

Tendencias mundiales en salud y bienestar



Encuesta de tendencias de HealthFocus

Encuesta sindicada
2000 consumidores
de EEUU
10.000 consumidores
internacionales

Evaluación integral
de actitudes y
acciones con
respecto a la salud y
la nutrición

Realizada desde
1990 en EEUU y
desde 2000 a nivel
internacional



Encuesta de tendencias de HealthFocus, 2008



*EEUU no está incluido en las cifras correspondientes a América.



Contenidos

1. El concepto de totalidad
2. El estado de la salud a nivel mundial
3. Autosuficiencia de la salud
4. Inquietudes con respecto a la salud
5. El peso: falta de iniciativa
6. Las necesidades de una dieta y la nutrición
7. La dieta como complemento del cuidado de la salud
8. Pureza y sustentabilidad
9. Salud familiar

[N° 1 El concepto de totalidad]

¿Por qué somos saludables?



Suelo comer bien y generalmente consumo los nutrientes que necesito

Suelo sentirme bien, salvo por algún resfrío o gripe excepcional

Estoy bastante feliz y satisfecho

Tengo bastante certeza sobre qué alimentos evitar

No tengo enfermedades importantes que escapen a mi control

Tengo familia/amigos/mascotas/otros que me brindan apoyo

Soy bastante activo, no tengo problemas para desplazarme

No estoy debajo ni por encima de mi peso ideal

¿Sigue siendo saludable si alguno de esos factores se modifica temporalmente?



Suelo comer bien y generalmente consumo los nutrientes que necesito

Tengo bastante certeza sobre qué alimentos evitar



Suelo sentirme bien, salvo por algún resfrío o gripe excepcional

No tengo enfermedades importantes que escapen a mi control

Soy bastante activo, no tengo problemas para desplazarme

No estoy debajo ni por encima de mi peso ideal



Estoy bastante feliz y satisfecho

Tengo familia/amigos/mascotas/otros que me brindan apoyo

Totalidad vs. Equilibrio

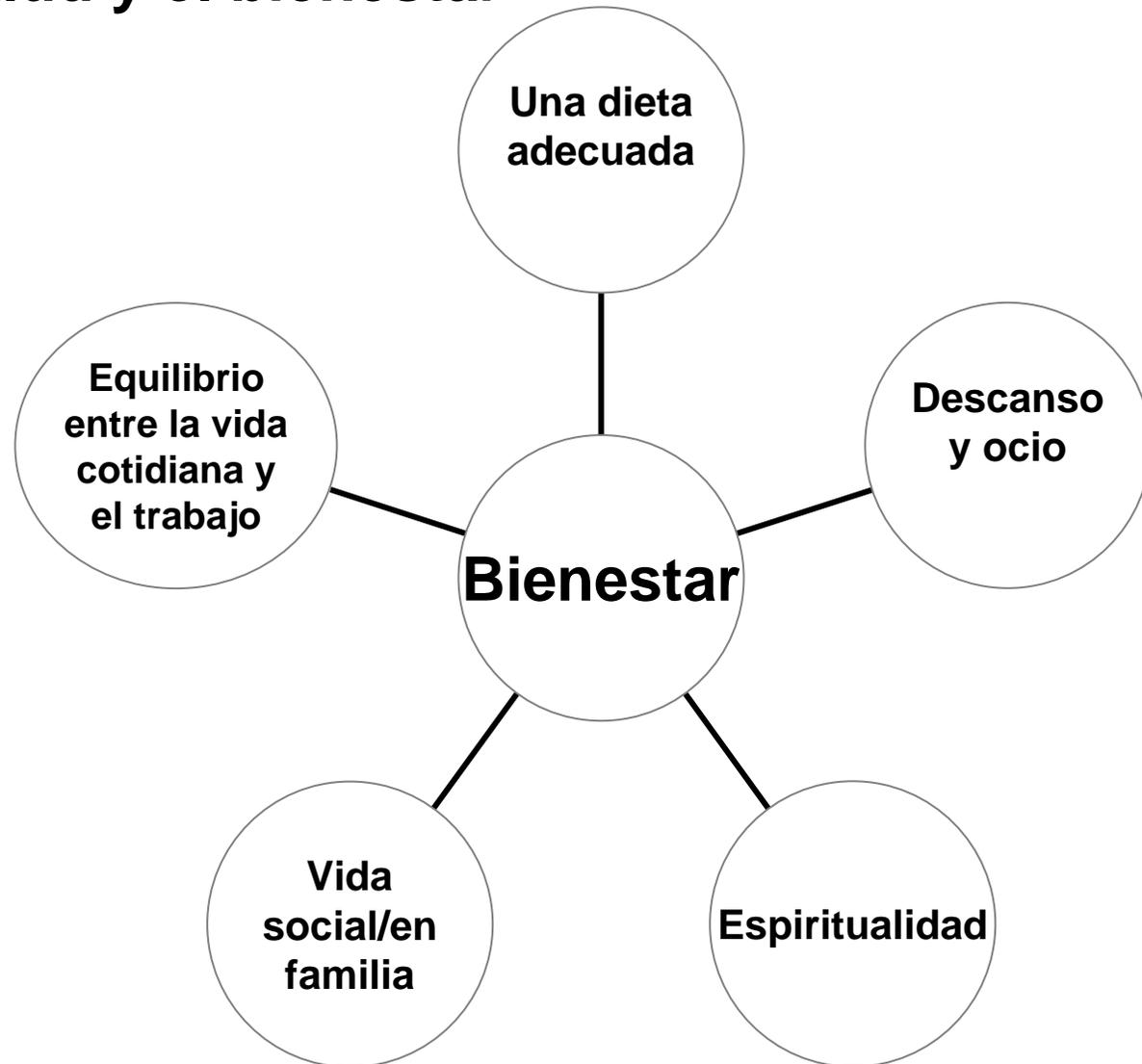
El equilibrio se refiere a cómo los consumidores ven su dieta.

“Si almuerzo una ensalada, puedo cenar un pizza”.

- **Pero los otros factores también influyen en cada decisión.**
- **“Tuve un mal día, así que voy a comer alimentos que me gustan para mejorar mi humor”**
- **“Si hice ejercicio, puedo comer lo que quiera”.**

Entonces, la tendencia no es “equilibrar la dieta” solamente, sino equilibrar la dieta con otros aspectos de la salud.

Varios aspectos de la vida contribuyen a la salud y el bienestar



Sumamente/muy importante para la salud y el bienestar

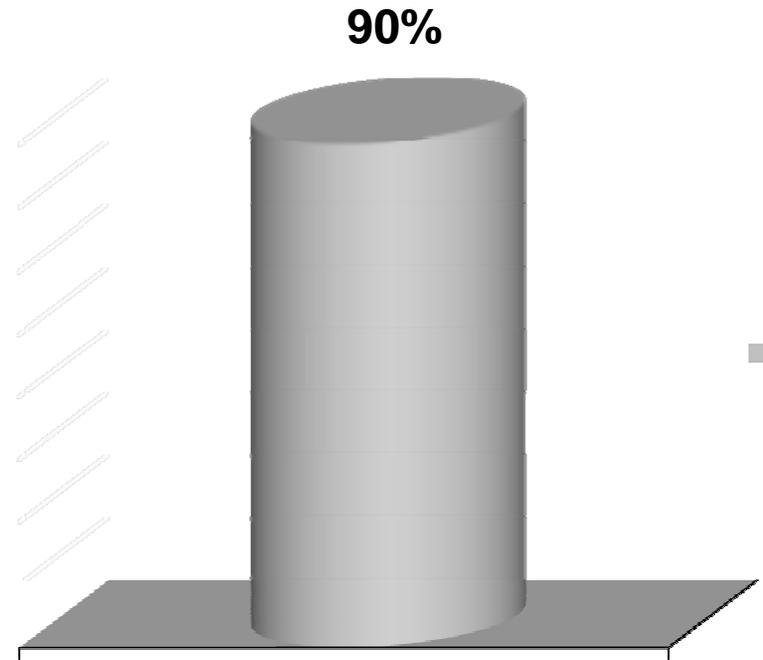
Nº2 El estado de la salud a nivel mundial

- **El interés por la salud difiere en cada región**
- **Europa es la región más despreocupada respecto de su status como la menos saludable y físicamente activa. Los consumidores dan suma importancia al sabor y tienen gran interés en los alimentos y la cocina. Los europeos incorporarán actividad física en sus vidas cotidianas.**
- **Asia es la región más comprometida con la salud. Los consumidores buscan obtener los mayores beneficios de lo que consumen. Sin embargo, muestran bajos índices de ejercicio.**
- **Los consumidores en América Latina se guían mucho por el sabor y además muestran gran interés: se sienten muy productivos al comer saludable y muy positivos sobre los consiguientes efectos.**

El estado de la salud a nivel mundial

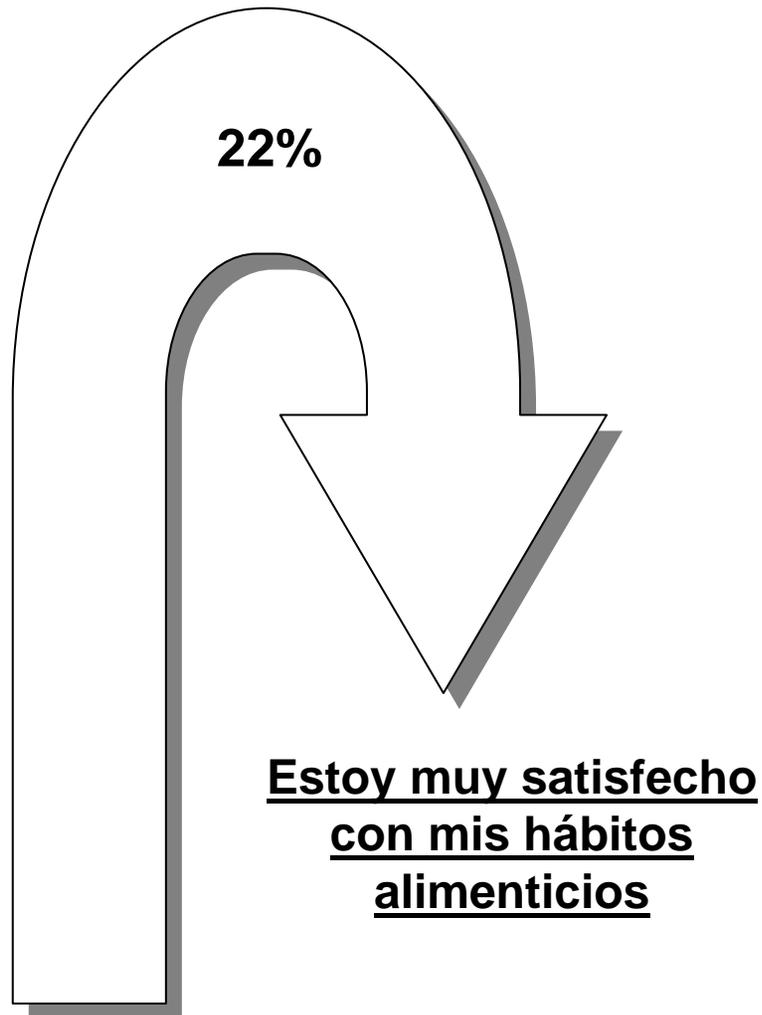
- **Mundialmente, los consumidores se consideran muy saludables.**
- **Mostrando gran optimismo, sólo el 2% califica de pobre su salud general.**

Asimismo, casi todos describen su dieta como saludable.



Describen su dieta general como muy saludable / saludable

Una buena salud no equivale a buenos hábitos alimenticios



- Pocos consumidores en el mundo están muy satisfechos con sus hábitos alimenticios actuales.

