



INNOVACION Y ESTRATEGIAS EXITOSAS EN SALUD Y BIENESTAR

BEATRIZ DE LLANO
ANALISTA

FELIPE PINTO
ANALISTA



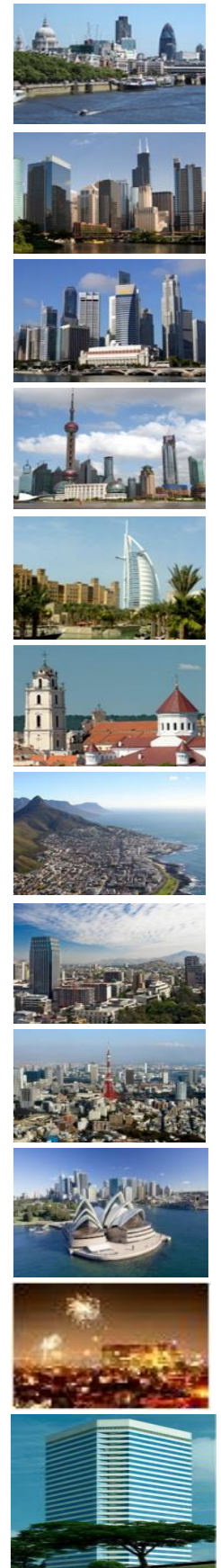
@EuromonitorES

Acerca de Euromonitor International



- 40 años de investigación estratégica de mercado
- 12 oficinas regionales, 28 industrias, 80 países
- Datos y análisis comparable a través de países
- Tendencias de industrias de consumo masivo
- Consultoría en estudios a la medida de alcance global

- London
- Chicago
- Singapore
- Shanghai
- Dubai
- Vilnius
- Cape Town
- Santiago
- Tokyo
- Sydney
- Bangalore
- Sao Paulo



INTRODUCCION

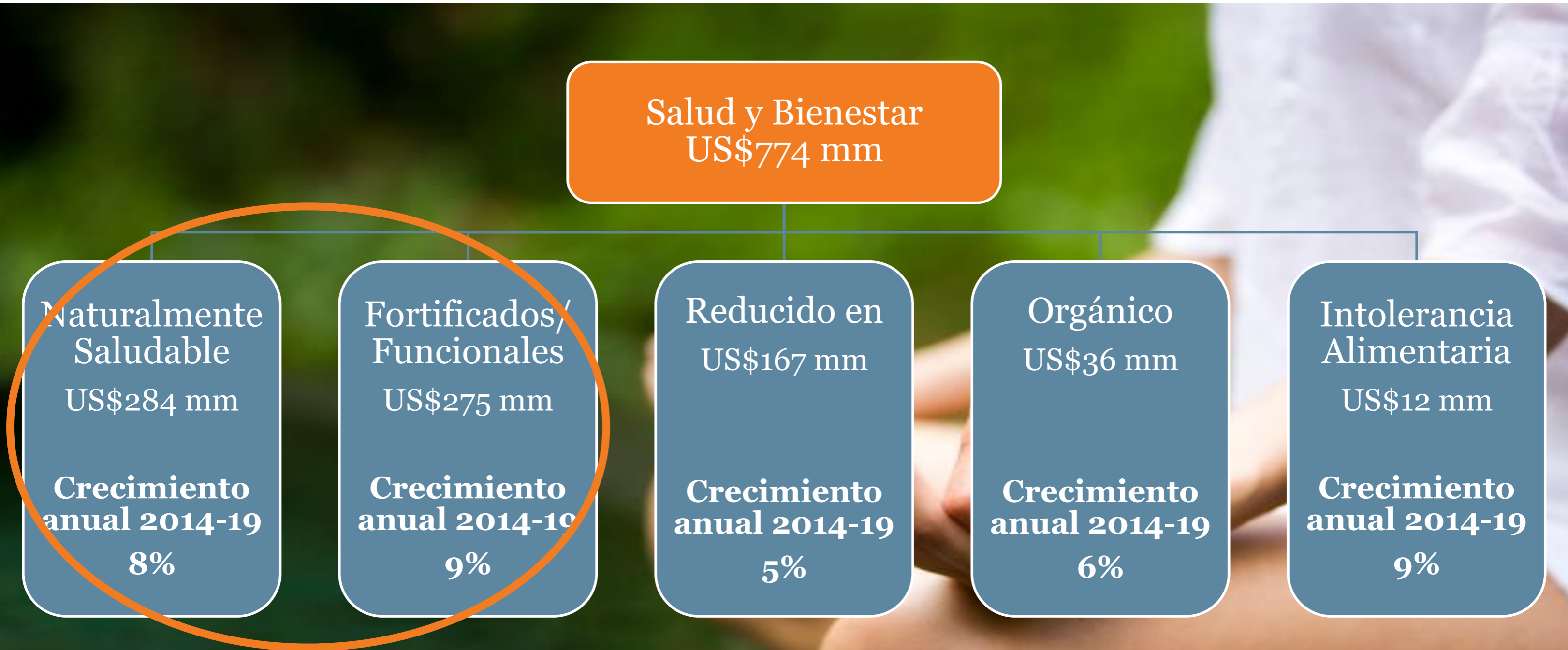
TENDENCIAS CLAVE

ESTRATEGIAS EXITOSAS

PERSPECTIVAS

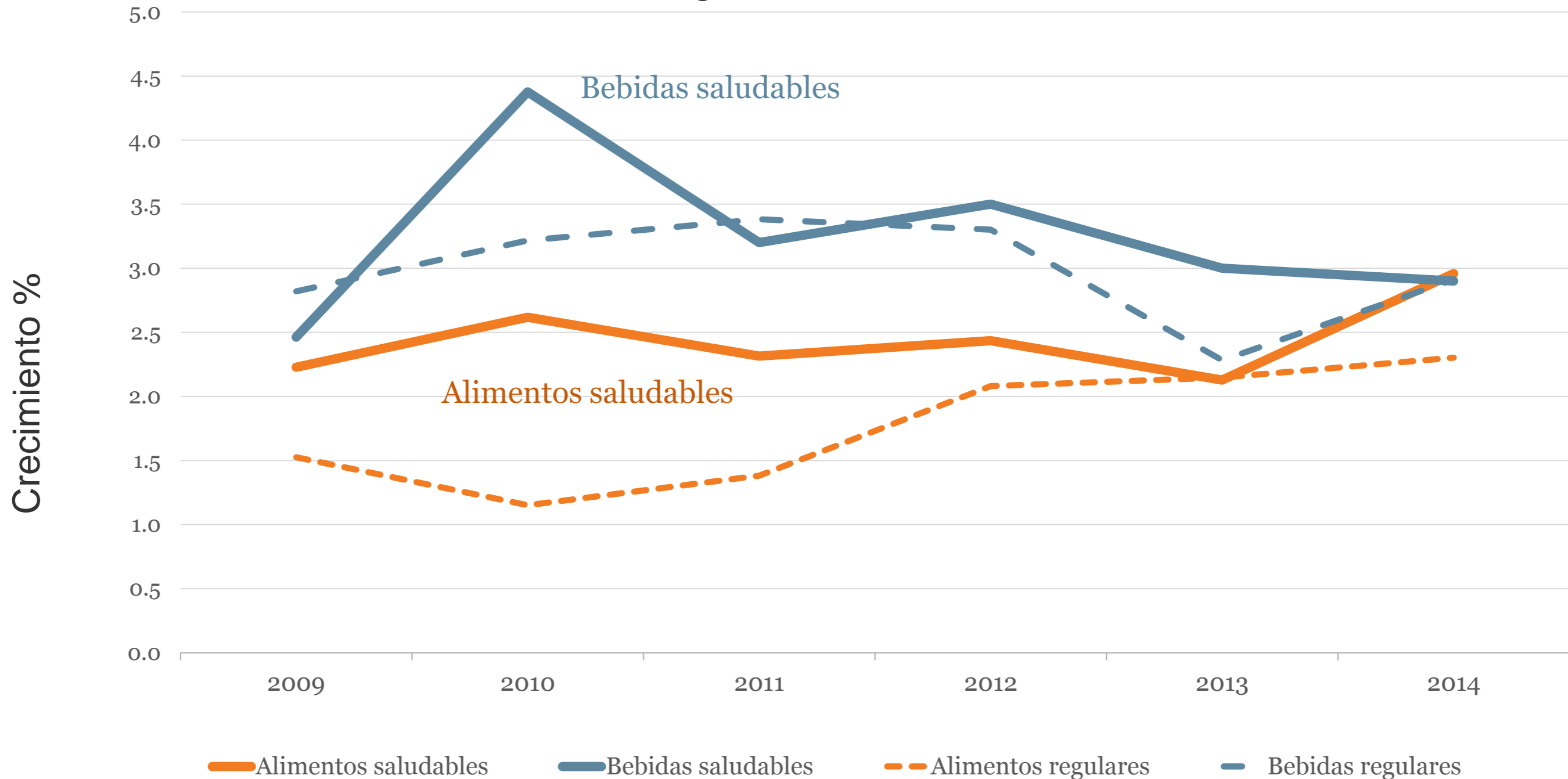


Una industria que conquista al mundo



Crecimiento de alimentos saludables supera a regulares a nivel global

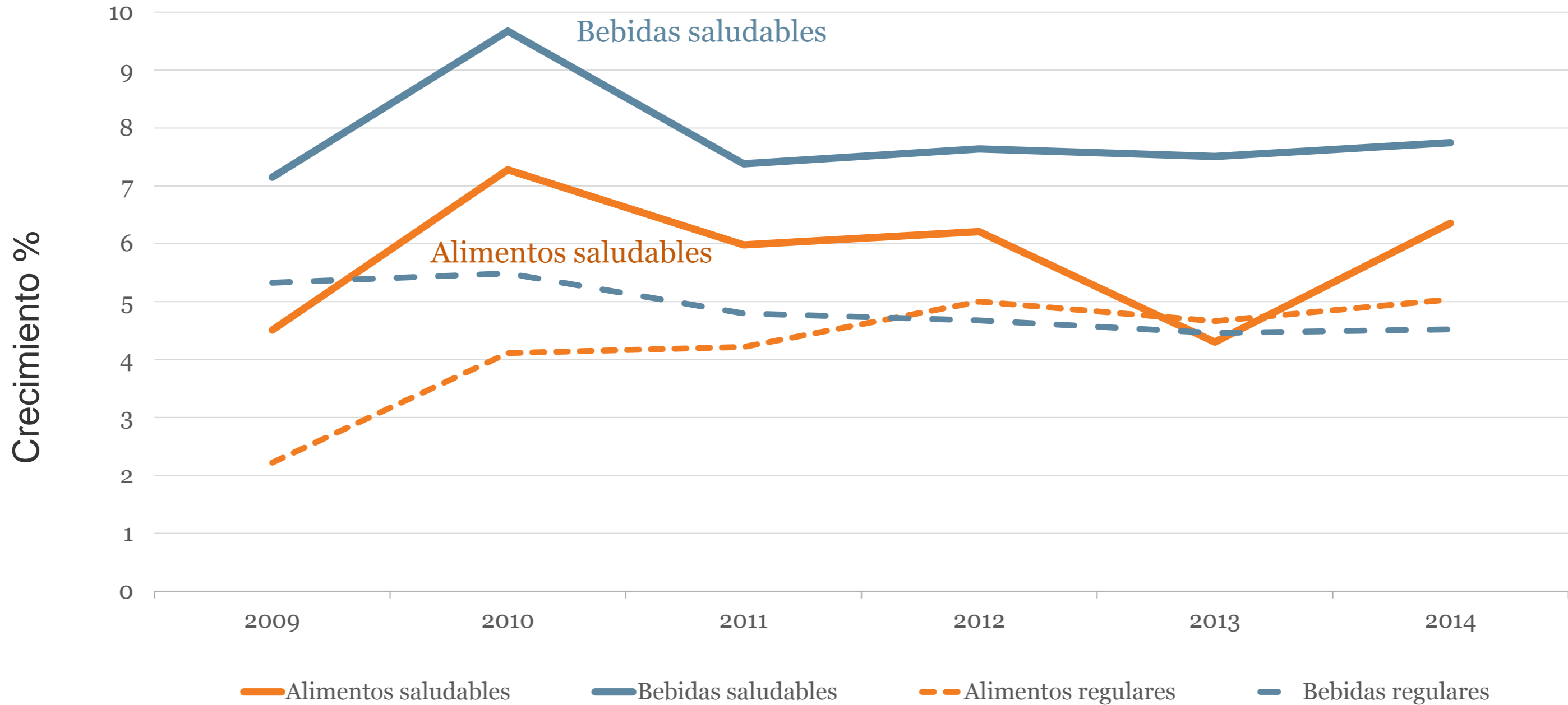
Crecimiento global de alimentos envasados y bebidas no alcohólicas saludables vs. regulares 2009-2014



