

# DECODIFICANDO EL NUEVO ETIQUETADO

## -NOM 051-

Hicimos un estudio alrededor del nuevo etiquetado para entender cómo reaccionan a él diferentes audiencias.

Mediante una investigación en redes sociales, conversaciones con mamás y una encuesta a nivel nacional.

### ESTO ES LO QUE DESCUBRIMOS.

## 3 PERSPECTIVAS EN TORNO AL NUEVO ETIQUETADO

Hay 3 puntos desde los cuáles se puede hacer la lectura de esta estrategia:



**01 SALUD**  
Para frenar emergencias epidemiológicas de obesidad y diabetes

**02 DEMOCRACIA**  
Defender el derecho a la información clara para todos

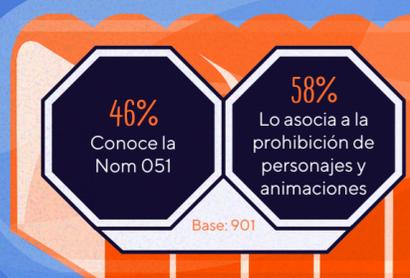
**03 ALIMENTACIÓN**  
Facilitar decisiones que lleven a una buena nutrición

## HAY MUCHAS DUDAS

Respecto al objetivo principal del Nuevo Etiquetado, por lo cual no existe apoyo activo por parte de la sociedad:

¿Es para mejorar lo que comemos?  
¿Es para controlar lo que comemos?  
¿Es para poner orden a la industria?

Esto ocasiona que no exista credibilidad respecto a la eficiencia de la medida del nuevo etiquetado



## BARRERAS CULTURALES

### 01 INDULGENCIA Sabor sobre salud

En México la comida:

- Compensa
- Vincula
- Premia
- Recompensa

### 03 FALTA DE EDUCACIÓN NUTRICIONAL Mamá como principal referente

Debe dominar:

- Conocimiento nutricional
- Balance
- Variedad

### 02 DESIGUALDAD ECONÓMICA Lo "saludable" se percibe caro:

Ante la crisis:

- Disminuyen porciones
- Downgrade dentro de la marca
- Cambio de marca
- Abandono como último recurso



## PRIMERAS REACCIONES AL VER PRODUCTOS CON LOS NUEVOS SELLOS

### Incertidumbre ante la incomprensión

"No leo la fecha de caducidad, menos me va a importar si tiene mucho sodio o no"



### Preocupación por cambio de sabor

"Mientras no le quiten chocolate, que diga lo que sea"



### Resignación, todo lo asequible hace daño

"El hambre es el hambre"



Al aplicar un ejercicio neuro percibimos que los sellos de advertencia pueden afectar la percepción que se tienen de ciertas categorías. En consecuencia, los productos empiezan a tener un impacto en la valoración que se tiene de ellos, sobre todo en atributos como **salud y nutrición**.

Para ciertas categorías, la imagen construida alrededor de ellas no sorprende ante la presencia de sellos y parecerían "inmunes". Sin embargo, otras podrían sorprender al consumidor, afectando a su imagen y por ende, impactar en su intención de compra.

## PARA TENER EN CUENTA:

Los sellos ponen bajo juicio las decisiones y elecciones del consumidor, lo que genera que tomen una actitud defensiva ante esta medida.

Como marca, el nuevo etiquetado ha generado un contexto para re-escribir las reglas de la categoría, especialmente para los que reaccionen de manera más rápida y asertiva. Es también un buen momento para explorar opciones en fórmulas, contenidos y sustitutos.