Los consumidores se sienten en control

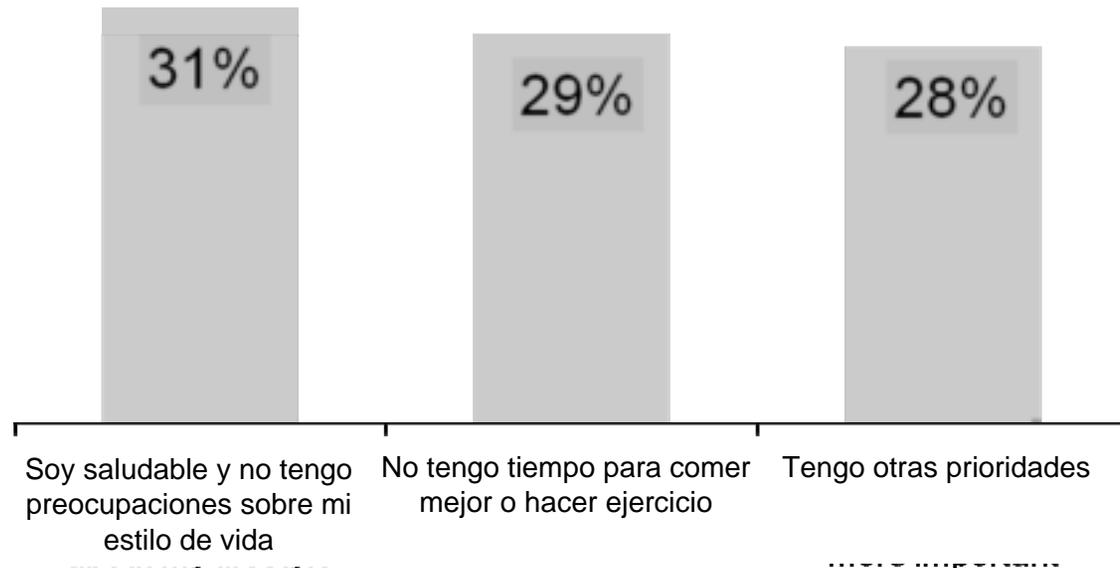


- Sólo el 14% de los consumidores siente que han realizado suficientes cambios saludables y ya no necesita hacer más.
- Y sólo el 6% no quiere escuchar más acerca de alimentación saludable.
- Sin embargo, el 41% está cansado de que los “profesionales” le diga qué hacer, un incremento con respecto al 24% anterior.

Obstáculos

- A la hora de mencionar los mayores obstáculos para una vida más sana, los costos y otras prioridades se encuentran colectivamente por encima de los demás obstáculos encuestados.

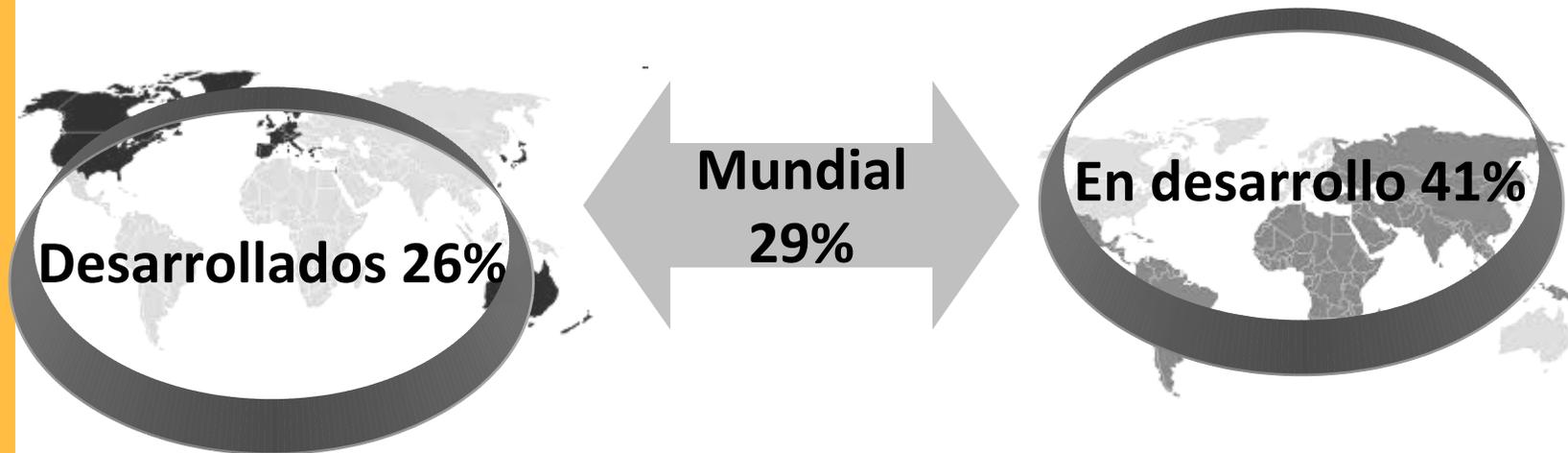
Las 3 razones más comunes



El precio como un obstáculo

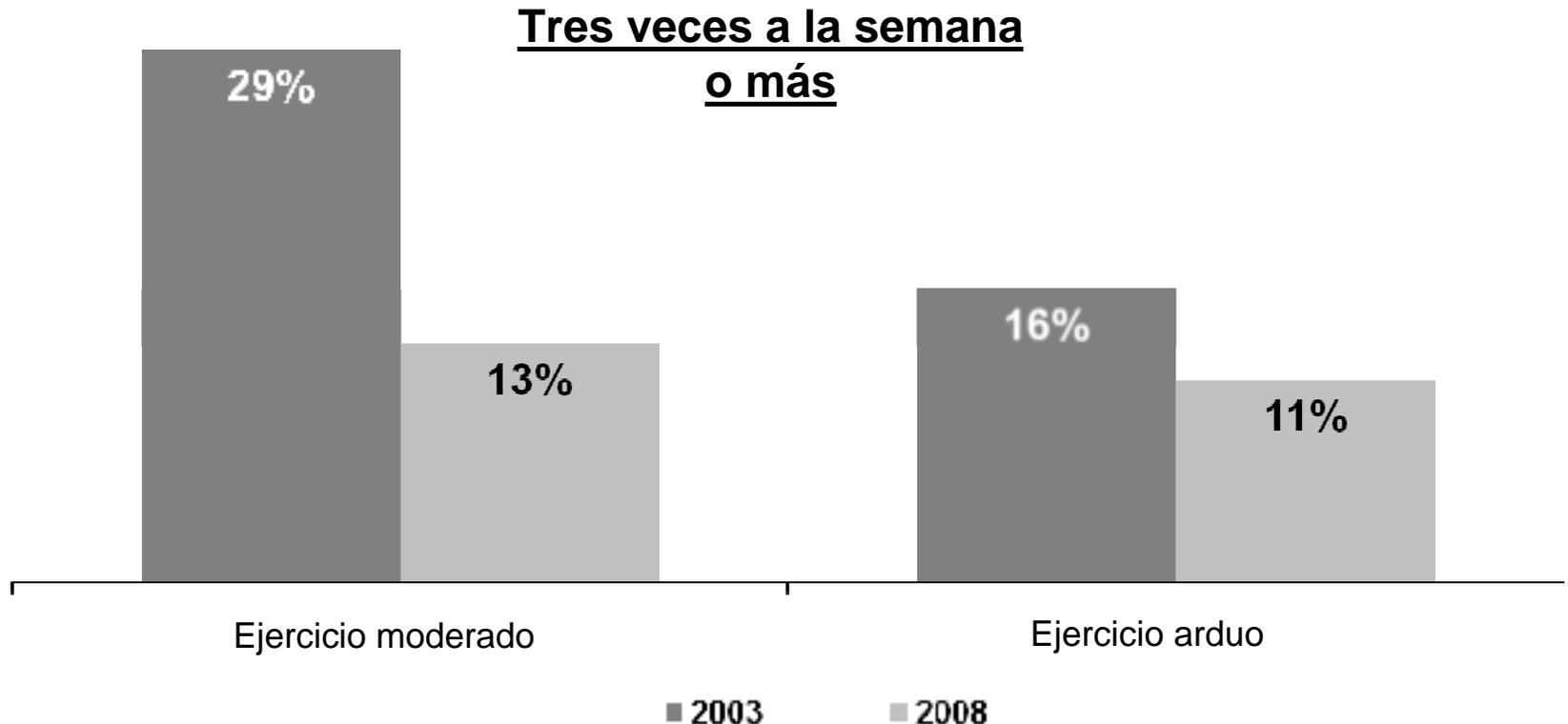
- Un tercio de la población considera más caros los alimentos saludables. Este problema es más acentuado en los países desarrollados.

“Los alimentos saludables son más caros”



Índices de ejercicio

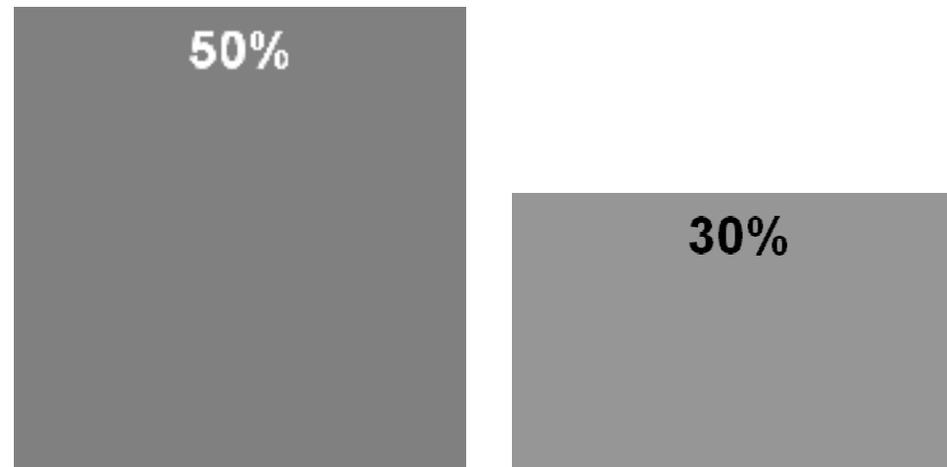
- Se realiza menos ejercicio por falta de tiempo. Los índices de ejercicio no han aumentado considerablemente en los últimos 5 años. El 50% de los consumidores no tiene tiempo para hacer ejercicio.



Patrones de ejercicio

- Los hábitos occidentales tienen cada vez más influencia en los países asiáticos

Asia - Pacífico A diario / Tres veces a la semana o más



Walk instead of drive or ride, take the stairs instead of elevators, etc.
Caminar en vez de conducir o tomar transporte, usar las escaleras en lugar del ascensor, etc.

La tendencia es suficientemente saludable... no saludable

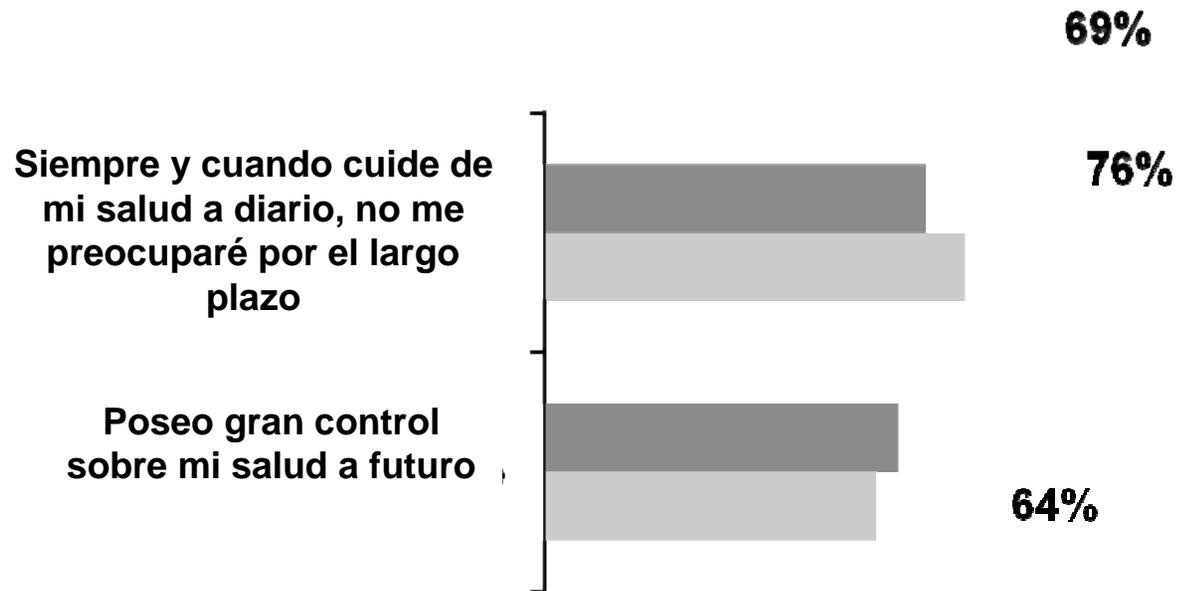
Un 5% estimativo de los consumidores se adecuan a la definición de saludable.

Por lo tanto, apuntar a la salud significa comprender los objetivos de los consumidores.