Fuente: Euromonitor International

Países emergentes: Aún más evidente, particularmente en bebidas saludables

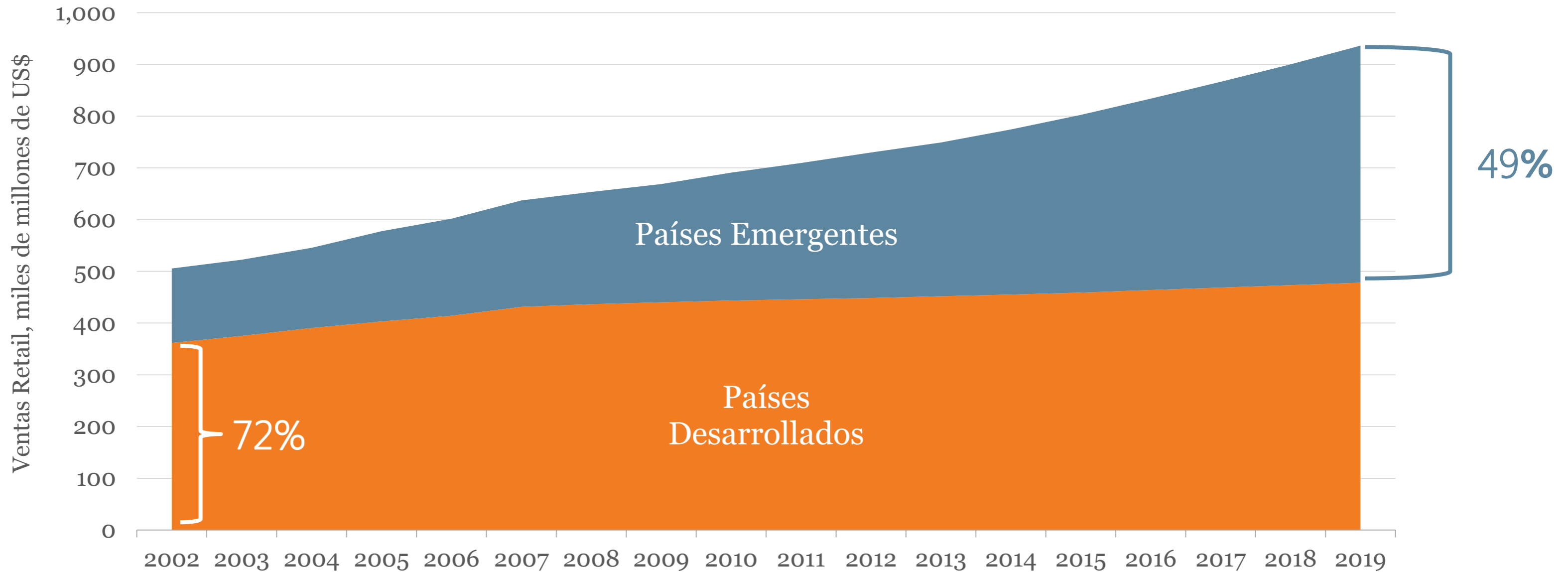
Crecimiento en países emergentes de alimentos envasados y bebidas no alcohólicas saludables vs. regulares 2009-2014



Fuente: Euromonitor International

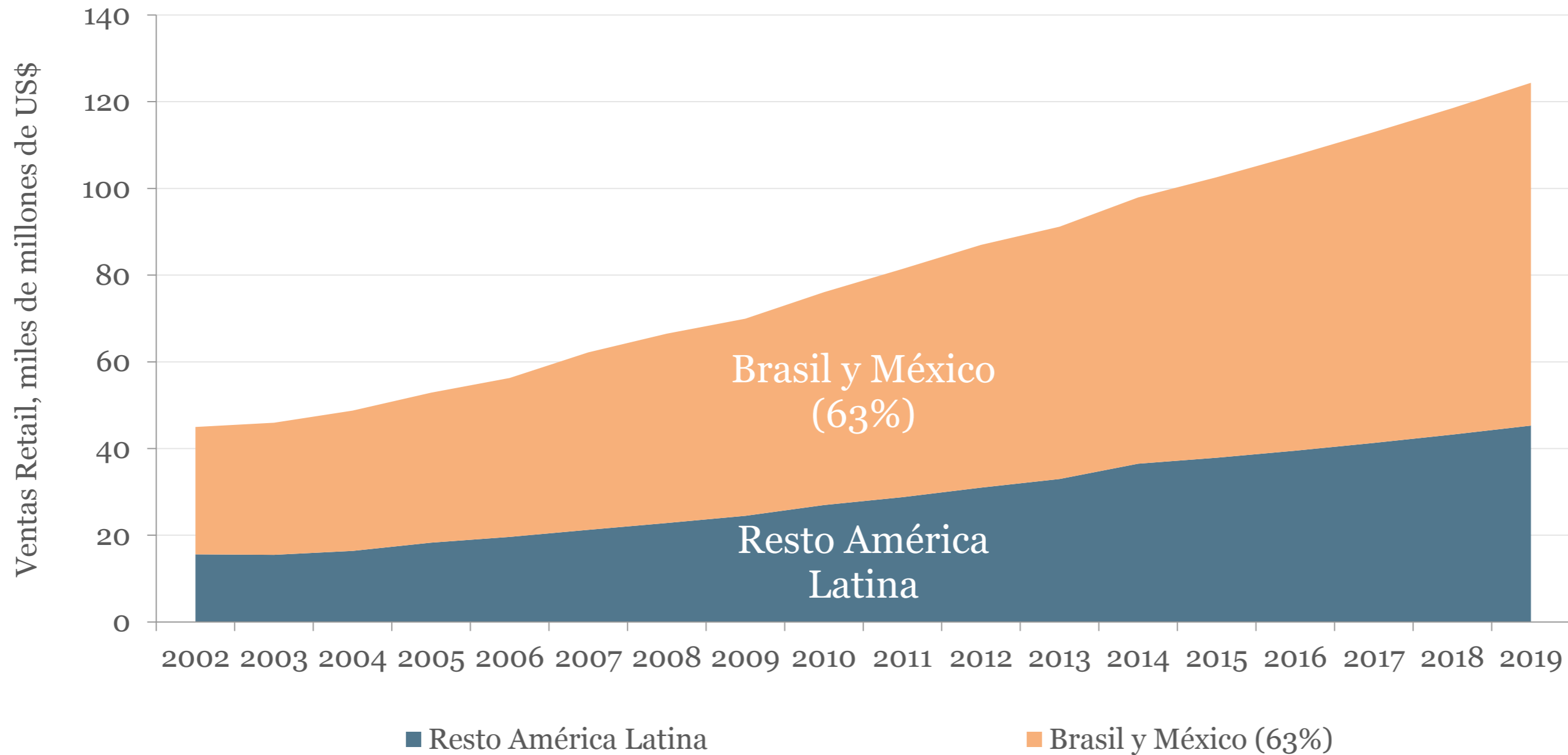
Países emergentes superarán a desarrollados

