de azúcar, sodio y grasas saturadas
- La Ley busca que no se puedan prometer juguetes a cambio de los productos alimenticios que ofrecen



Photo: Mike Mozart

<https://www.flickr.com/photos/jeepermedia/13791671465/>

El caso chileno, uruguayo, peruano: ventas escuelas

- Uruguay: Desde marzo de este año, las cantinas de los liceos uruguayos no tienen más bebidas cola, snacks, alfajores, ni otros alimentos considerados dañinos para la salud
- Perú: implementación de kioscos y comedores saludables en las instituciones de educación básica regular
- Chile: Los alimentos rotulados como “exceso de...” no se podrán vender dentro de jardines infantiles, colegios o liceos



Photo: USDA

http://en.wikipedia.org/wiki/National_School_Lunch_Act#mediaviewer/File:InternationalSchoolMealsDayLaunchEvent.jpg

Los pilares de las nuevas estrategias



Como reinventar y promocionar con éxito?

El Lanzamiento de Coca-Cola Life en Argentina

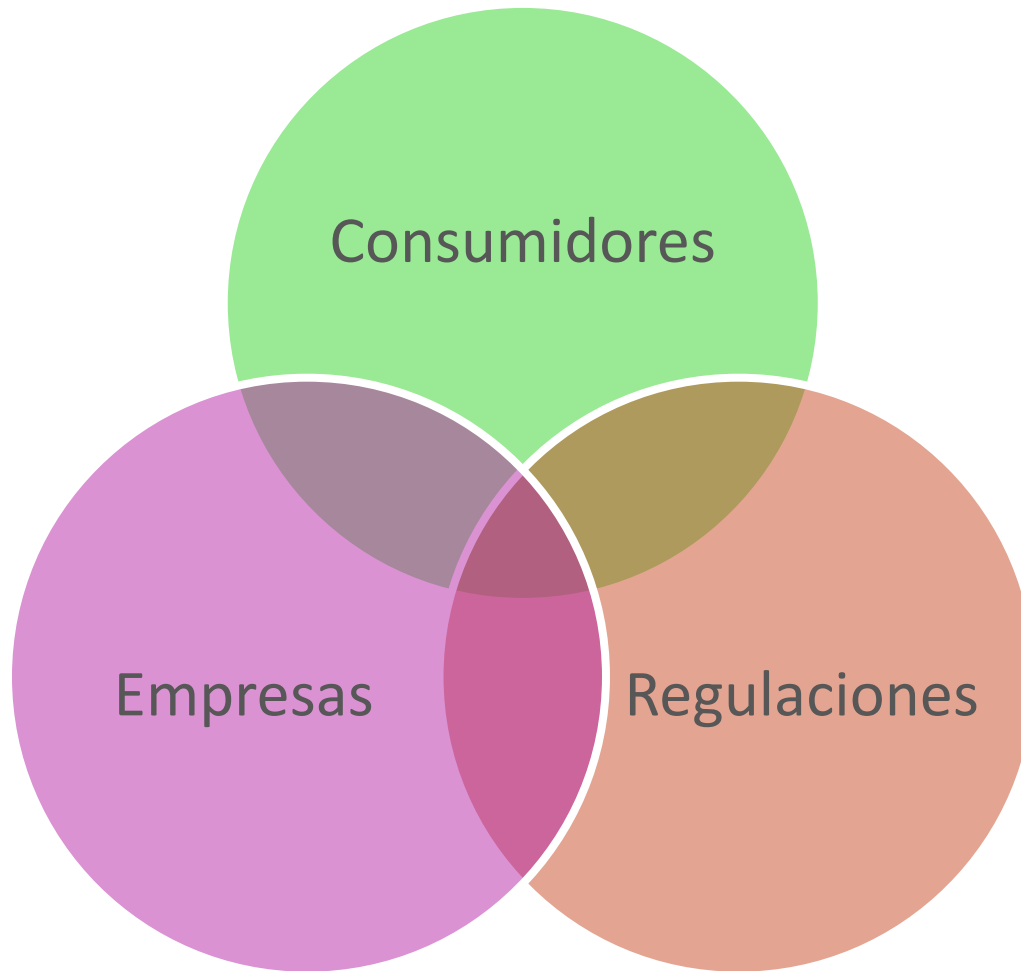
Coca-cola Life® se suma a un amplio portfolío que en Argentina está integrado por más de 70 opciones de bebidas, de las cuales cerca del 45% son bajas o sin calorías

Coca-cola Life está endulzada naturalmente con azúcar y stevia

36 calorías por porción de 200 mililitros



Resumiendo...





THANK YOU FOR LISTENING

Esta es una versión corta de la presentación, para acceder a la versión completa por favor escribir a press@euromonitor.cl

Síguenos:



Euromonitor en español



@EuromonitorES



**Grupo: inteligencia de mercado
tendencias y claves**