[N° 3 Autosuficiencia de la salud]

Actitudes con respecto a la salud

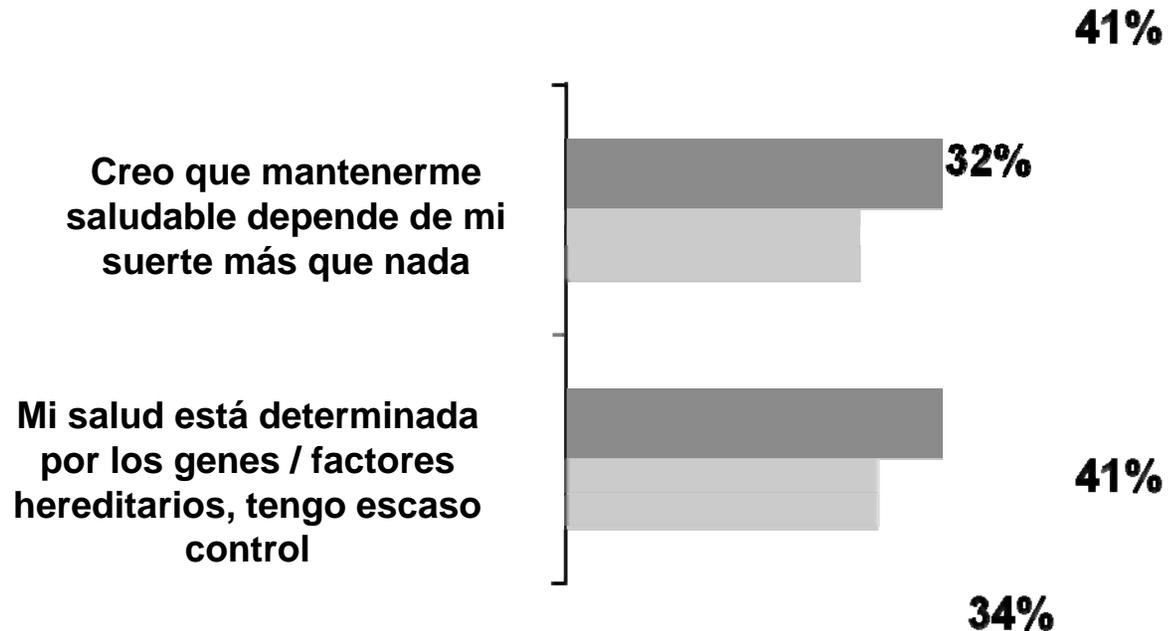
- En la mayoría de los casos, los consumidores aún creen que tienen el control sobre su salud.



■ 2008 ■ 2003

Actitudes con respecto a la salud

- Se es más consciente de que otros factores influyen en la salud, pero no está librada únicamente a la suerte.



La necesidad de tener el control

- Los consumidores sienten que es su rol controlar si las decisiones que toman son saludables.

Es muy importante que cocine en casa porque tengo más control sobre los alimentos que consumo.

73%

Totalmente de acuerdo/De acuerdo

Las 10 fuentes más importantes de información sobre la salud

- En general, los consumidores utilizan actualmente más fuentes para encontrar información sobre salud y nutrición. Internet se está convirtiendo en la fuente de mayor crecimiento en ese sentido.

Las fuentes más importantes de información sobre salud y nutrición – En general



TV/Radio



Médicos



Publicidad



Amigos y familiares



Auxiliares de médicos

Las 5 mejores

[N° 4 Inquietudes sobre la salud]

Oportunidades según la región

- El estrés es un de los problemas más relevantes a nivel mundial; la falta de sueño está creciendo como resultado

Mundial	Asia	Europa	América
Gripe / resfrío	Gripe / resfrío	Estrés	Estrés
Estrés	Estrés	Cansancio/Falta de energía	Gripe / resfrío
Problemas digestivos	Cansancio/Falta de energía	Sobrepeso / obesidad	Sobrepeso / obesidad
Problemas para dormir	Problemas digestivos	Problemas digestivos / Gastrointestinales	Problemas digestivos
Problemas de la vista	Problemas para dormir	Problemas para dormir	Problemas para dormir

Los 5 problemas más importantes por región

[N° 5 El peso: falta de iniciativa]

La mayoría de los consumidores del mundo no cree que deba bajar de peso

En cuanto al control del peso, mi objetivo principal es mantener mi peso actual



En cuanto al control del peso, mi objetivo principal es bajar de peso



La negación es un problema muy serio en los países desarrollados

	<u>Personas con sobrepeso/obesas</u>	“Tengo sobrepeso/ Estoy obeso”
Mundial	25%	15%

Fuente: Base de datos mundial sobre el IMC de la OMS

Bajar de peso es difícil

¿Por qué no adopta medidas que lo ayuden a bajar de peso?



El 48% dice **“No necesito bajar de peso”**

El 27% dice **“Podría bajar un poco de peso, pero no es una prioridad para mí”**

El 23% dice **“No encuentro una dieta que pueda seguir”**

El 18% dice **“Se me hace muy difícil perder peso”**

El 16% dice **“Estoy demasiado ocupado para seguir consistentemente un estilo de vida saludable y bajar de peso”**

El 43% menciona el tiempo

El 41% menciona las emociones

El tiempo y las emociones

Me gustaría tener tiempo para hacer ejercicio, pero estoy muy ocupado.



50%

Se me hace difícil restringir el tamaño de las porciones que consumo.



47%

Control de las porciones

- Los consumidores pueden controlar más fácilmente el tamaño de las porciones de los otros miembros de la familia que el de las propias
- Dicen conocer el tamaño que deben tener las porciones

Totalmente de acuerdo/De acuerdo

Puedo controlar fácilmente el tamaño de las porciones que les sirvo a los niños y/o a otros miembros de la familia

members

56%

Suele costarme restringir el tamaño de las porciones que consumo

47%

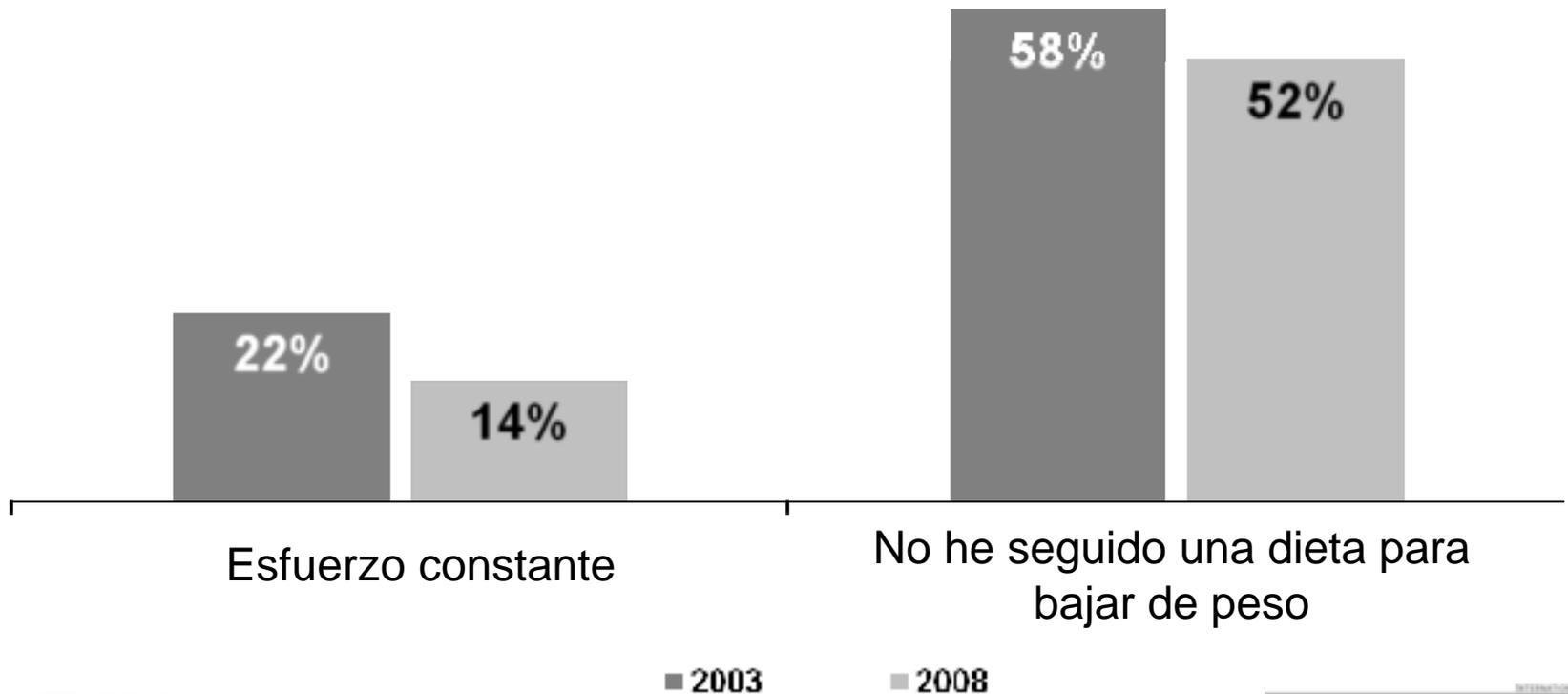
I understand how large the
Sé cuál es el tamaño recomendado para las porciones de casi todos los alimentos

51%

Disminuyen los esfuerzos para seguir una dieta

- Los consumidores hablan de comer más sano pero se alejan de las dietas.

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su esfuerzo en seguir una dieta para mantener el peso o bajar de peso en el último año?

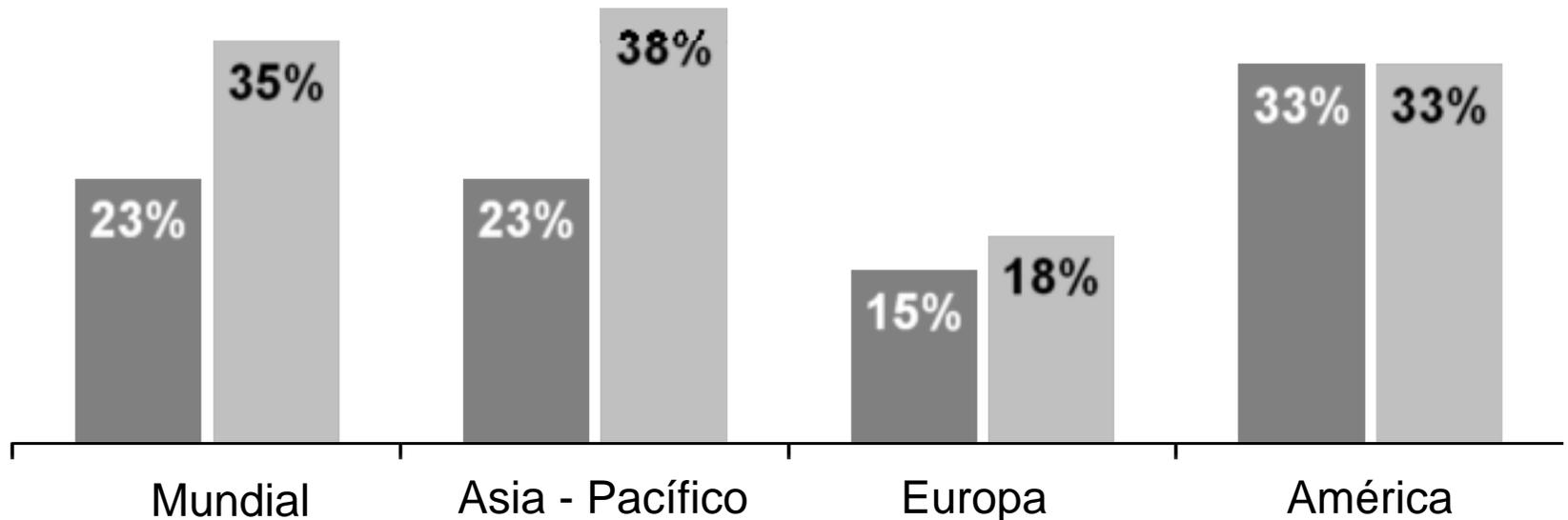


Estilo de vida vs. Dieta

- Excepto en Europa, los consumidores parecen estar cansándose del esfuerzo que implica seguir una dieta

Llevar un estilo de vida saludable es más importante que seguir una dieta en particular:
68%

Solía controlar lo que comía, pero ya no lo hago.



Incentivos para controlar el peso

- Una mejor calidad de vida, la capacidad de participar, de ser activo, son los principales incentivos para controlar el peso.
- La región europea es la única donde se registran diferencias.