Ventas alimentos saludables: Países emergentes vs. desarrollados 2002-2019



Latinoamérica acumula el 13% de las ventas a nivel global

Ventas alimentos y bebidas saludables: Brasil, México y América Latina



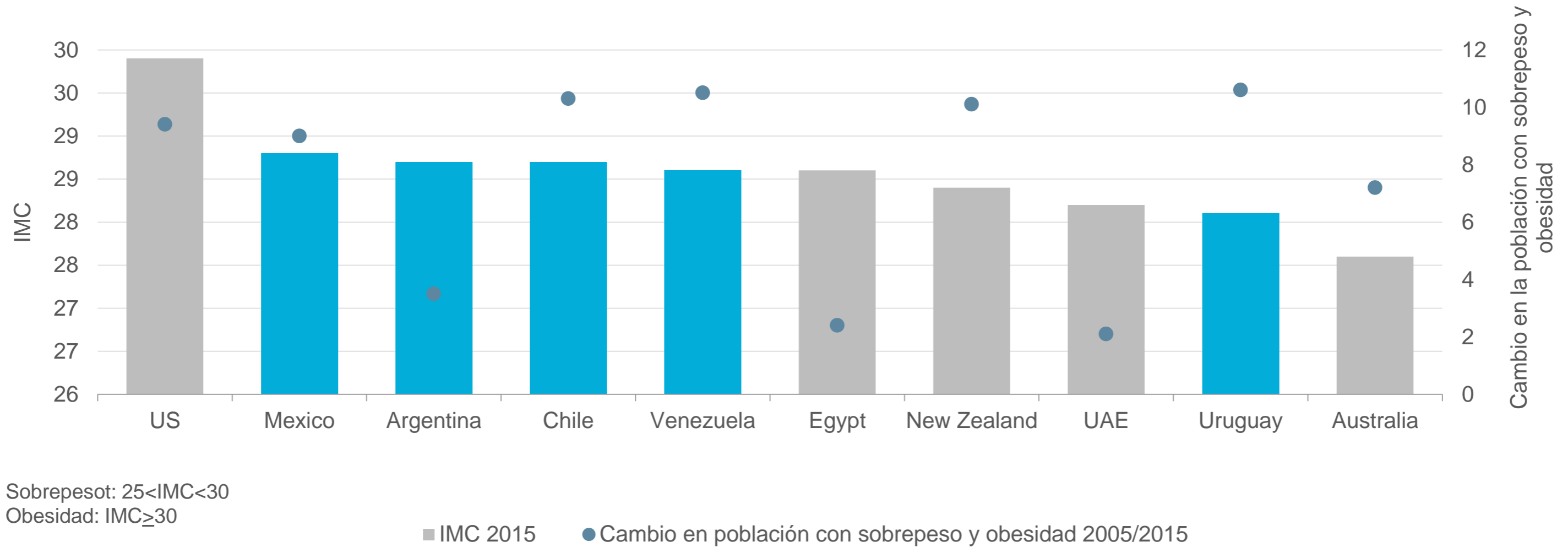
Fuente: Euromonitor International

Principales detonadores de crecimiento en Latinoamérica



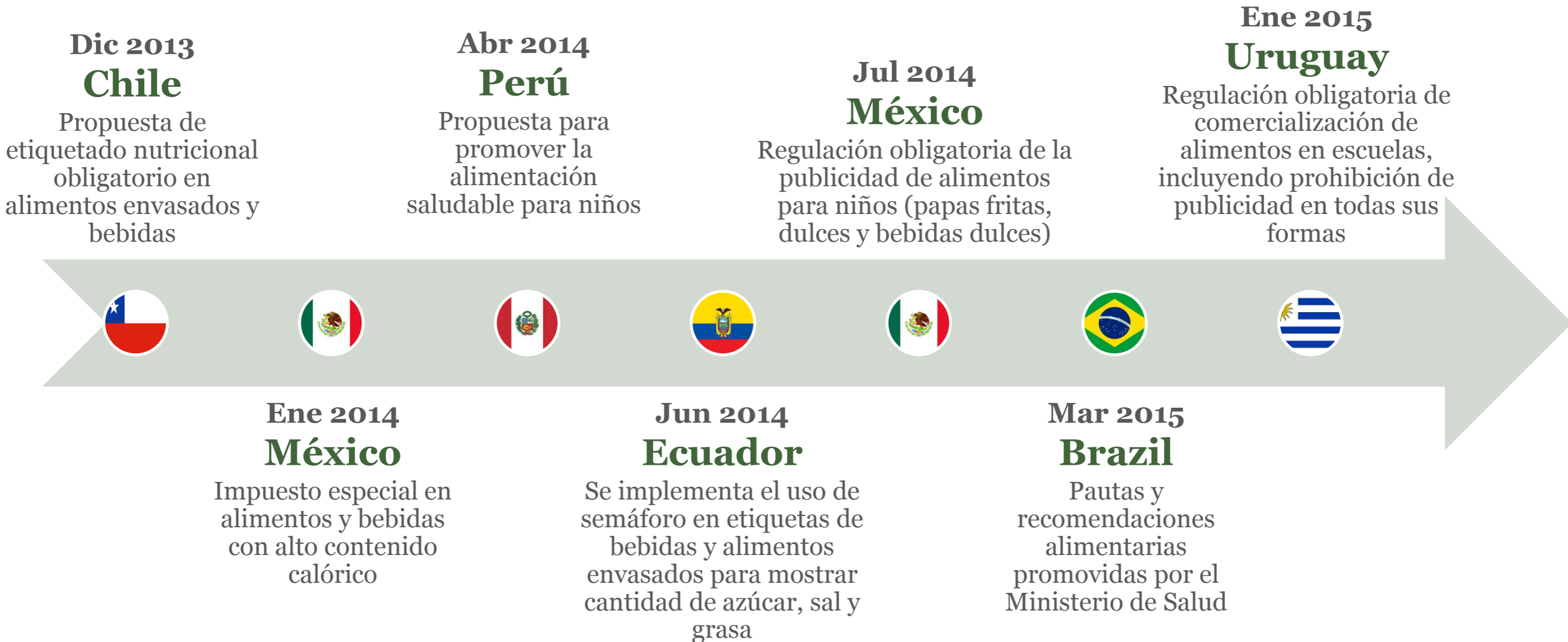
La obesidad es un importante problema de salud en América Latina

Top 10 de los países con mayor índice de masa corporal media 2005 - 2015



Fuente: Euromonitor International

Esta situación está cambiando el panorama de la legislación alimentaria en América Latina



INTRODUCCION

TENDENCIAS CLAVE

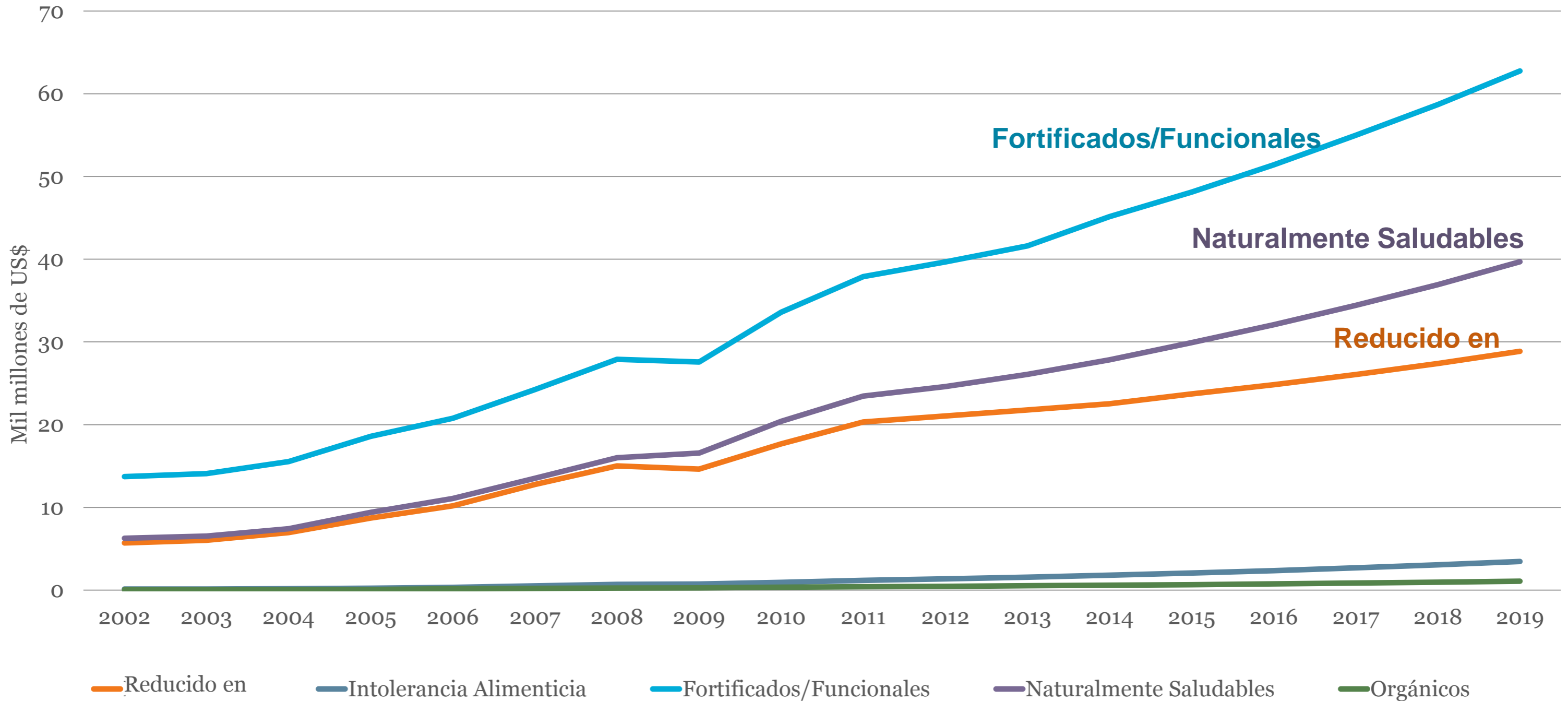
ESTRATEGIAS EXITOSAS

PERSPECTIVAS



Alimentos y bebidas fortificados/funcionales y naturalmente saludables lideran

Ventas de Alimentos saludables por tipo en Latinoamérica 2002-2019



Ventas por tipo de posicionamiento

Ventas en Latinoamérica (US\$ miles de millones) 2014



Tendencias clave de Salud y Bienestar en América Latina

La forma natural de mantener un peso saludable

- Cada día hay más **consumidores interesados** en temas de salud y nutrición
- Ingredientes percibidos como **artificiales o muy procesados** están bajo escrutinio
- Un **creciente interés por endulzantes naturales** refleja esta tendencia

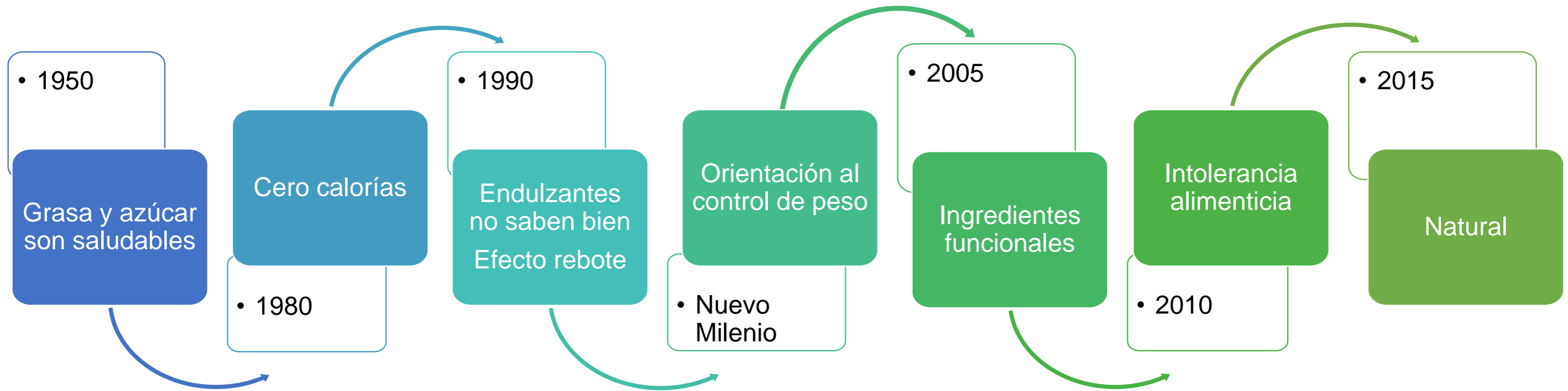
Alimentos y bebidas con una misión: Mejorar la digestión

- Productos funcionales y naturalmente saludables que promueven una **mejor digestión** ven crecimientos exponenciales
- Ingredientes como **fibra, prebióticos y probióticos** están impulsando innovación en alimentos y bebidas

