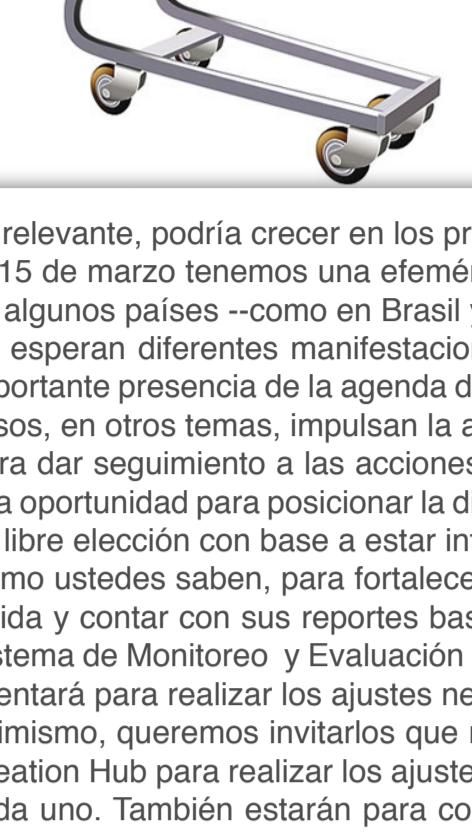




En esta edición:

Empoderamiento del consumidor | Coyuntura | Materiales estratégicos | Estatus Legislativo | Asuntos Generales


Inicia el tercer mes del año con una tendencia creciente en el fortalecimiento de políticas públicas restrictivas en la región. Es momento de multiplicar los esfuerzos para equilibrar el debate público y construir una opinión balanceada que blinde la reputación de nuestra Compañía y de la categoría, con base en evidencia científica que dé fuerza a nuestra argumentación.

La Organización Mundial de Salud inició una Consulta Pública internacional para actualizar su recomendación respecto a la ingesta diaria del consumo de azúcar y bajarla de 10 a 5% por adulto, es decir el equivalente a 30 gramos. Autoridades de todos los niveles, así como funcionarios de organismos multilaterales podrían ser sensibles a esta consulta, opinar o generar propuestas regulatorias provocando un cambio desfavorable para nuestra categoría. Reforzar las acciones de nuestra Campaña, adelantarnos a nuestros críticos, tener un monitoreo puntual será fundamental para incidir en el debate.

En la región se han registrado 42 impactos. Si bien la información todavía no

es relevante, podría crecer en los próximos días, sobre todo cuando se acerca la fecha del término de la consulta. El 15 de marzo tenemos una efeméride importante: la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, que en algunos países --como en Brasil y México-- ha adquirido gran fuerza.

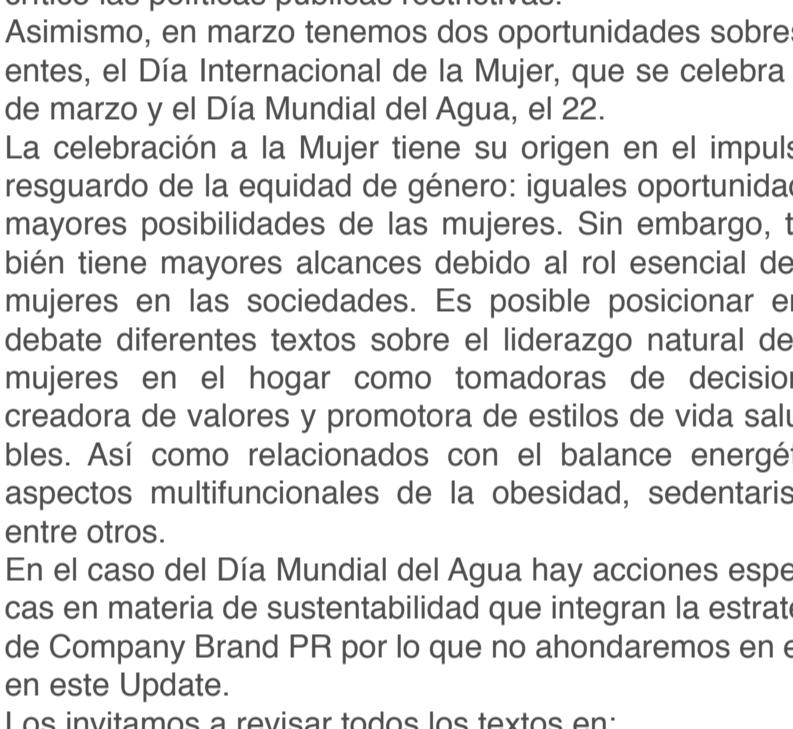
Se esperan diferentes manifestaciones organizadas, en muchos casos, por nuestros críticos. Éstos usualmente logran importante presencia de la agenda de la jornada, argumentando defender la libre elección del consumidor pero en muchos casos, en otros temas, impulsan la aplicación de políticas públicas restrictivas.