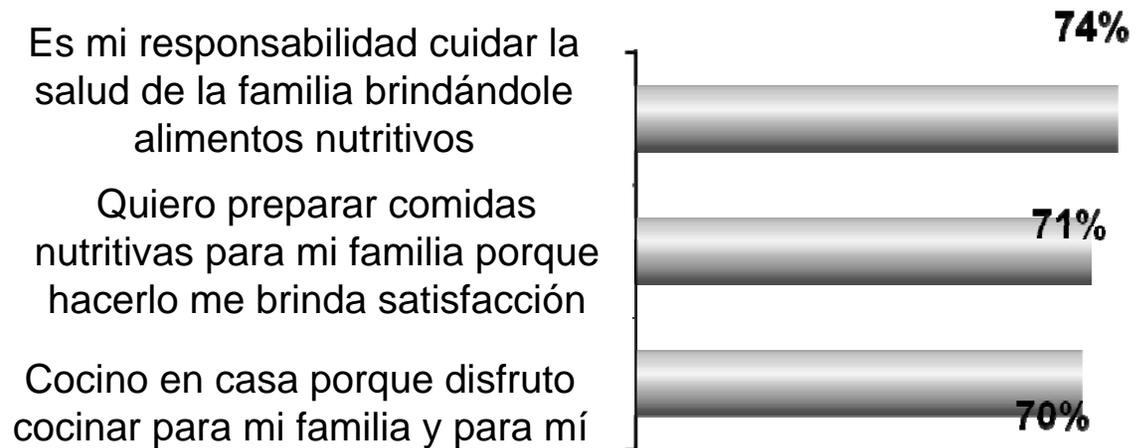
Las razones más importantes para alcanzar el peso ideal:
Tener buena salud a futuro
Ser físicamente activo
Sentirse bien (con más energía, menos hinchado)
Verse bien

[N° 6 Las necesidades de una dieta y la nutrición]

El papel del Guardián Nutricional

- Ser el “guardián nutricional” brinda satisfacción particularmente alta en Asia - Pacífico (74%), aunque más baja en Europa (56%).

Totalmente de acuerdo/De acuerdo



Pequeños placeres

- Los alimentos tienen muchas funciones para los consumidores, no sólo la nutrición.

Suelo consumir alimentos sólo por hacer algo, en cuyo caso elijo los alimentos por su sabor o el placer que me brindan más que por lo nutritivos que sean

42%

Suelo consumir alimentos por estar en un ambiente social, en cuyo caso elijo los alimentos por su sabor o el placer que me brindan más que por lo nutritivos que sean

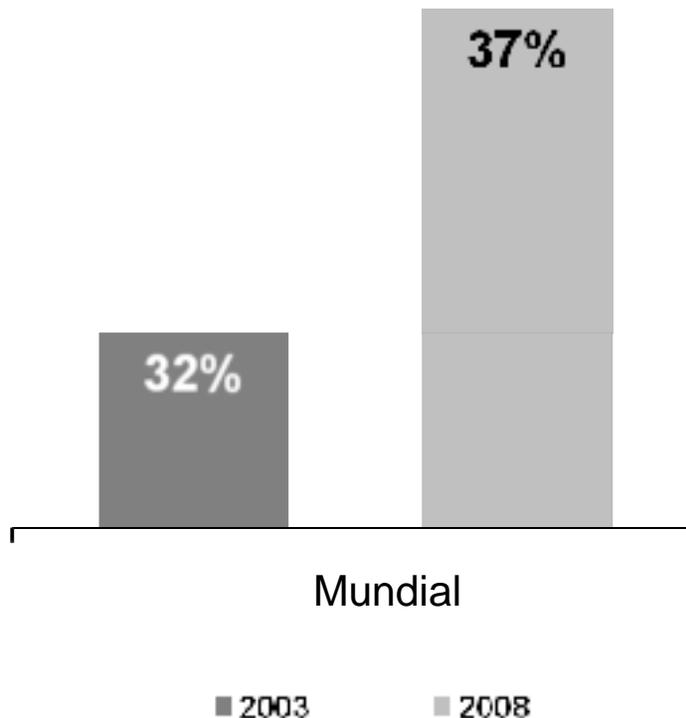
44%

■ Mundial

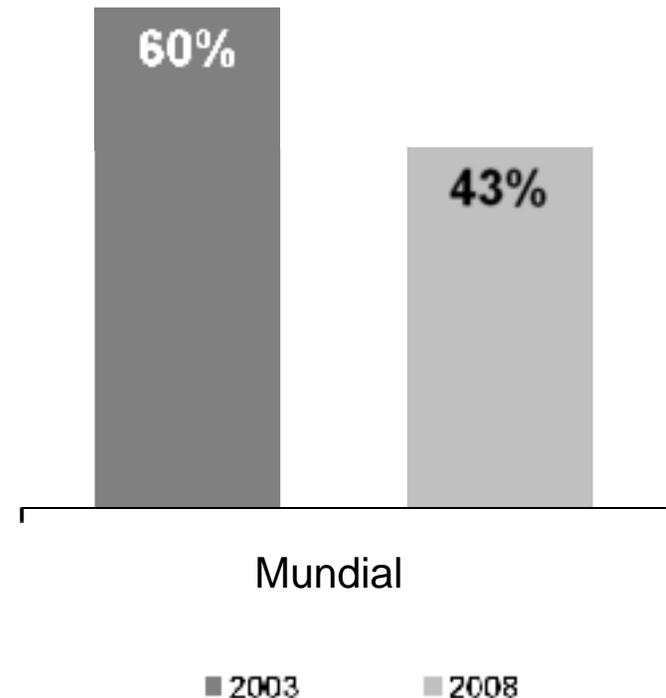
¿Renunciar al sabor? ¡De ninguna manera!

- En general, son pocos los consumidores que dicen estar dispuestos a renunciar al buen sabor en pos de la salud, pero además ellos no suelen elegir los alimentos por su sabor.

Siempre/generalmente renuncio al buen sabor por beneficios para la salud

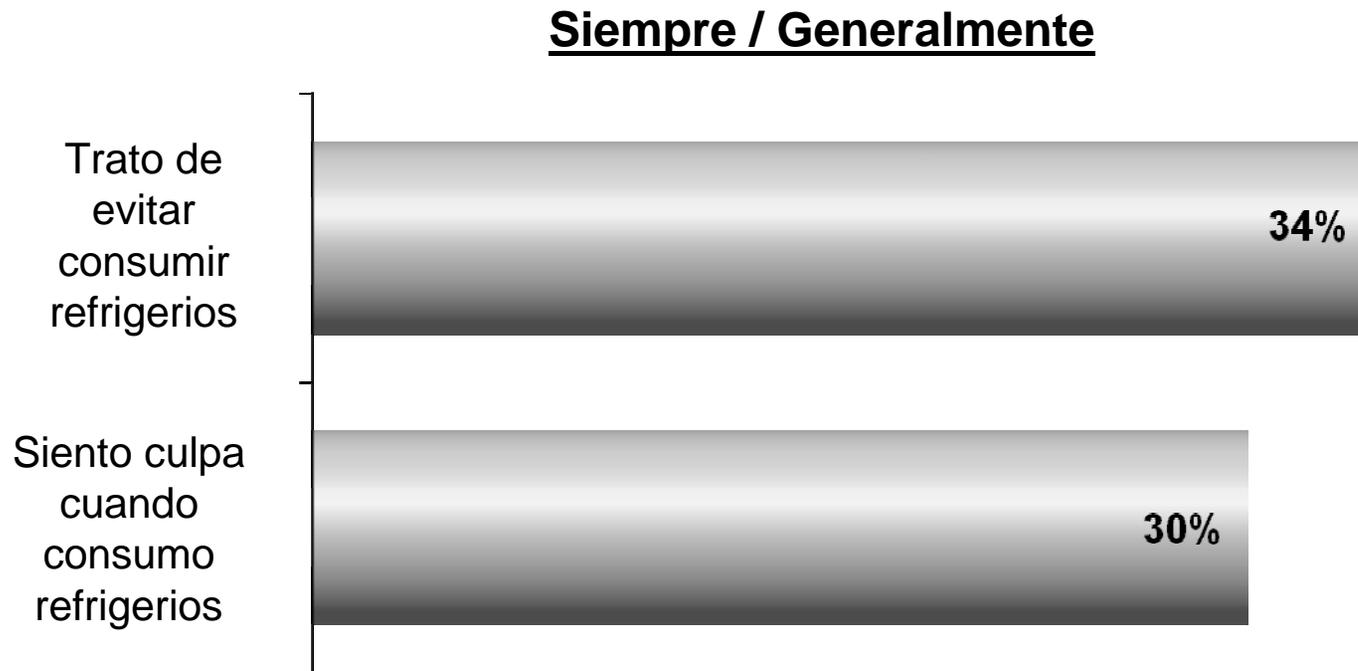


Siempre/generalmente elijo alimentos/bebidas sólo porque saben bien



La nutrición también tiene su parte de placeres culpables

- Los refrigerios son una parte aceptada de toda dieta. Sólo un tercio de los consumidores trata de evitar consumir refrigerios o siente culpa si lo hace.



Interés activo en alimentos que hacen bien



- Existe un creciente interés en nutrientes como fibras y granos enteros. Cada vez más consumidores eligen estos ingredientes saludables.
- Pero son pocos los consumidores que siguen dietas para el corazón, bajas calorías, o bajas en grasas. No pesa tanto el régimen, sino la elección.

Existe un gran interés en los beneficios derivados de los alimentos

Los 5 mejores beneficios derivados de los alimentos
(extremadamente/muy alto interés)

Mundial
Mejor memoria
Dientes más saludables
Corazón y sistema circulatorio saludables
Mayor energía física
Piel más saludable

Las necesidades varían según la región

Los 5 mejores beneficios derivados de los alimentos
(extremadamente/muy alto interés)

América	Europa	Asia
Corazón y sistema circulatorio saludables	Corazón y sistema circulatorio saludables	 Mejor memoria
Dientes más saludables	 Mejorar el sistema inmune	Mejor energía física
Niveles saludables de colesterol	Dientes más saludables	Dientes más saludables
Piel más saludable	Mantenimiento de la vista	Piel más saludable
 Huesos saludables y fuertes	Reducción del riesgo de contraer cáncer	Corazón y sistema circulatorio saludables

La elección de alimentos integrales específicos como prevención

Los 10 alimentos que intento consumir más frecuentemente porque creo que me ayudarán a reducir el riesgo de contraer enfermedades.

Zanahoria

Tomate, salsa de tomate u otros productos derivados del tomate

Leche/bebidas lácteas

Espinaca u otras verduras de hojas verdes oscuras

Pescado

Ajo

Naranja o jugo de naranja

Frijoles

Granos enteros

Brotes de soja

La elección de alimentos específicos como prevención

- A pesar de estar claramente interesados en los ingredientes funcionales, los consumidores tienen mayor interés en los nutrientes más conocidos.

Los 10 nutrientes de mayor o alto interés en lo que respecta a beneficios para la salud

Calcio

Vitamina D

Granos enteros

Cultivos activos en yogures

Soja

Colágeno

Probióticos

Antioxidantes

Glucosamina

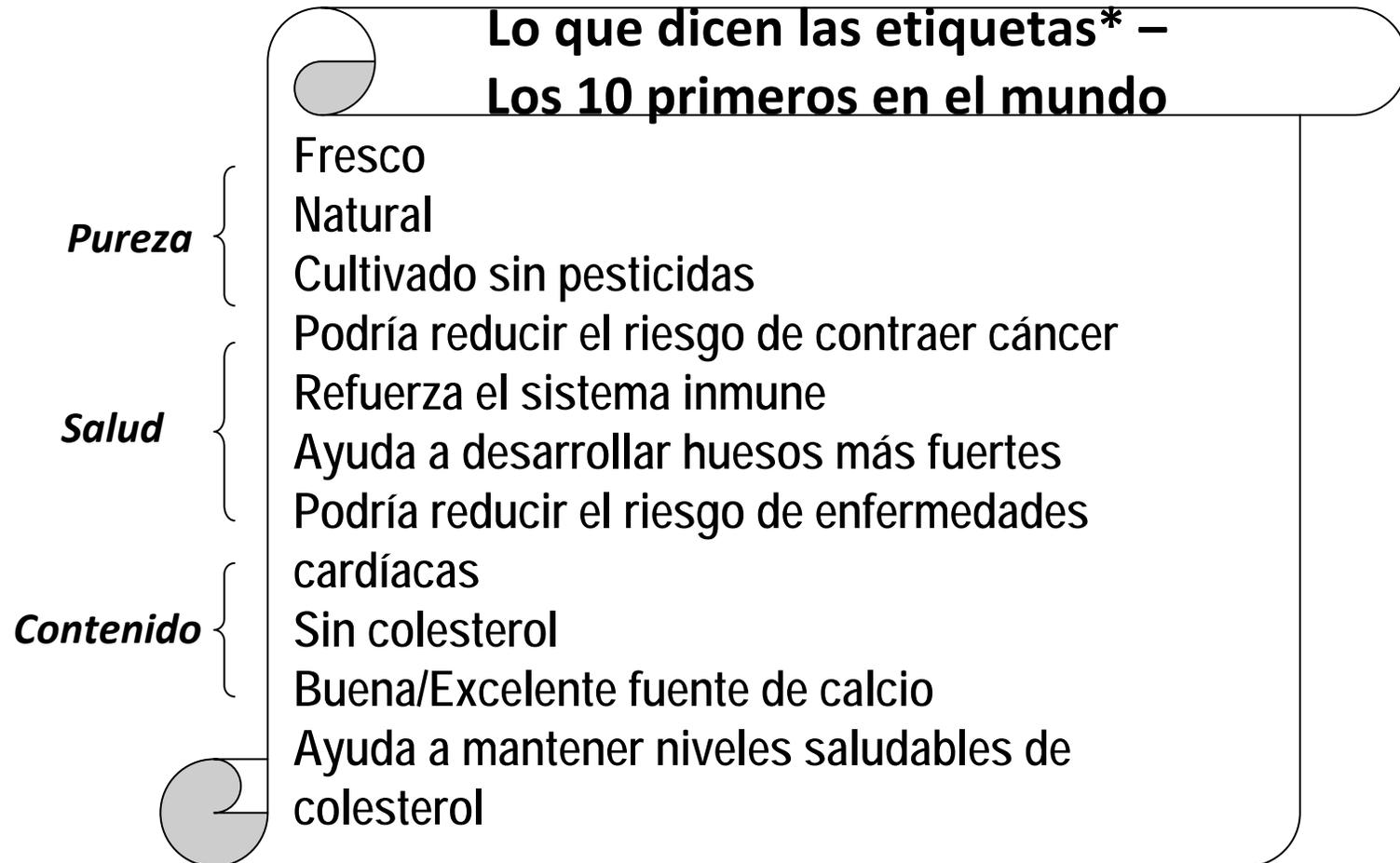
Omega 3

La elección de alimentos específicos como prevención

Los 5 nutrientes de menor interés en lo que respecta a beneficios para la salud
Folato (ácido fólico)
Luteína
Licopeno
Esteroles de planta
Guaraná

La clave ahora es la pureza

- Los consumidores son consistentes en su necesidad de alimentos que parezcan menos “manipulados” o alterados.