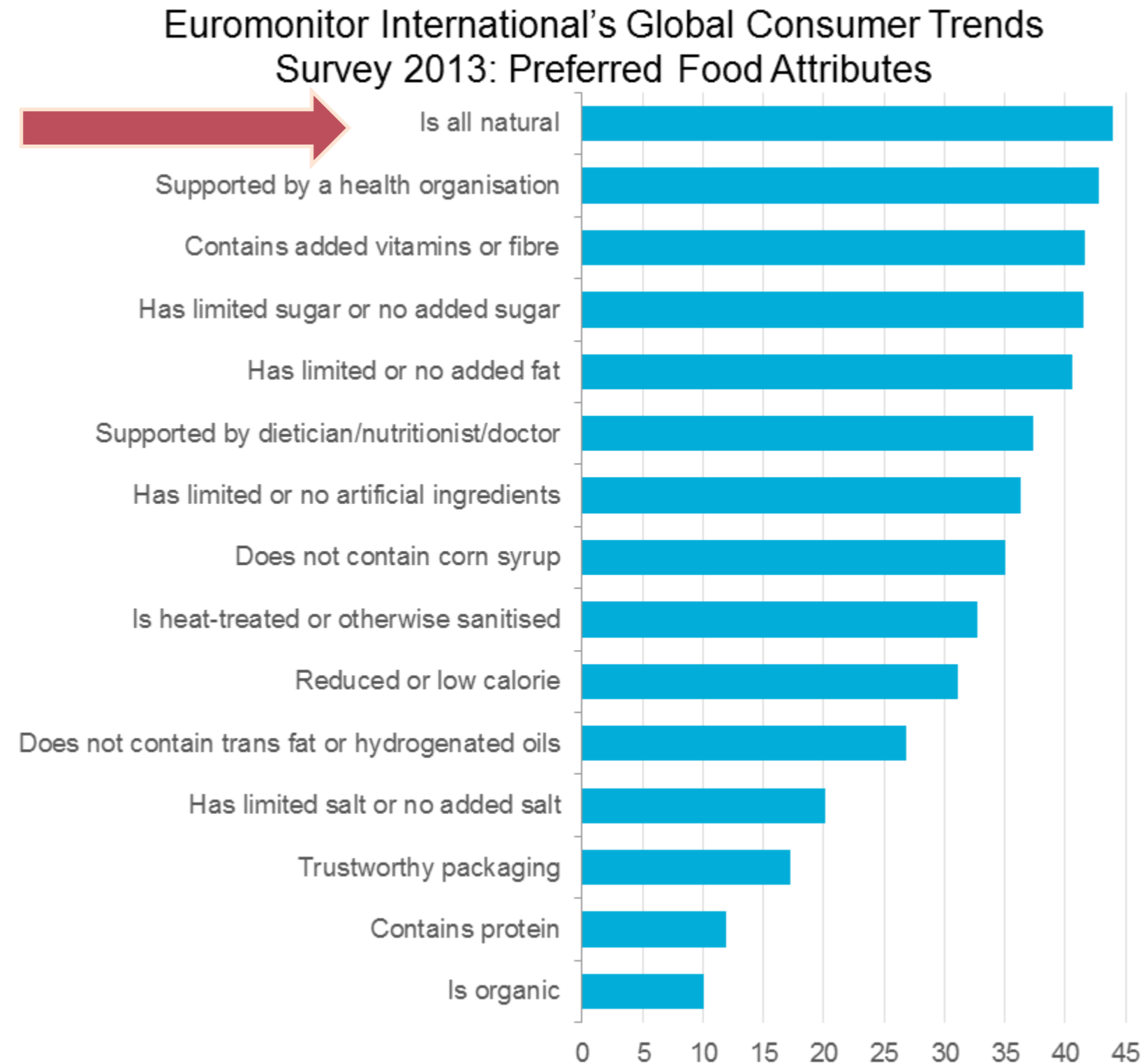
¡Salud para llevar!

- Más mujeres entrando a la fuerza laboral, urbanización y estilos de vida acelerados, son algunos de los factores impulsando la demanda de alimentos y bebidas **convenientes, portátiles y rápidos de preparar**
- **Snacks** percibidos como saludables son grandes ganadores en esta tendencia

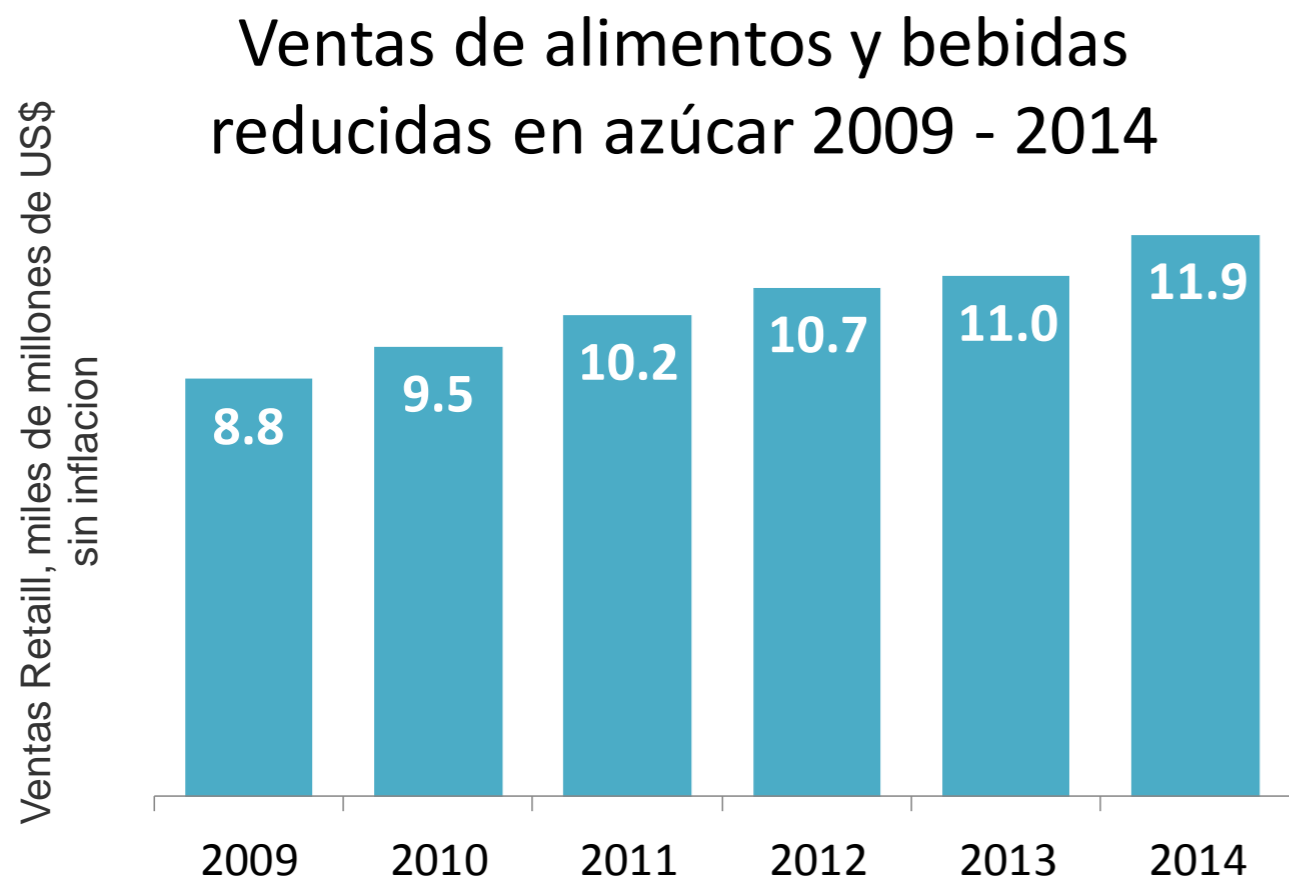
La evolución de los enfoques de control de peso



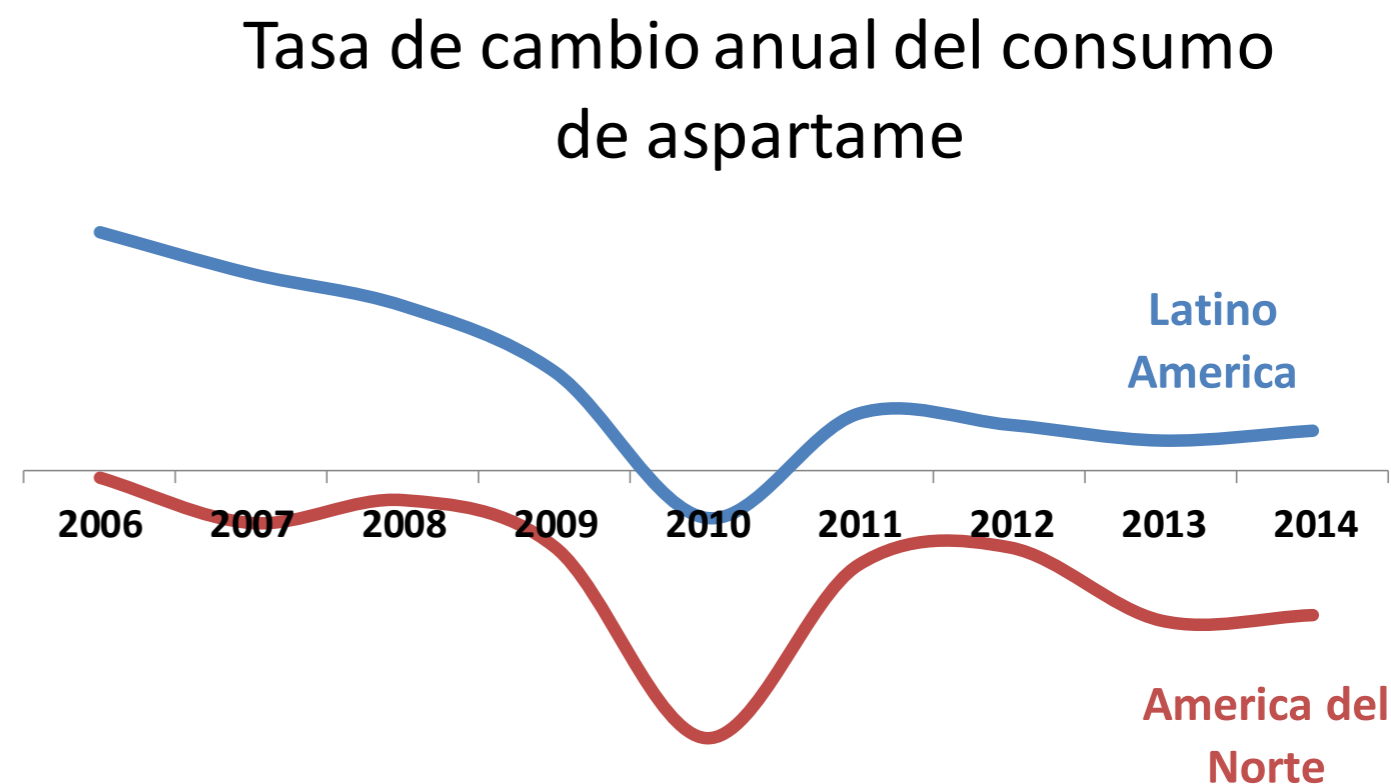
“Natural” está entre factores más importantes en alimentos y bebidas



Latinoamérica incrementa consumo de productos reducidos en azúcar, pero desacelera consumo de productos con aspartame



Consumo de alimentos y bebidas reducidos en azúcar incrementa año a año

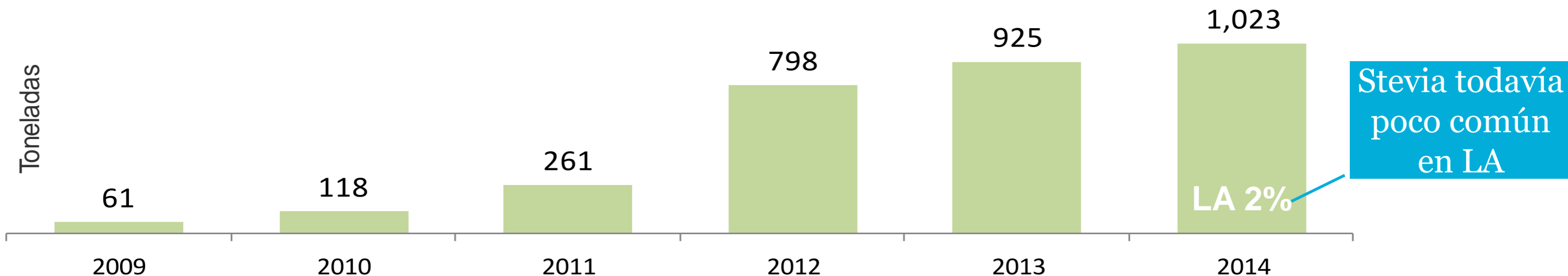


Consumo de aspartame decreciendo en Norteamérica y desacelerando en Latinoamérica

Fuente: Euromonitor International

Oportunidad para endulzantes naturales...