Para dar seguimiento a las acciones de la Campaña 360° de Category Leadership para América Latina, la efeméride es una oportunidad para posicionar la discusión respecto al "empoderamiento del consumidor", a través de ejercer su derecho de libre elección con base a estar informado. La premisa para nosotros es información antes que prohibición.

Como ustedes saben, para fortalecer o mejorar las acciones emprendidas como equipo es indispensable tener una base sólida y contar con sus reportes basados en las métricas que hemos venido trabajando y compartiendo con ustedes. El Sistema de Monitoreo y Evaluación de nuestra Campaña es un importante instrumento de medición, una brújula, que nos orientará para realizar los ajustes necesarios y alcanzar los objetivos estratégicos.

Asimismo, queremos invitarlos que nos provean de su retroalimentación respecto a los textos elaborados por el Content Creation Hub para realizar los ajustes pertinentes y contar con contenidos que funcionen mejor para las circunstancias de cada uno. También estarán para consulta todos aquellos documentos, estudios, papers que durante la última quincena estén relacionados con los temas previstos en nuestra Campaña.

Empoderamiento del consumidor



En determinadas esferas de opinión se sabe que los gobiernos deben encauzar sus acciones en fortalecer la competencia y resguardar los derechos de los consumidores. Así lo disponen las Directrices de Naciones Unidas sobre protección del Consumidor suscritas en 1985 y actualizadas en 1999. Los derechos del consumidor son fundamentales para que pueda elegir lo mejor de acuerdo a su circunstancia y en el fortalecimiento de la ciudadanía, lo que empodera al consumidor.

Aunque son derechos implícitos de segunda y tercera generación, dar a conocer éstos como una forma de empoderamiento de los individuos y su capacidad de elección contribuye a generar en la Opinión Pública una posición crítica acerca de la tendencia de muchos gobiernos de regular indiscriminadamente diversos sectores. Como mencionamos en el editorial de hoy, el Día Mundial de los Derechos del Consumidor nos da una oportunidad para posicionar información que fomente la toma de conciencia sobre los derechos del consumidor y con ello mirar con un ojo más crítico las políticas públicas restrictivas.

Asimismo, en marzo tenemos dos oportunidades sobresalientes, el Día Internacional de la Mujer, que se celebra el 8 de marzo y el Día Mundial del Agua, el 22.

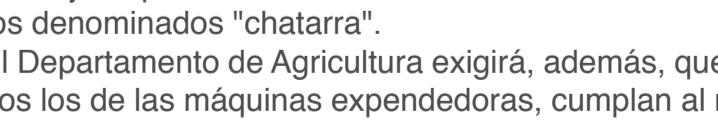
La celebración a la Mujer tiene su origen en el impulso y resguardo de la equidad de género: iguales oportunidades, mayores posibilidades de las mujeres. Sin embargo, también tiene mayores alcances debido al rol esencial de las mujeres en las sociedades. Es posible posicionar en el debate diferentes textos sobre el liderazgo natural de las mujeres en el hogar como tomadoras de decisiones, creadoras de valores y promotoras de estilos de vida saludables. Así como relacionados con el balance energético, aspectos multifuncionales de la obesidad, sedentarismo, entre otros.