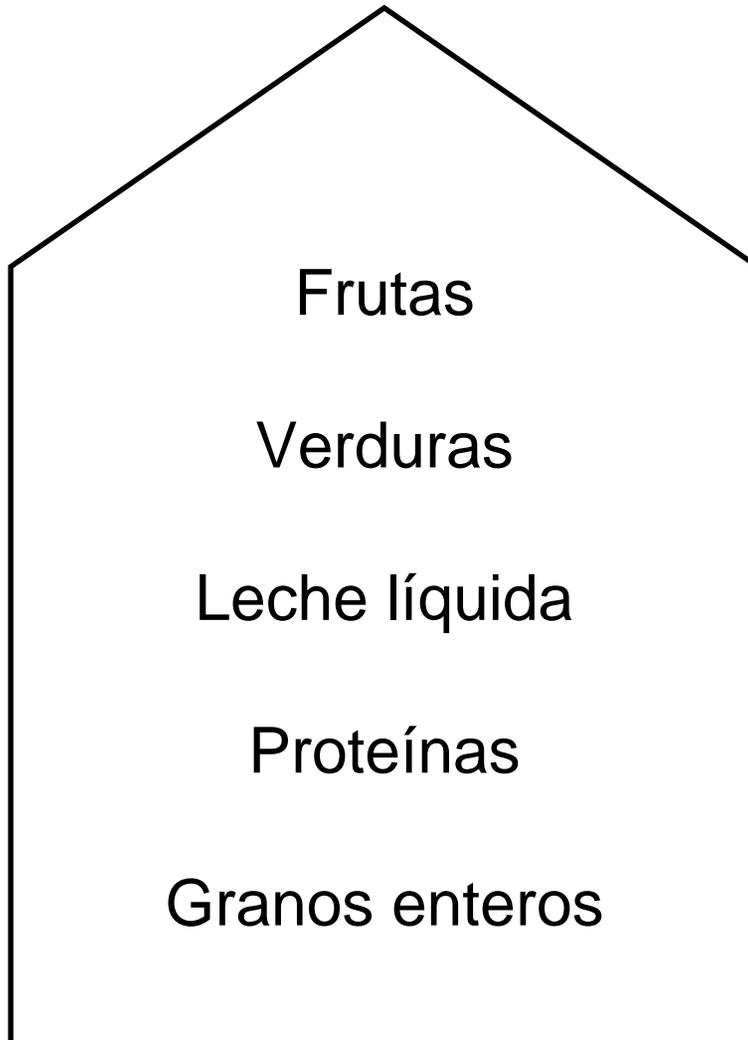


*sumamente/muy importante que aparezca en las etiquetas

Cambios en el consumo de alimentos

- En los últimos 2 años, he aumentado o disminuido el consumo de:

En aumento



En disminución



Lo que dicen las etiquetas: los 5 primeros en general

- “Fresco” y “natural” se ubican en los primeros lugares en el mundo.
- A los consumidores europeos les preocupa la “frescura”, mientras que los asiáticos reclaman “funcionalidad”.

Mundial	Asia	Europa	América
Fresco	Fresco	Fresco	Fresco
Natural	Natural	100% jugo	Sin colesterol
Cultivado sin pesticidas	Cultivado sin pesticidas	Natural	Natural
Podría reducir el riesgo de contraer cáncer	Podría reducir el riesgo de contraer cáncer	Cultivado sin pesticidas	Cultivado sin pesticidas
Refuerza el sistema inmune/Bueno para el corazón	Ayuda a desarrollar huesos fuertes	Sin conservantes	Ayuda a mantener niveles saludables de colesterol

[N° 7 La dieta como complemento del cuidado de la salud]

Lo principal

- Una dieta se trata principalmente de gozar de buena salud en general, no de necesidades específicas relacionadas con la salud.

Razones principales para elegir alimentos y bebidas saludables:

Tratar o controlar un problema de salud actual

Proveer más energía diaria y resistencia: un aumento de energía

Asegurar la buena salud a futuro

Mejorar la salud diaria

Satisfacer las necesidades relacionadas con la salud de los miembros de la familia

Los consumidores sí creen en el poder de los alimentos

Puedo utilizar los alimentos para reducir el consumo de ciertas drogas y otros tipos de terapia médica
65%

Algunos alimentos contienen componentes activos que ayudan a la salud actual, por ejemplo, mejorando la digestión,
72%

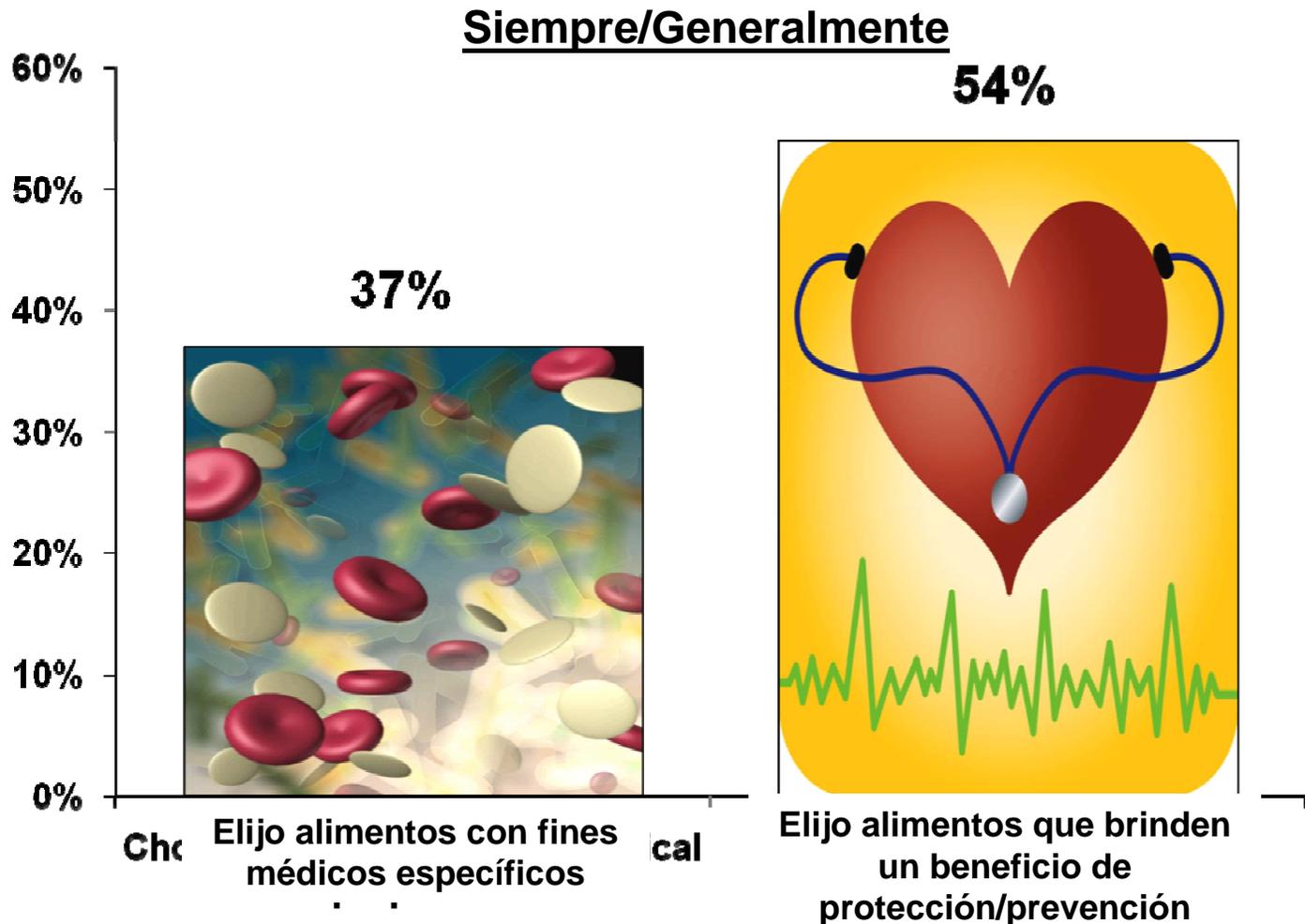
Algunos alimentos contienen componentes activos que reducen el riesgo de contraer enfermedades y mejoran la salud a largo plazo,
69%

2010

2050

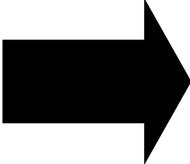
Elegir alimentos como medicina

- Sin embargo, muchos consumidores eligen por prevención a futuro antes que por necesidades médicas específicas



La dieta está al mismo nivel que los medicamentos recetados como primera opción para tratar enfermedades crónicas

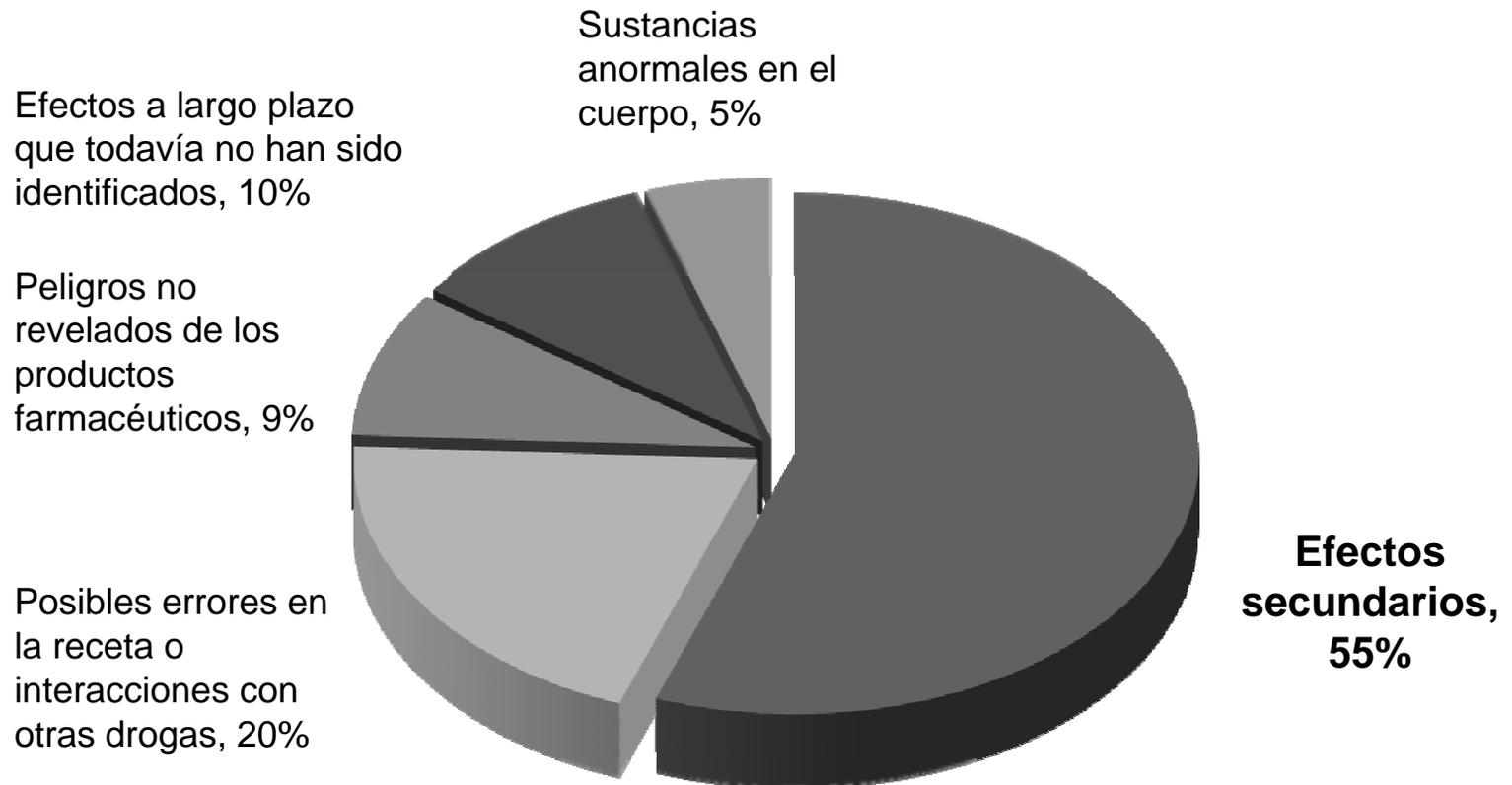
- La dieta supera a los alimentos y bebidas fortificados o suplementos nutricionales como opción de tratamiento, lo cual sugiere una confianza más fuerte en los alimentos integrales.