Consumo Global de Stevia en alimentos y bebidas envasados: 2009-2014



Fuente: Euromonitor International



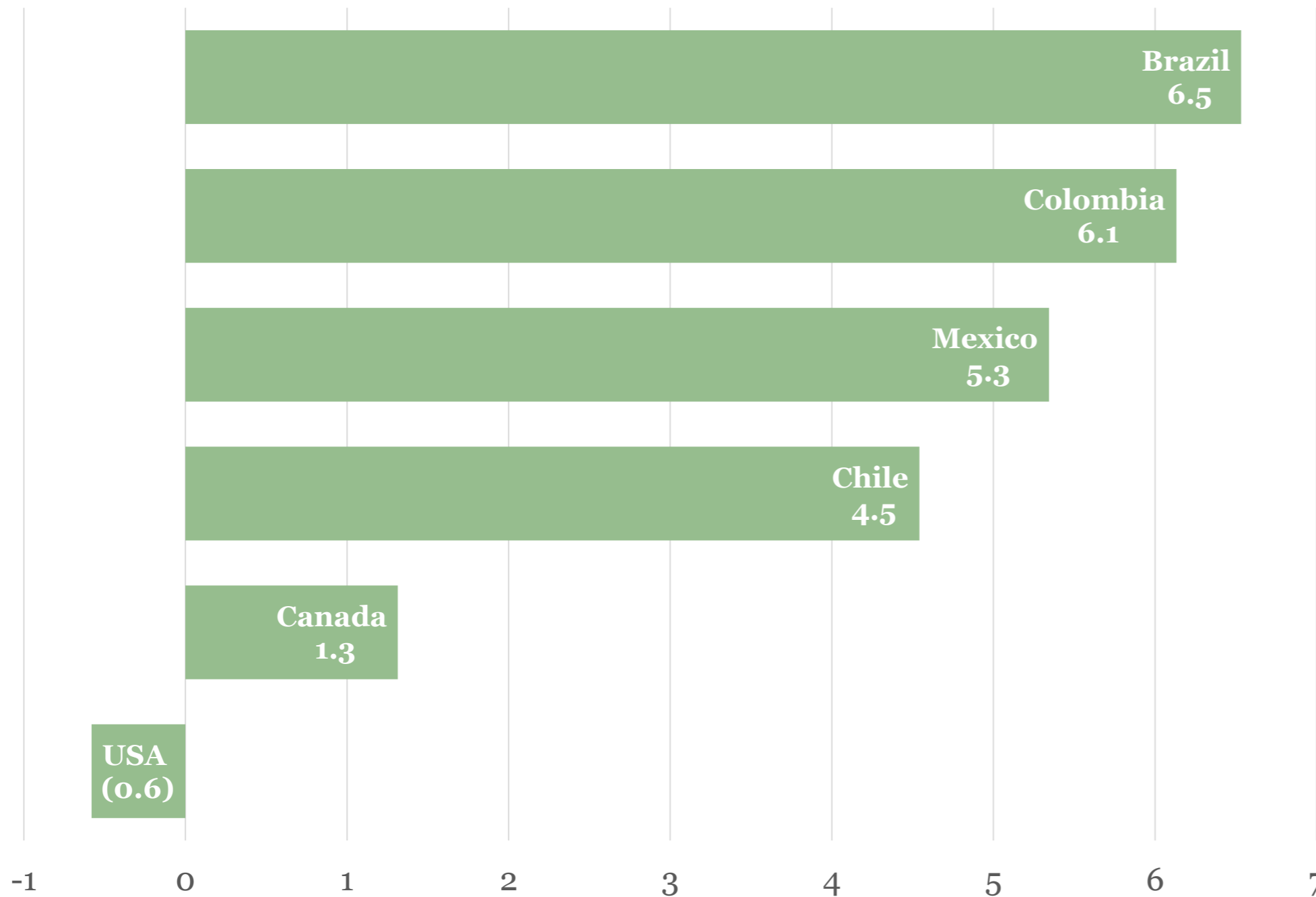
**Endulzante de mesa orgánico :Mezcla de néctar de agave, stevia y monk fruit.
Tiene 5 calorías por porción, sin aditivos ni preservativos (NA)**



Yogurt endulzado con stevia (MX)

Fibra continua con fuerte crecimiento en Latinoamérica

Crecimiento de ventas retail de Panadería Alta en Fibra 2013-14
US\$ mn tasa de cambio fija sin inflación



Café listo para beber con proteína y fibra



Chocolate con 18 gramos de fibra (US)

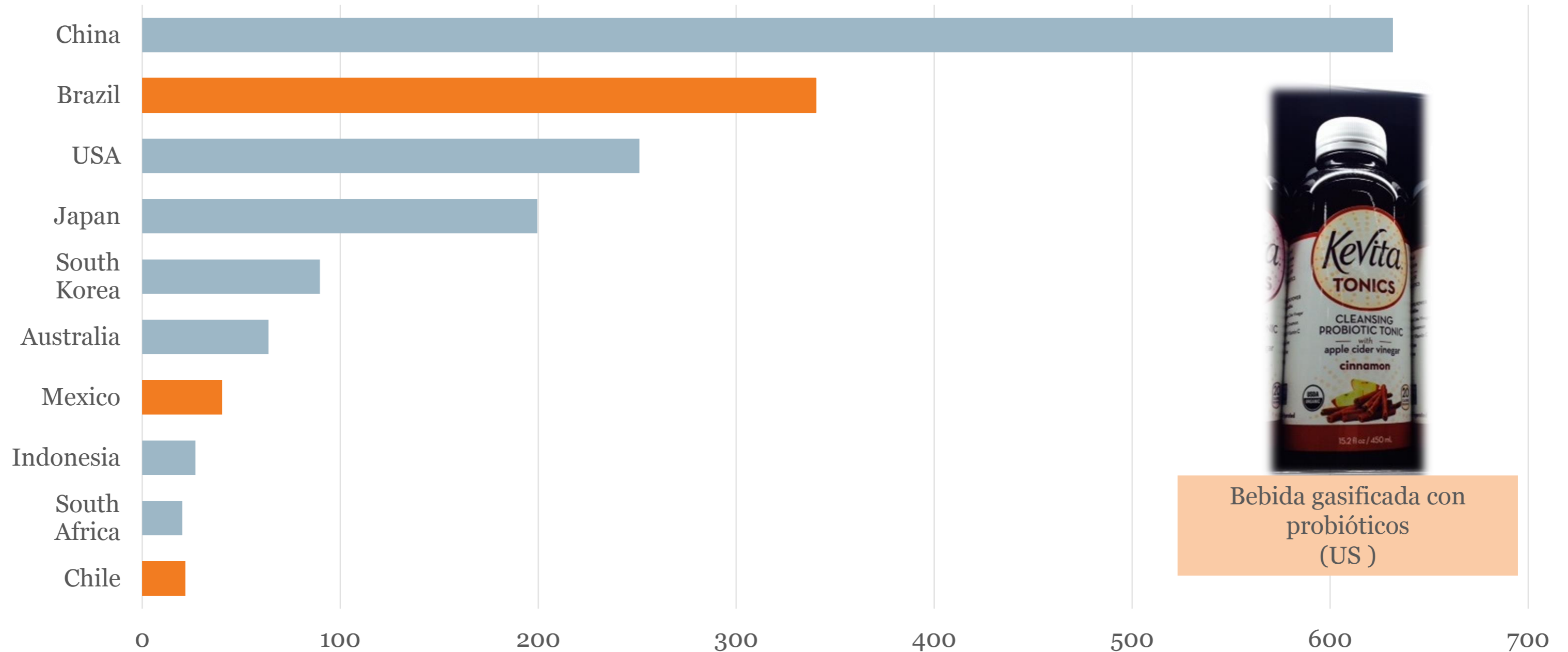


Smoothie con fibra añadida (Brasil)

Fuente: Euromonitor International

Pre/Probióticos con fuerte crecimiento alrededor del mundo, incluyendo Latinoamérica

10 Mercados con mayor crecimiento absoluto de yogurt con probióticos
Valor retail en millones de US\$ sin incluir inflación



Bebida gasificada con probióticos (US)

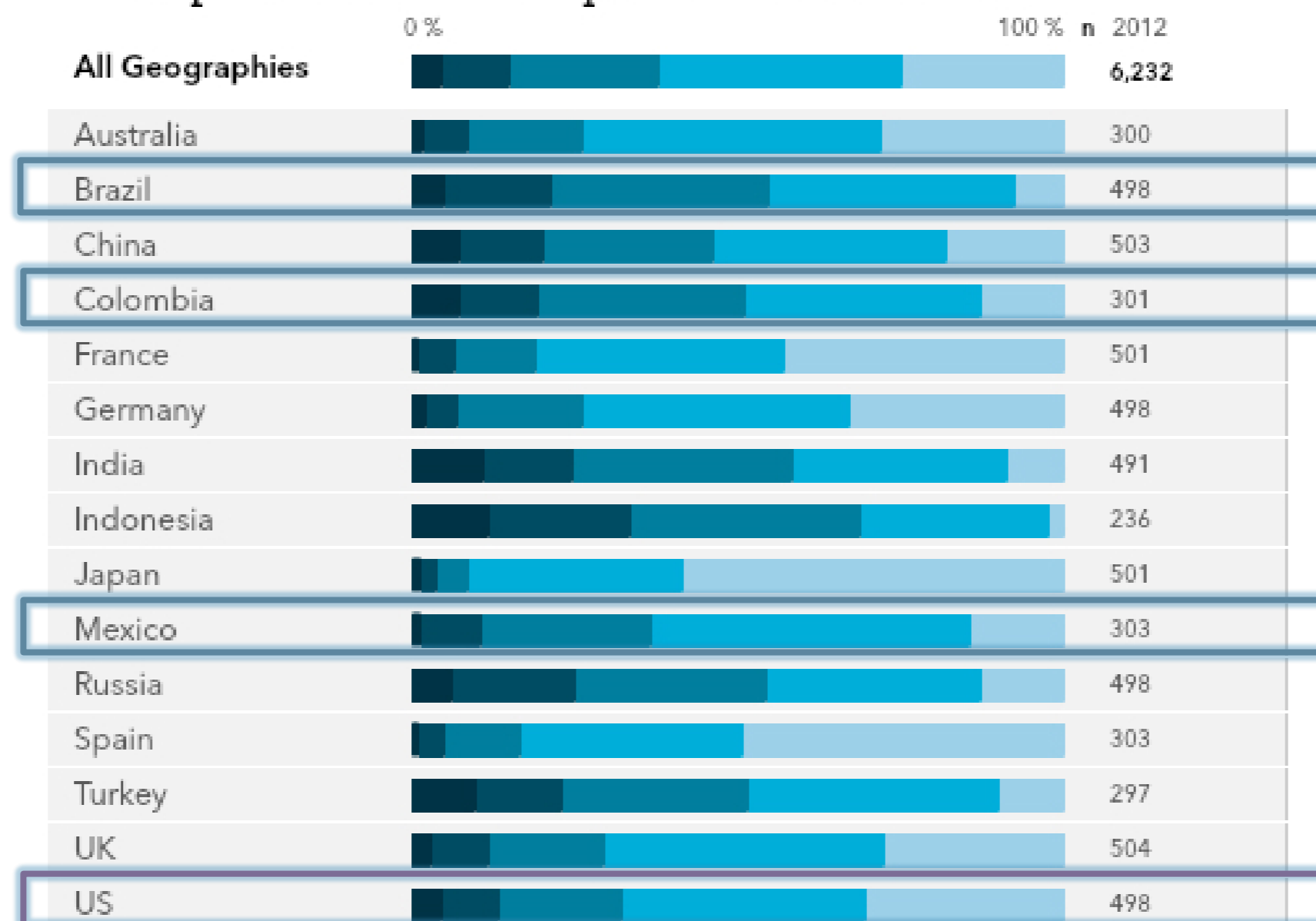
Fuente: Euromonitor International

¿Con qué frecuencia consumes snacks?