En el caso del Día Mundial del Agua hay acciones específicas en materia de sustentabilidad que integran la estrategia de Company Brand PR por lo que no ahondaremos en ellas en este Update.

Los invitamos a revisar todos los textos en:

<http://bit.ly/1kiVSo8>

Mejores prácticas



Seguimos impulsando este espacio mensual enfocado en compartir buenas prácticas. En esta ocasión Brasil nos compartirá su experiencia en torno a la construcción de coaliciones y acuerdos con instituciones, entre otros.

Los invitamos a que cada BU presente las acciones emprendidas que han obtenido resultados satisfactorios en el marco de nuestra campaña. Para hacerlo, cada BU deberá enviar a categorylatam@cepol.com.mx el tema propuesto y un párrafo explicando cuáles son los resultados obtenidos que justifican considerar la actividad una best practice.

Materiales Estratégicos

Hemos recibido su retroalimentación respecto a diversos documentos que les dimos a conocer, en ese sentido ustedes podrán consultar en el Share Point de Category Leadership la actualización de:

- Directorio de voceros
- Mapas de Actores
- Congresos

Asimismo, podrán consultar:

- Reporte del Foro Iberoamericano de Obesidad que el Gobierno del Distrito Federal

- Directrices de Naciones Unidas sobre Protección del Consumidor



Estatus Legislativo

El 1 de marzo entró en vigor Plan de Combate a la obesidad y la diabetes en México. Este plan está integrado por tres pilares: salud pública, atención médica oportuna, y regulación sanitaria y política fiscal a favor de la salud. En ese sentido, el gobierno hará una promoción de estilos de vida saludable, amplias campañas de promoción a la salud de la educación, monitoreo permanente de las enfermedades no transmisibles, así como la implementación de acciones preventivas. Además se creará un observatorio encabezado por la

Secretaría de Salud, "un mecanismo que permita generar información para una adecuada toma de decisiones en contra de la obesidad y la diabetes".

En Estados Unidos se anunció que el próximo año escolar entrarán en vigor las nuevas reglas de publicidad y consumo de alimentos y bebidas como parte de la campaña de combate a la obesidad Let's Move. La nueva reglamentación tiene por objeto que en las escuelas de toda la Unión Americana se impongan límites a los anuncios publicitarios de los alimentos denominados "chatarra".

El Departamento de Agricultura exigirá, además, que todos los alimentos y bebidas que se vendan en las escuelas, incluidos los de las máquinas expendededoras, cumplan al menos uno de los siguientes requisitos: Contener cereales integrales, tener como principal ingrediente una fruta, verdura o proteína, o aportar el 10% de la cantidad diaria recomendada de calcio, vitamina D y fibra. Asimismo, se actualizarán los estándares sobre las calorías, el contenido en grasa, el sodio y el azúcar de las comidas y bebidas vendidas en los centros escolares.

Lo anterior tendrá un fuerte impacto en la región y de inmediato en Puerto Rico.

Asuntos Generales

El 14 de marzo llevaremos a cabo la quinta reunión quincenal de la Campaña 360° de Category Leadership para América Latina. El horario será de 11:30 a 13:00, hora de México y Centroamérica, en formato de call y webex.

Aquí puedes consultar la agenda de la reunión:

- Update PAC LAG

- Mejores prácticas: Brasil

- Update de PAC de cada BU

- Cobertura mediática

- Sistema de métricas / entrega de reportes

- Necesidades

- Reporte de coyuntura

- Próximas acciones

- Esperamos que todas las BU's que estén listas comiencen a cargar en la base de datos del Sistema de Monitoreo y Evaluación de la Campaña 360° de Category Leadership para América Latina sus reportes de enero y febrero.

Este documento es sólo para USO INTERNO Y CONFIDENCIAL. Su difusión, distribución, retransmisión, copia de cualquier tipo, está prohibida y sujeta a las penalidades establecidas en las leyes y códigos relevantes.