<u>Enfermedad</u>		<u>Tratamiento elegido*</u>
Presión alta		1. Medicamentos recetados
Diabetes		2. Dieta
Problemas de la vista		3. Medicamentos de venta libre
Cáncer		4. Suplementos nutricionales
Enfermedades cardíacas		5. Alimentos y bebidas fortificados
Resfrío/gripe		6. Terapias alternativas

*Promedio entre tales enfermedades

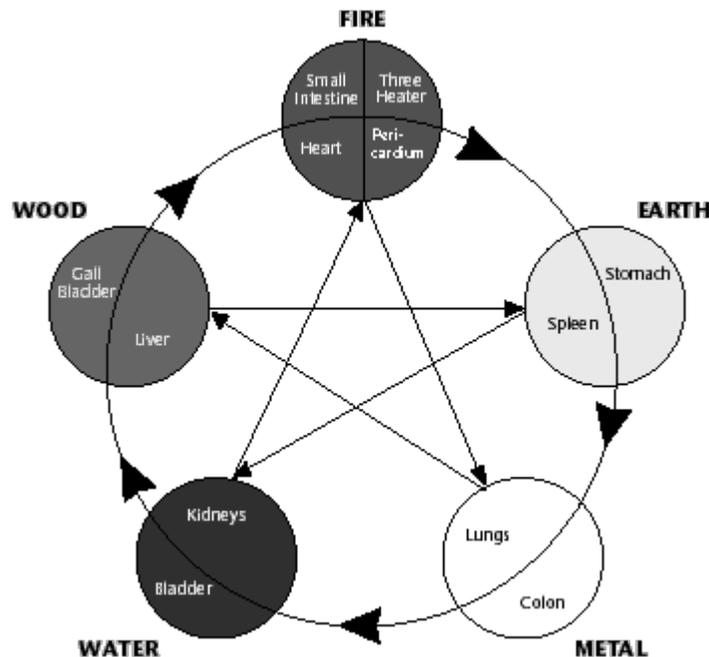
Los consumidores se preocupan por los efectos secundarios de los medicamentos recetados

Mi principal preocupación al confiar en medicamentos recetados es:



Conocimiento de tratamientos alternativos

- Los tratamientos alternativos son bastante conocidos y casi la mitad de los consumidores sabe sobre remedios a base de hierbas.



Escuché hablar mucho/poco sobre
En orden

Remedios a base de hierbas

Terapia de masajes

Acupuntura

Homeopatía

Medicina Tradicional China/ Medicina Tradicional Asiática

Ayurveda (Medicina Tradicional India)

Utilización de tratamientos alternativos

- A pesar de sus conocimientos, menos del 10% de los consumidores hace más uso de tratamientos alternativos que hace dos años.

Utilización mayor que hace dos años
En orden

Orientación espiritual o plegarias

Terapia de masajes

Yoga

Homeopatía

Medicina Tradicional China/ Medicina Tradicional Asiática

Ayurveda (Medicina Tradicional India)

Acupuntura

Alimentos y medicina

- **La dieta juega un claro papel en el cuidado de la salud – un 37% de los consumidores elige los alimentos con un fin médico específico.**
- **Mas de la mitad (el 54%) de los consumidores elige los alimentos por algún beneficio de protección o prevención.**
- **En las encuestas, los alimentos están a la misma altura que los medicamentos recetados como parte del tratamiento de enfermedades crónicas. Sin embargo, no significa que los consumidores los vean de la misma forma.**
- **La dieta desempeña un papel junto con los medicamentos recetados. La oportunidad está en el aspecto del control del consumidor en la dieta para su propio bienestar.**

[N° 8 Pureza y sustentabilidad:]

En buena parte, lo natural y lo orgánico tienen que ver con la pureza y la seguridad para los consumidores

Orgánico y natural

- **La gente no cree que los alimentos orgánicos y los naturales sean lo mismo**

En todo el mundo, los consumidores creen que los alimentos orgánicos...

- 1. No contienen residuos ni componentes químicos**
- 2. Pueden consumirse con menor riesgo que los no orgánicos**
 - 1. Se cultivan sin pesticidas ni herbicidas**
 - 2. Son más saludables en general que los no orgánicos**
 - 3. Son menos riesgosos para el medioambiente que los cultivos no orgánicos**

**Son lo mismo que “todos” los alimentos “naturales”
Saben mejor que los no orgánicos**

¿Cuáles corresponden a los alimentos orgánicos? Sobre la base de los que conocen a los orgánicos

Beneficios de los alimentos orgánicos: diferencias regionales clave

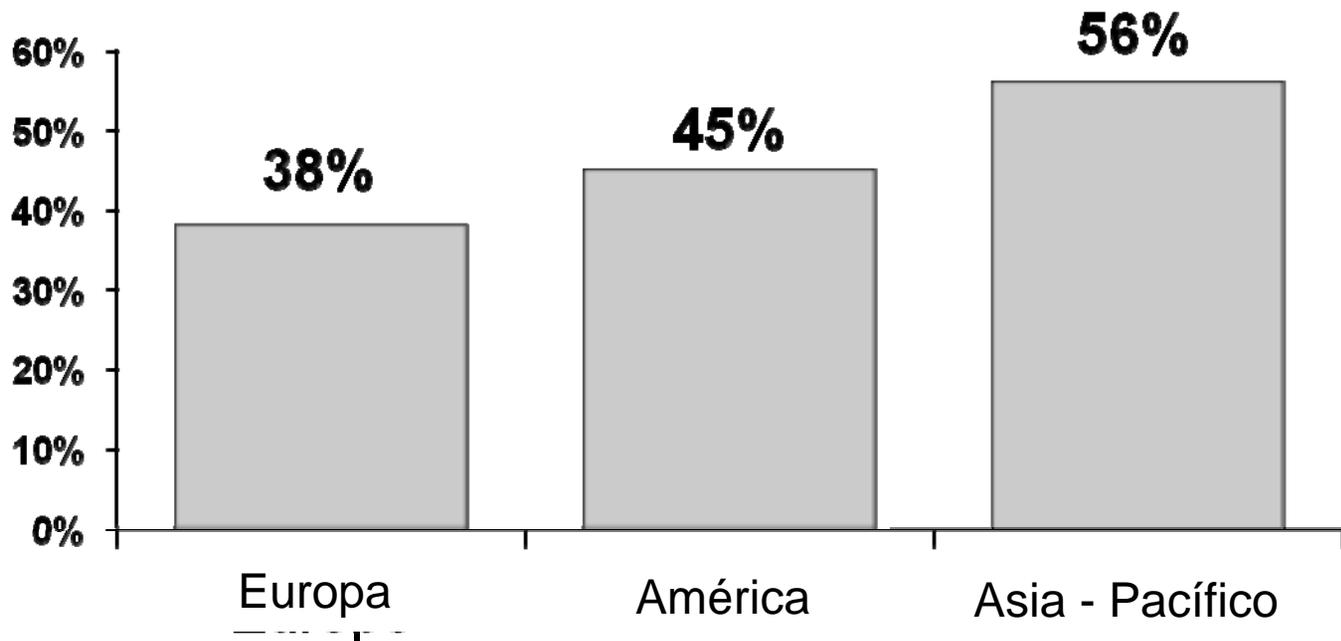
- Los europeos tienen un mayor conocimiento de los potenciales beneficios de los alimentos orgánicos

Mundial	Asia - Pacífico	Europa	América
Sin componentes químicos ni residuos	Sin componentes químicos ni residuos	Sin componentes químicos ni residuos	Sin componentes químicos ni residuos
Más seguros para comer	Más seguros para comer	Cultivados sin pesticidas	Más saludables
Cultivados sin pesticidas	Más saludables	No modificados genéticamente	Cultivados sin pesticidas
Más saludables	Menos riesgosos para el medioambiente	Más saludables	Menos riesgosos para el medioambiente
Menos riesgosos para el medioambiente	Cultivados sin pesticidas	Más seguros para comer	Mayor calidad

Europa y los alimentos orgánicos

– pero es menos probable que paguen por otras medidas de seguridad

Pagaría más por envases con sensores que me indiquen si el producto se echó a perder o todavía se puede comer.



Los beneficios de la pureza

- A la hora de determinar las principales influencias de las marcas, la presencia de ingredientes naturales es la número dos.
- Los pesticidas y conservantes marcan importantes diferencias.

Influencias de la marca sobre el individuo

1. Mayor nutrición
2. **Contiene sólo ingredientes naturales**
3. Mejor sabor
4. **Cultivado sin pesticidas**
5. **Sin conservantes**

Influencias de la marca sobre los hijos

1. Mayor nutrición
2. **Contiene sólo ingredientes naturales**
3. **Cultivado sin pesticidas**
4. **Sin conservantes**
5. Fortificado con nutrientes adicionales como vitaminas y minerales

Se están produciendo otros cambios para garantizar la seguridad

- El reconocimiento de la marca es importante, especialmente en Asia.

Prefiero comprar marcas conocidas

	2003	2008
Mundial	58%	64%
Asia - Pacífico	59%	68%
Europa	58%	48%
América	44%	57%

Medioambiente y sustentabilidad

Sustentabilidad: impacto sobre la elección de alimentos:

- **Origen**
 - **Los consumidores, sobre todo los mayores (66%), prefieren comprar productos de origen conocido con ingredientes provenientes de fuentes conocidas (63%).**
- **Alimentos cultivados en la zona**
 - **Los alimentos cultivados en pequeñas granjas también tienen gran aceptación (53%) y se relacionan con la búsqueda de frescura.**
- **Conciencia social**
 - **Los consumidores más jóvenes están más preocupados por el tratamiento de los animales (54%) y las políticas comerciales justas (50%).**
 - **No obstante, algunos son sensibles al costo adicional que esto pudiera implicar.**

Medioambiente y sustentabilidad

- Con respecto al medioambiente, se trata de que cada uno aporte lo suyo.
- Los habitantes de países desarrollados son más optimistas (entre 12 y 20 puntos) que los de Asia en que individualmente pueden hacer la diferencia.
- Cinco aspectos principales:

Aspectos ambientales

Agua contaminada o poco segura
Contaminación del aire
Consumo energético
Envases no reciclables
Calentamiento global

Puedo hacer cosas que marcarán una diferencia.

43%

Medioambiente y Sustentabilidad

- Se observan tendencias similares en todas las regiones, aunque en América se aprecia la mayor preocupación.

	Asia	Europa	América
Preservar o reducir la energía	70%	67%	83%
Reciclar	61%	74%	76%
Comprar productos ecológicos	62%	59%	68%
No utilizar bolsas de plástico	59%	59%	63%
Viajar menos	58%	58%	70%
Comprar productos cultivados en la zona	54%	56%	61%

Importante para el medioambiente

“¿Qué puede hacer usted?”