Consumption frequency in detail:

■ 7+ per week ■ 5-6 per week ■ 3-4 per week ■ 1-2 per week ■ 0 or not applicable

Snack purchase and consumption - outside the home



Fuente: Euromonitor International Encuesta 2012, n= 4,436

Consumidores que lo quieren todo: nutrición, sabor y conveniencia



Cambios en estilos de vida, cambian fundamentalmente hábitos alimenticios...

34% de los consumidores alrededor del mundo, preparan el desayuno en menos de 5 minutos

(Encuestas de Euromonitor Internacional)

Millennials tiene una gran necesidad de soluciones prácticas en alimentos y bebidas, por lo que son un grupo clave para productores de snacks



**Consumidores híbridos que quieren lo mejor de los dos mundos:
Toda la nutrición, sin sacrificar sabor**

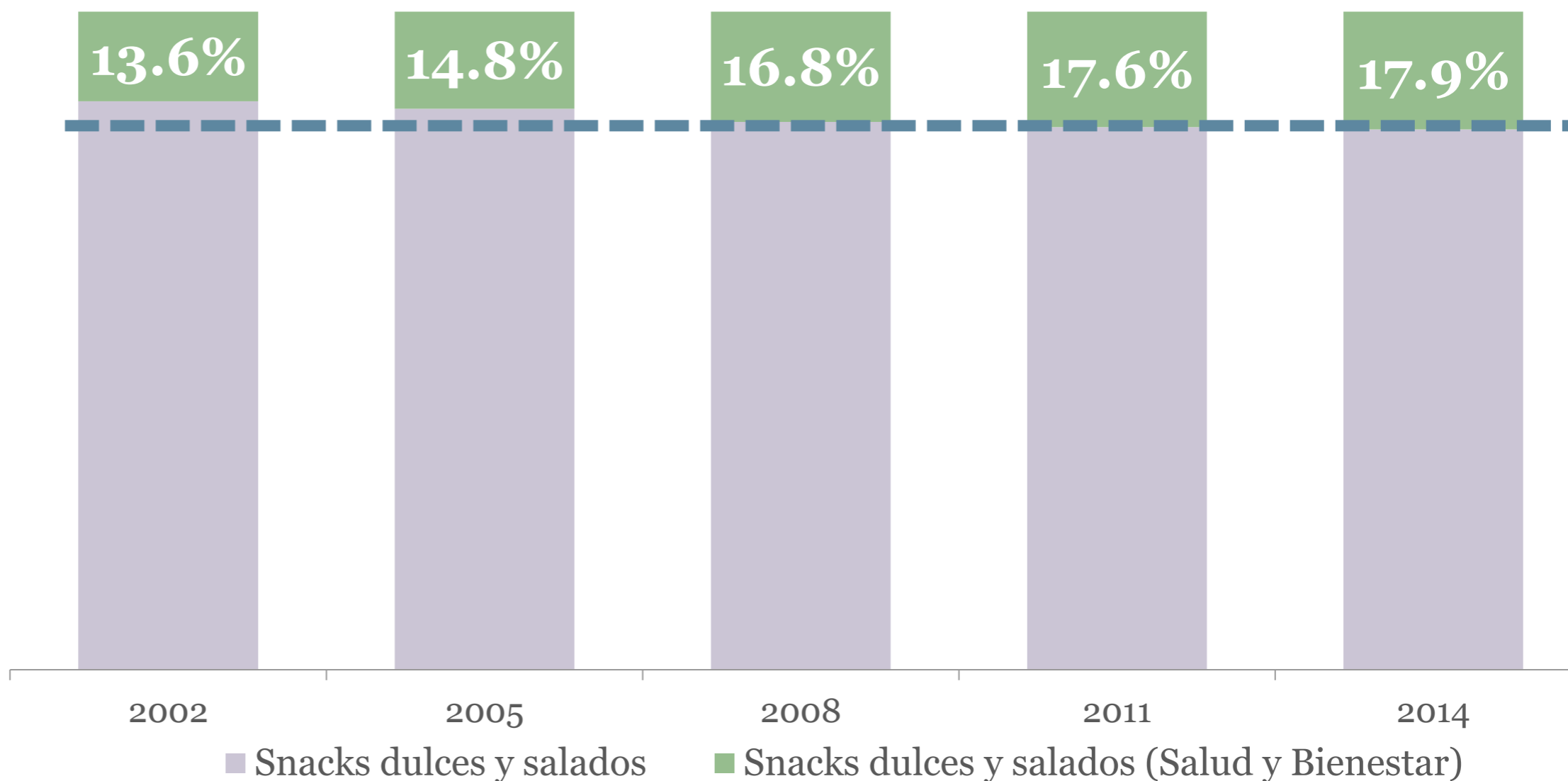
Snacks dulces y salados clasificados en salud y bienestar ganando territorio año con año



Snacks de frutas y nueces en porción individual (Brasil)

% de contribución snacks de salud y bienestar al total de la categoría en Latinoamérica

Volumen en retail



Source: Euromonitor International

INTRODUCCION

TENDENCIAS CLAVE

ESTRATEGIAS EXITOSAS

PERSPECTIVAS



Estrategias exitosas en Salud y Bienestar: América Latina

F&A entre empresas internacionales y locales impulsa innovación

- Experiencia y capacidad de invertir en I&D de empresas internacionales sumado al conocimiento del mercado de empresas locales es **la fórmula perfecta para impulsar la innovación**, el principal factor detrás del crecimiento de esta fragmentada industria.
- Empresas multinacionales, en particular, tienen buena posición para llevar esto un paso más allá, gracias a sus recursos y redes de contacto.

Canalizar inversión hacia jugadores prometedores para desatar la demanda

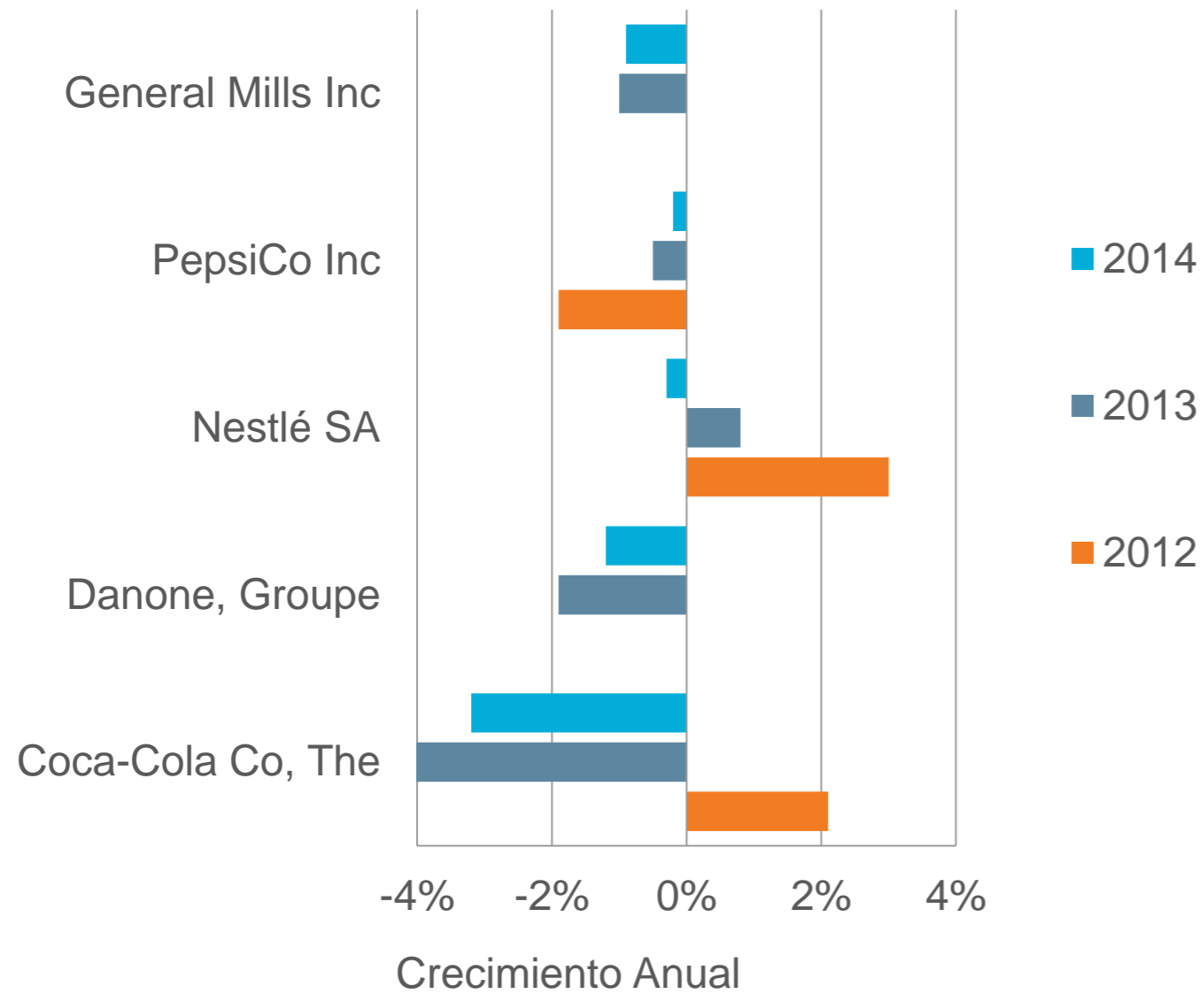
- Canalizar inversión hacia prometedores jugadores locales y asociarse con jugadores que ya poseen extensas redes, es una estrategia clave para desatar la demanda.