- **Los consumidores son más aptos para*:**

Reciclar	40% (58% en Europa)
Reducir la energía	37%
Comprar productos ecológicos	37%

***Relevamiento del mes pasado**

[N° 7 Salud familiar]

Preocupación por la salud de los niños

- El desarrollo “normal” encabeza la lista de preocupaciones relativas a los niños

Desarrollo físico y crecimiento

Resistencia ante enfermedades

Dientes y huesos fuertes

Una dieta equilibrada

Desarrollo mental e intelectual

Protección contra enfermedades en el futuro

Caries

Desarrollo de la vista

Falta de concentración y periodos en que se puede mantener la atención

Apariencia saludable



Influencias de las marcas para niños

Las 5 principales influencias de las marcas al comprar para los niños: sumamente o muy importante

1. Mayor nutrición
2. **Contiene solo ingredientes naturales**
3. **Cultivado sin pesticidas**
4. **Sin conservantes**
5. Fortificado con nutrientes adicionales como vitaminas y minerales

Influencias de las marcas para niños

- Dada la falta de preocupación por el peso, no se les da mucha importancia al control de las porciones ni al contenido de azúcar.

Las 5 influencias de las marcas menos significativas al comprar para los niños: sumamente o muy importante

1. **Control de las porciones**
2. Bajo contenido de **azúcar**
3. Bajo contenido de sodio
4. Alimento orgánico certificado
5. Recomendado por escuelas o autoridades educativas

Cuatro segmentos de guardianes

De este análisis de grupo surgen cuatro segmentos diferenciados.



Nurturer



Controller



Overwhelmed



Uninvolved

Educador

Controlador

Abrumado

Inactivo

**Controla con
flexibilidad**

**Controla de
manera
concienzuda**

**Se preocupa
pero se
desconcierta**

**No se define en
el papel de
guardián**

Descripción de los guardianes

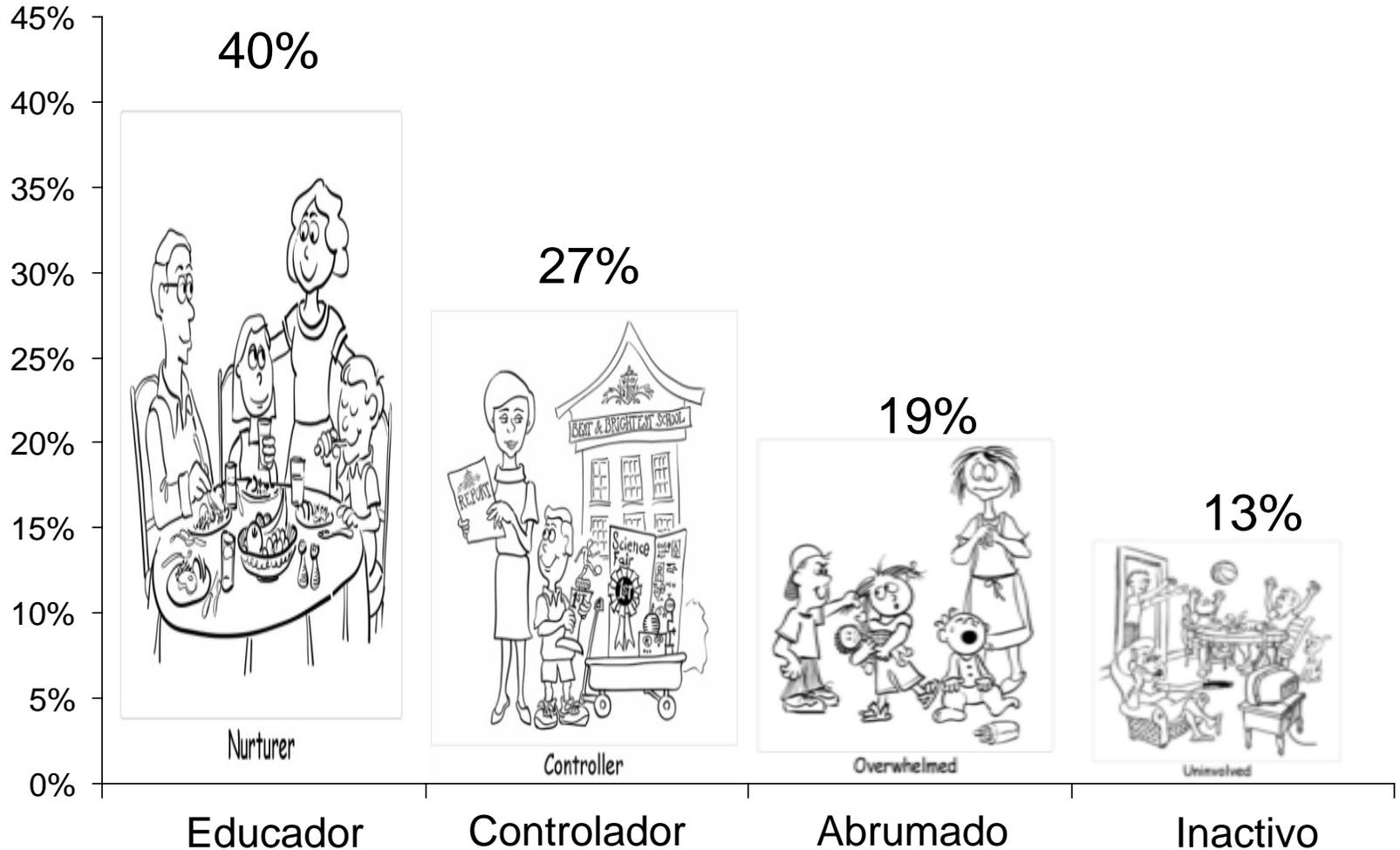
Más informados y activos

Menos informados y activos

Controladores	Educadores	Abrumados	Inactivos
<p>Mayor grado de preocupación por los resultados funcionales de la dieta, tales como energía, peso, desarrollo físico e intelectual</p>	<p>Alto grado de preocupación pero no tan orientado a los resultados funcionales. Creen que su papel es brindar buena nutrición</p>	<p>Se preocupan por la salud y la nutrición de los niños pero también están confundidos sobre la nutrición y las dietas.</p>	<p>Son los menos motivados por estas responsabilidades y los que menos relacionan la nutrición con el éxito.</p>
<p>Cambian su propia dieta para dar el ejemplo. Es muy probable que paguen más por alimentos saludables.</p>	<p>Cuidar a sus hijos les aumenta la autoestima pero no pagarían más a cambio de salud.</p>	<p>No es tan gratificante dar alimentos nutritivos. No es probable que paguen más por alimentos saludables.</p>	<p>De todos los segmentos, es el que tiene más hombres y padres divorciados y mayor promedio de edad.</p>
<p>Creen saber mejor que nadie qué comen sus hijos dentro y fuera del hogar. Creen saber sobre nutrición.</p>	<p>Sienten que controlan la alimentación de sus hijos pero sin ser autoritarios.</p>	<p>Es mucho menos probable que se metan en las elecciones de alimentos de sus hijos.</p>	<p>En la mayoría de los casos, no saben qué comen sus hijos dentro o fuera del hogar.</p>

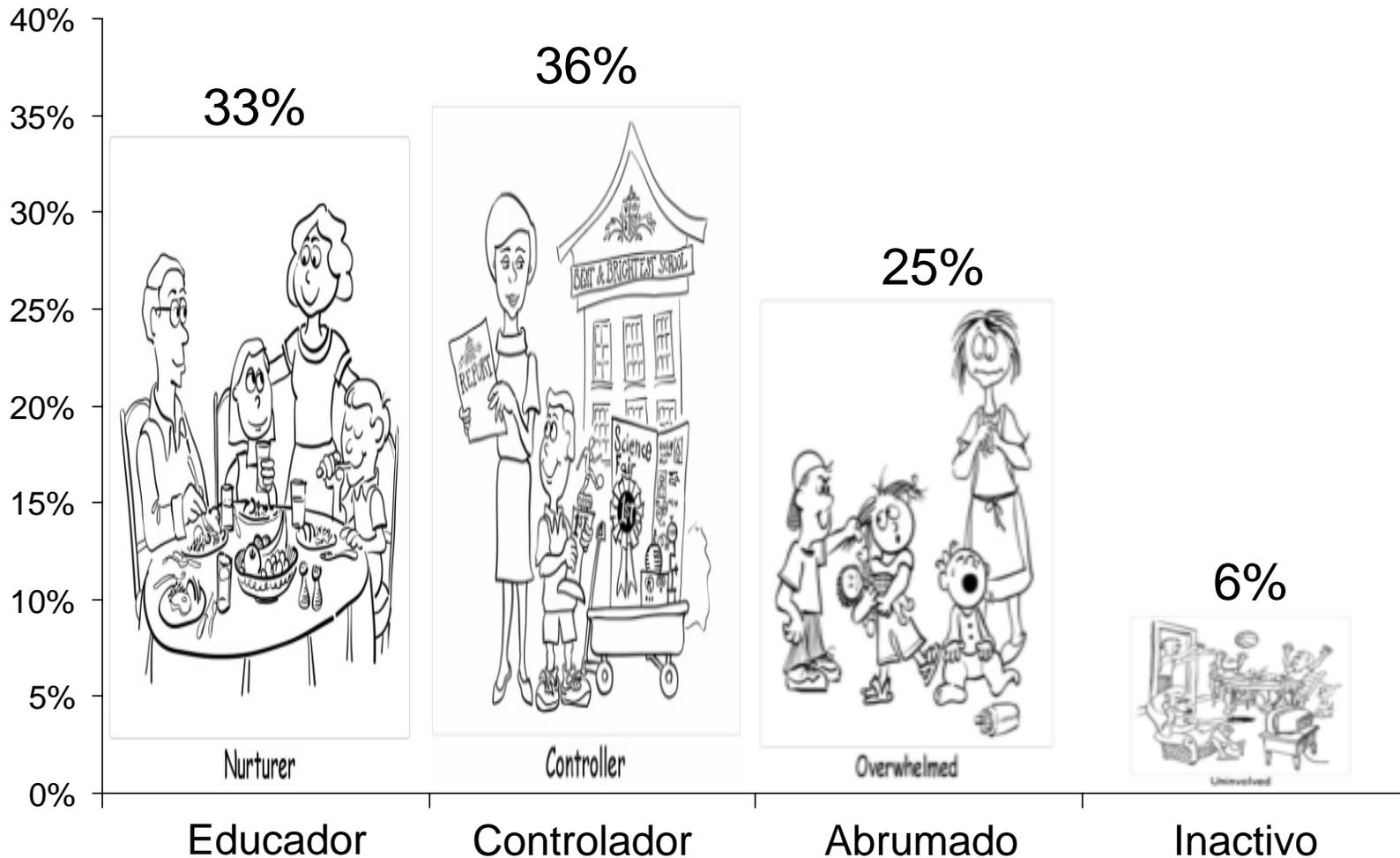
Segmentación de HealthFocus

- La mayoría de los padres de todo el mundo son educadores

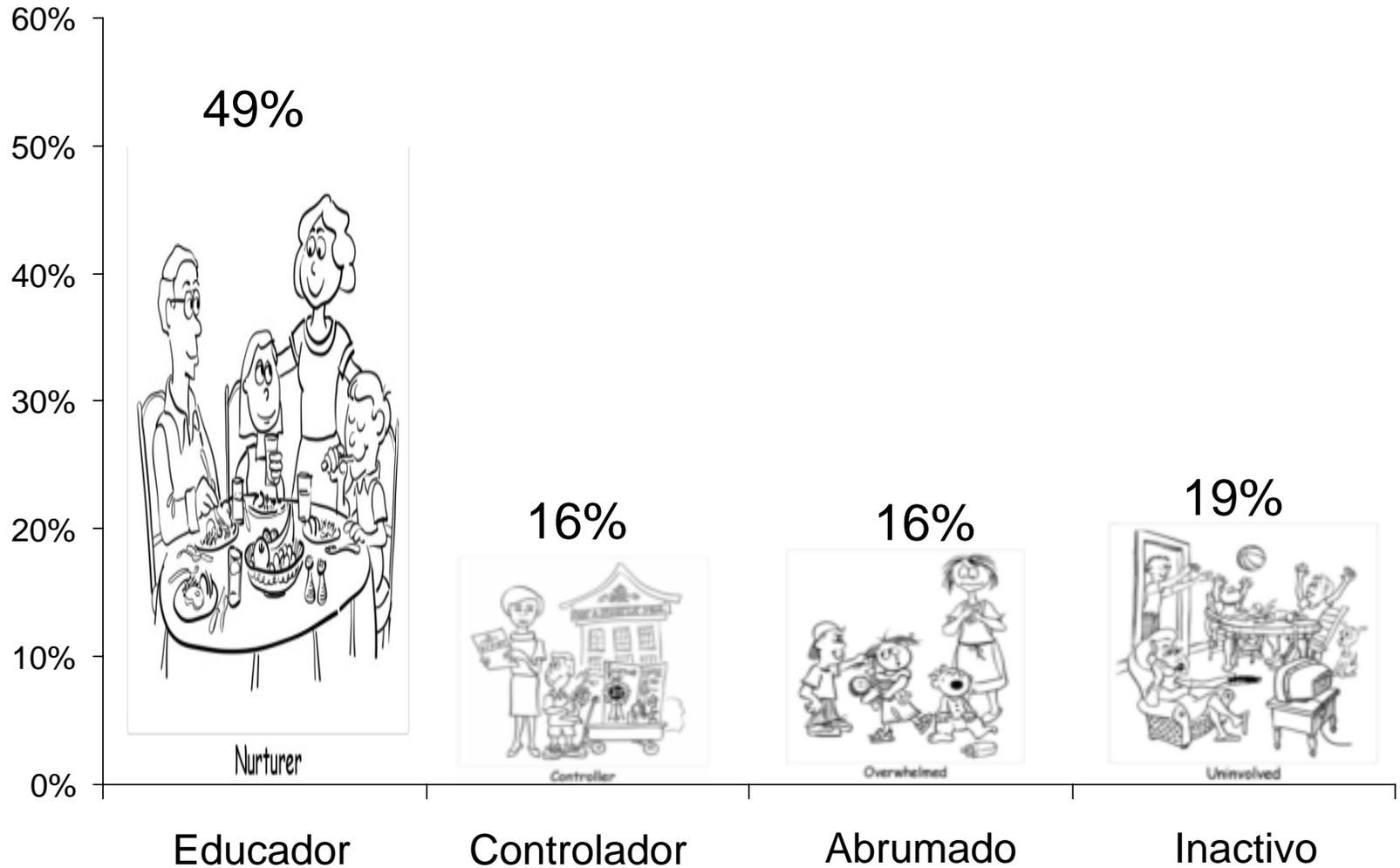


Asia (sin incluir Australia ni India)