Apalancar ingredientes ya conocidos en productos de Salud y Bienestar

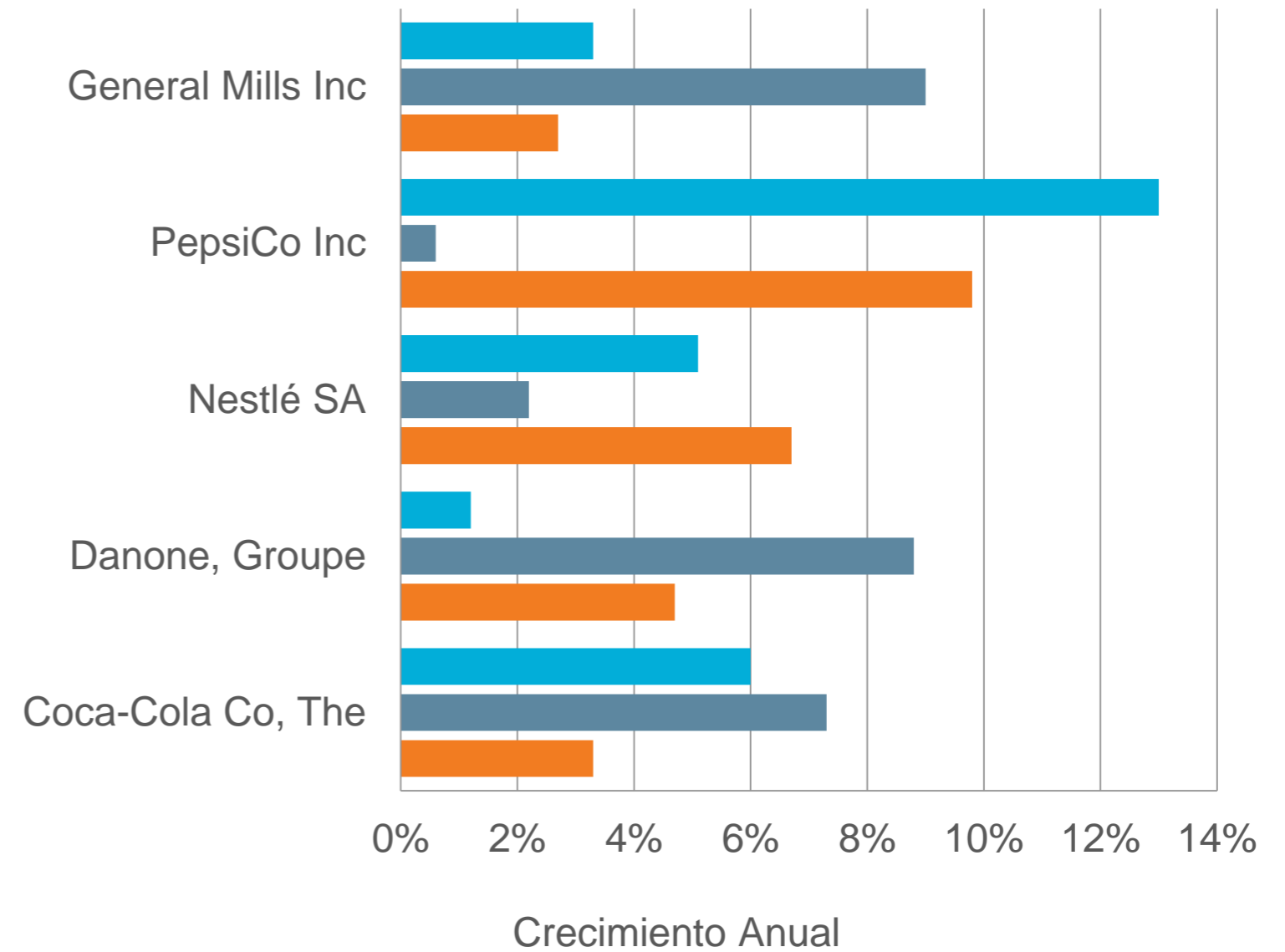
- Empresas multinacionales dominan ventas de S&B en muchos países de América Latina y continúan invirtiendo en nuevas áreas de alto crecimiento como las bebidas energéticas. Sin embargo, jugadores regionales sacan provecho de ingredientes locales ya conocidos para **expandir sus portafolios y diferenciarse**.

Protagonistas en Latinoamérica

Crecimiento en países desarrollados



Crecimiento en Latinoamérica



Buscando empresas en mercados emergentes...

Participación de mercado de empresas por categoría de Salud y Bienestar
Valor de Veta Retail US\$ mn tasa de cambio fija

Categoría H&W	TOP 5 empresas (por valor de ventas)	Otros
Naturalmente saludable	30%	70%
Fortificado / Funcional	44%	56%
Intolerancia alimentaria	45%	55%
Reducido en	48%	52%

*Source: Euromonitor
International*

Asociación enfocada en distribución como oportunidad para expandir la innovación

PepsiCo y Starbucks ahora son socios para distribuir café listo-para-beber y bebidas energéticas en América Latina

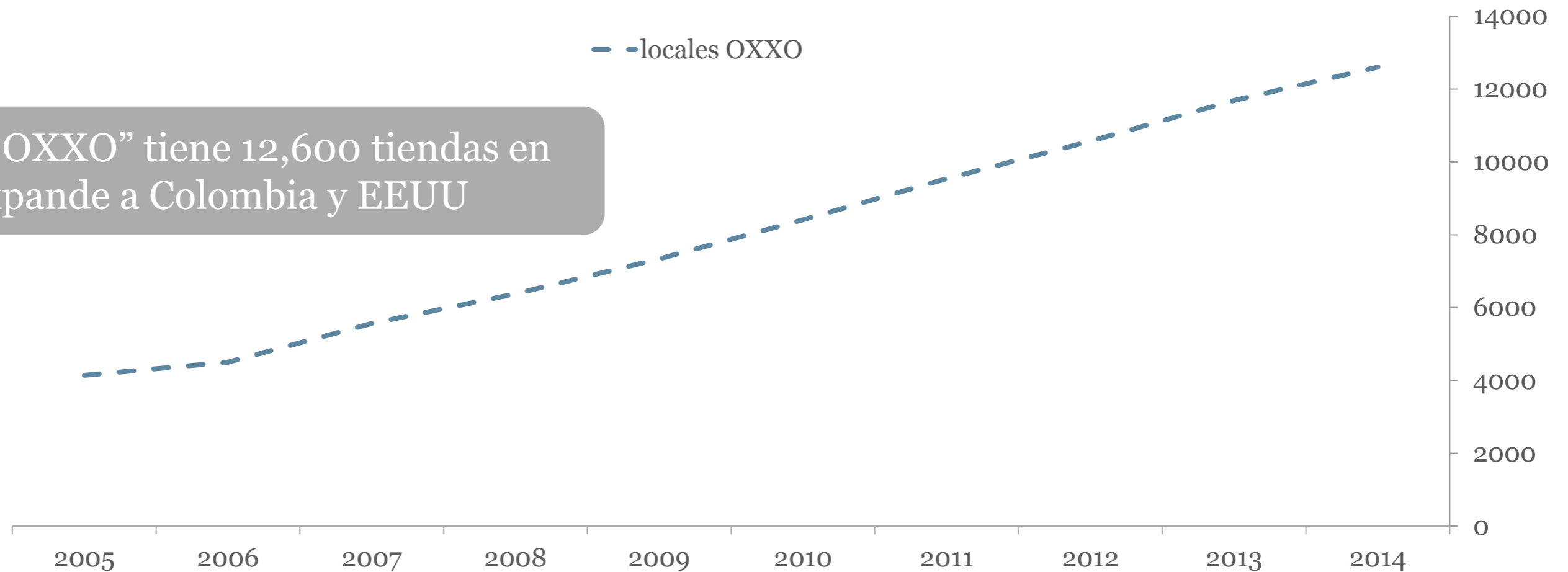


*Imagen del sitio web de RRPP de Starbucks

Locales en América Latina

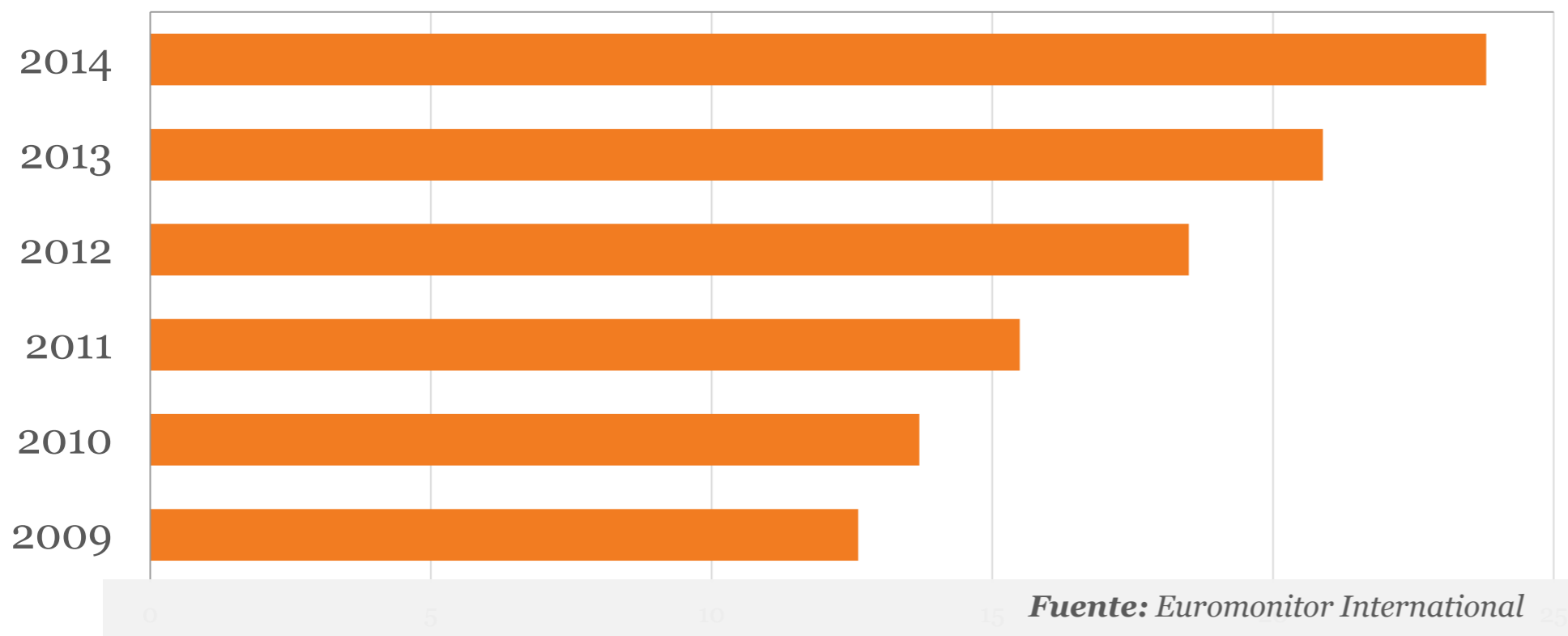
— - locales OXXO

“Cadena Comercial OXXO” tiene 12,600 tiendas en México, y se expande a Colombia y EEUU



Apalancar ingredientes que ya son conocidos

Volumen de ventas off trade – Crecimiento absoluto
Ducoco Total Brand, Brasil



Jugos listos para beber con agua de coco



Reformulación con más endulzantes naturales (EEUU)



Las mujeres son nuevo segmento objetivo para bebidas energéticas (EEUU)