- En Asia prevalecen los controladores

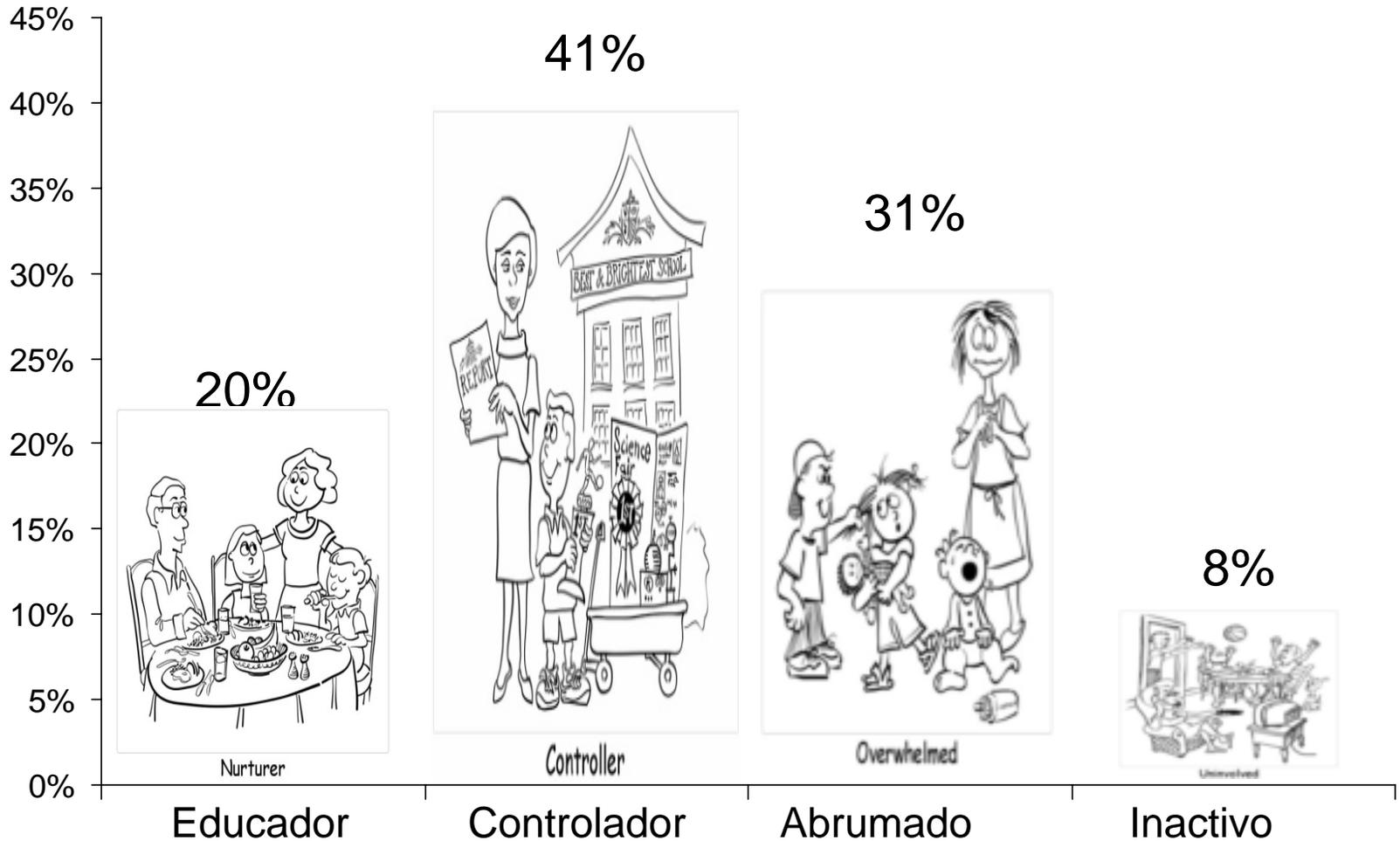


Europa



América

- También sumamente activos con el más alto porcentaje de controladores

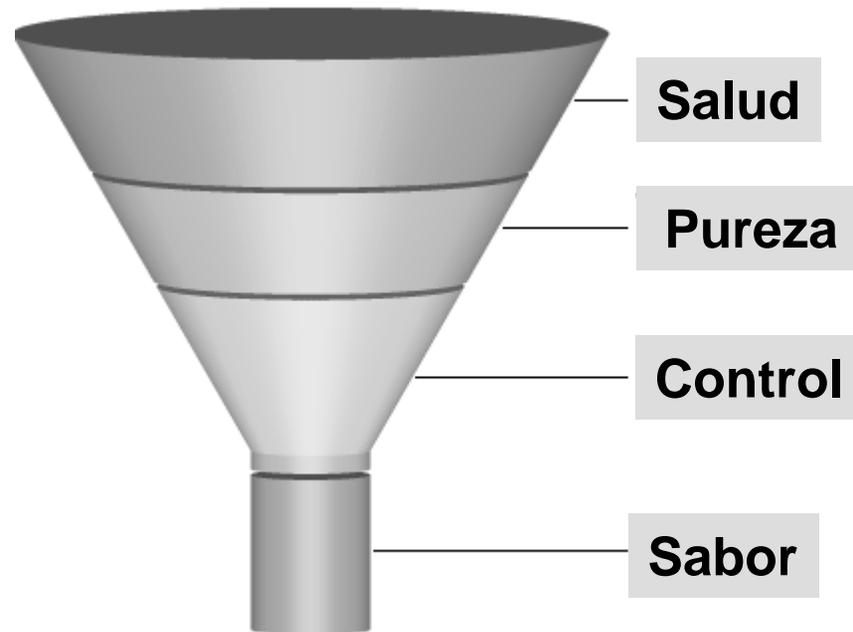


Influencias de las marcas – Segmentos de guardianes

- A diferencia de los otros segmentos, para los consumidores inactivos, el sabor es una de las mayores influencias.
- Los consumidores inactivos son el segmento que menos influencia recibe de las marcas en general.

Total con niños	Educador	Controlador	Abrumado	Inactivo
Contiene sólo ingredientes naturales	Contiene sólo ingredientes naturales	Contiene sólo ingredientes naturales	Mayor nutrición	Sin conservantes
Mayor nutrición	Mayor nutrición	Sin conservantes	Promueve el desarrollo de la vista en niños	Cultivado sin pesticidas
Sin conservantes	Cultivado sin pesticidas	Mayor nutrición	Sin conservantes	Con endulzantes naturales Mejor sabor

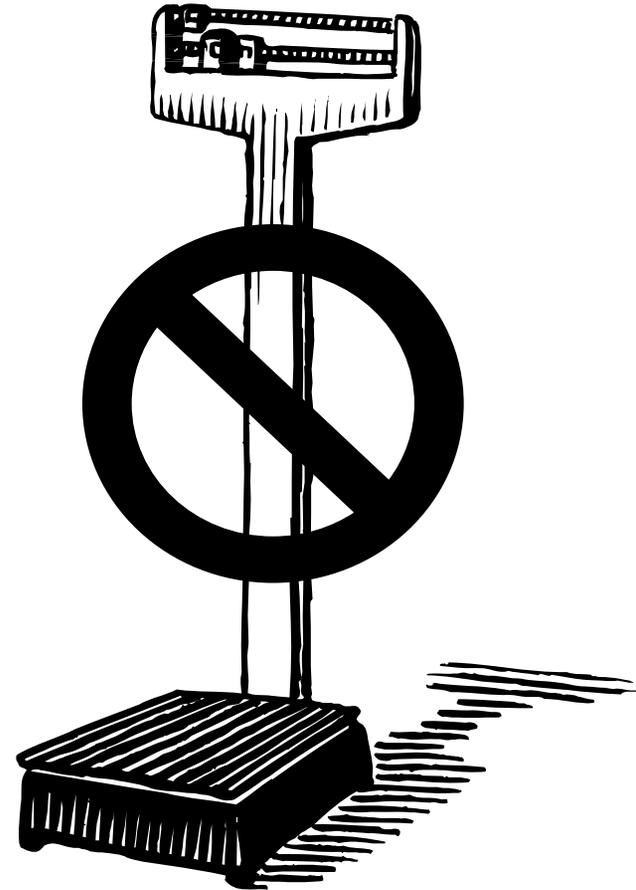
[Resumen]



Salud y Bienestar

El peso no motiva

- **Tener sobrepeso o ser obeso no motiva cambios en el estilo de vida ni dieta.**
- **Las enfermedades crónicas en sí ya no motivan como antes, no hay tanta preocupación.**
- **Las cuestiones que afectan el estilo de vida –estrés, falta de agudeza mental y cansancio– son preocupaciones cada vez mayores que despiertan interés por los alimentos funcionales.**



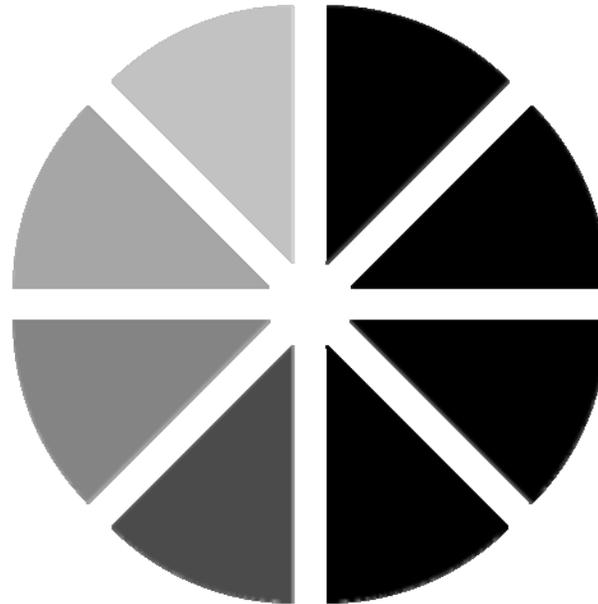
Exigencia de pureza

- **No solamente las PREOCUPACIONES SOBRE ALIMENTOS se centran en la pureza (contaminación, pesticidas, adulteración)...**
 - **...sino que las cuestiones de frescura y pureza encabezan la lista de INFLUENCIAS DE LAS MARCAS**

La mayoría de los consumidores distingue lo natural y lo orgánico, pero, si bien saben que lo orgánico es 'más limpio', sostienen que lo natural influye más a la hora de decidir qué comprar.

Recordar que la salud es un atributo

- Ningún alimento ni bebida se elige por un solo atributo. Los atributos que motivan las elecciones no son siempre los mismos.
- Es fundamental comprender todos los atributos importantes para la elección de una marca y comprender que la salud es uno de esos atributos.
- En la evolución hacia una alimentación saludable, ya no elegimos alimentos 'saludables o no saludables'.



- Tratamiento de enfermedades
- Deseo emocional
- Disponibilidad para elegir
- Suficientemente conveniente
- Debería tenerlo porque es saludable
- No debería tenerlo porque no es saludable
- Realmente me gusta su sabor
- Lo necesito en este momento (p.ej. cafeína)

Para más información

Barbara Katz
(bkatz@healthfocus.com)

HealthFocus International
100 Second Avenue N, Suite 220
St. Petersburg, FL 33701
Tel.: 727-821-7499
Fax: 727-821-7764