Ingredientes locales que ya son reconocidos



Camu Camu

- Contiene 100 veces más de vitamina C que la naranja



Maíz Morado

- Sistema Circulatorio
- Efecto anti-inflamatorio
- Regeneración de tejidos



Flavenoles de Cacao

- Salud cardiovascular
- Cáncer
- Sistema inmune



Nopal

- Hiperglucemia
- Hiperlipidemia
- Ateroesclerosis

INTRODUCCION

TENDENCIAS CLAVE

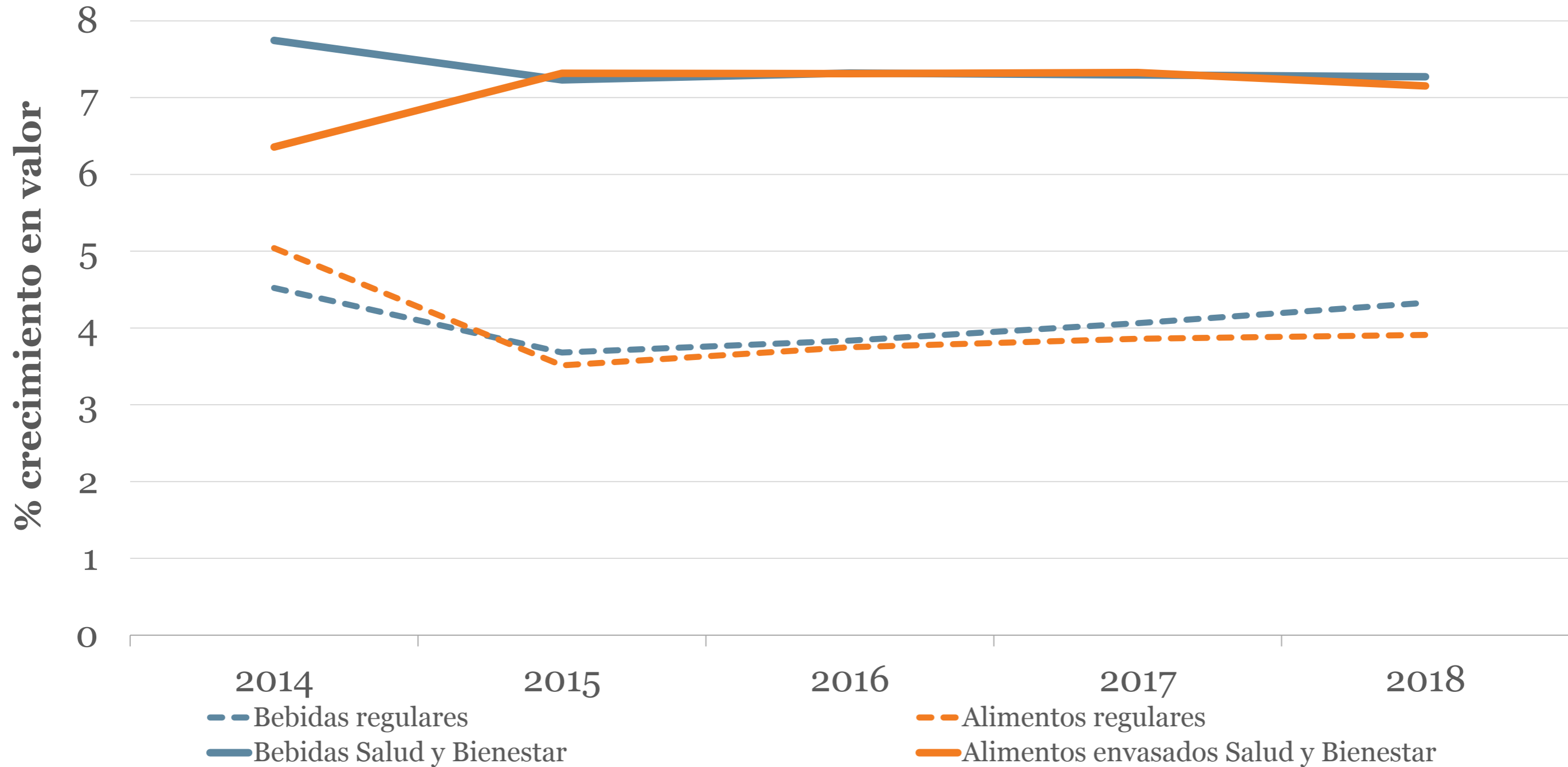
ESTRATEGIAS EXITOSAS

PERSPECTIVAS



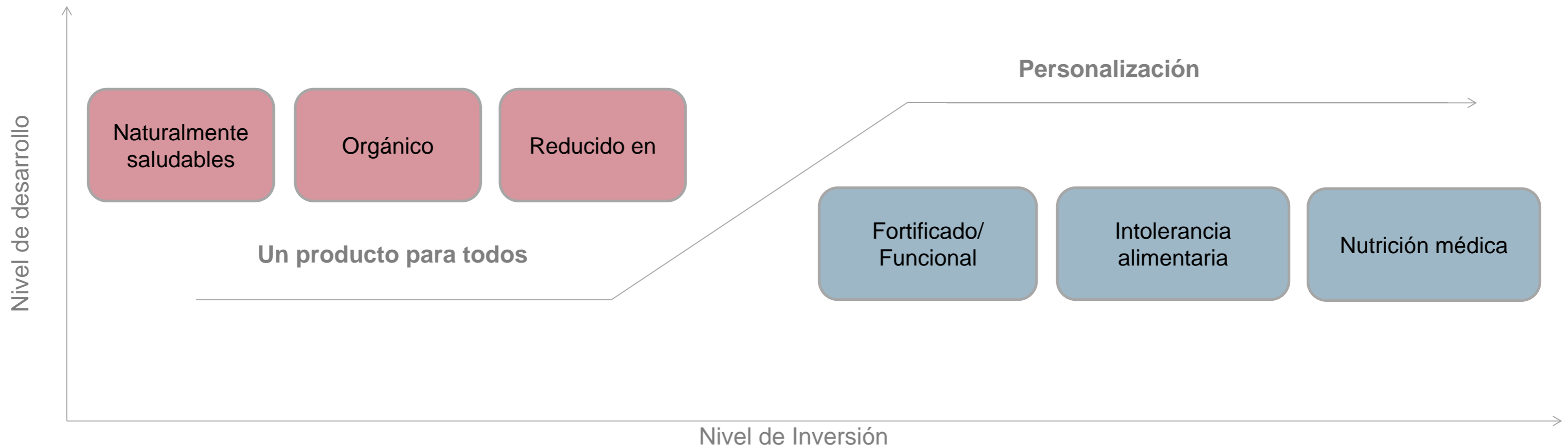
Mercados emergentes seguirán impulsando crecimiento

Crecimiento de alimentos y bebidas posicionados como de Salud y Bienestar vs Regulares 2014-2018

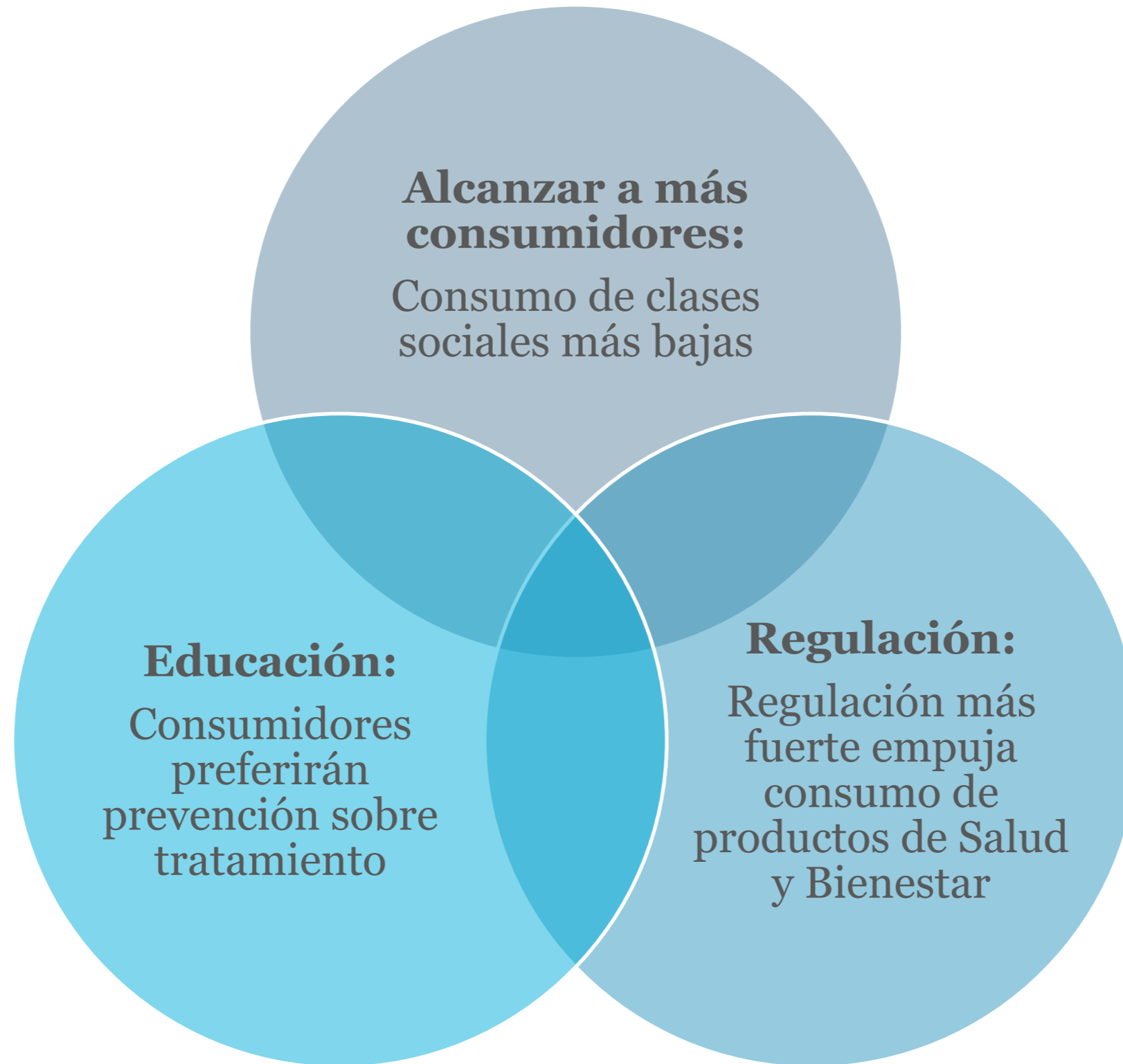


Fuente: Euromonitor International

Mercado de alimentos y bebidas saludables se moverán hacia una mayor personalización



¿Qué podemos esperar para el futuro?





En una industria con tanta competencia como alimentos y bebidas envasadas, aquellas empresas que no tengan una **estrategia clara de Salud y Bienestar**, corren el riesgo de quedarse atrás, sobre todo en mercados emergentes que muestran un crecimiento acelerado, como lo son los países de Latinoamérica.



¡GRACIAS!

Beatriz de Llano

Beatriz.dellano@euromonitor.com

Felipe Pinto

Felipe.Pinto@euromonitor.cl

Q&A

  Euromonitor en Español

 @EuromonitorES