

Marines Lagemaat: Presentará en OUTLOOK™ Plus Latin America sobre el sector de higiene desechable en América Latina. ¿Cuáles son las principales tendencias en la región? ¿Existen diferencias notables de otras regiones?

Rafael Pellegrini: América Latina presenta una tendencia ascendente en el crecimiento, en términos de valor solo se encuentra detrás de Asia Pacífico y el Oriente Medio. Estimamos un crecimiento en las ventas de valor minorista de 5,3 % CAGR desde el 2018 al 2023 para el sector de higiene desechable de la región, principalmente debido a un entorno más optimista para los mercados clave en esta región.

Con esta mejora prevista en el poder adquisitivo del consumidor, esperamos que la región sea cada vez más receptiva a los bienes de higiene de última tecnología que ingresan al mercado.

Además de las notables dinámicas culturales y sociales que distinguen a América Latina, existen otros puntos clave a considerar. Las economías más grandes en la región son históricamente volátiles, lo cual resulta en conmociones recurrentes hacia niveles de consumo masivo. Esta inestabilidad puede afectar los ingresos domésticos generales y disminuir aún más el ritmo de adopción de productos de última tecnología entre los consumidores. Además, casi todos los países de América Latina transicionan hacia una población mayor sin alcanzar el aumento en los niveles de ingresos que se observan en economías más desarrolladas. Esto resulta, por ejemplo, en fabricantes que dan un paso hacia atrás y vuelven a pensar si el mismo producto de incontinencia para adultos que se entrega en regiones desarrolladas será viable y asequible para los mercados latinoamericanos.

ML: ¿Qué innovaciones en el sector lo entusiasman más?

RP: El enfoque creciente en el sector ecológico en cuanto a higiene desechable, aunque se espera que permanezca como un mercado nicho en América Latina, limitado a un segmento de mayores precios.

ML: ¿Cuáles ve como los mayores desafíos en este sector en América Latina?

RP: El desafío de que los fabricantes aumentan los márgenes en medio de los costos y el frágil poder adquisitivo de los consumidores.

ML: Recientemente en Europa ha habido mucho enfoque en la sustentabilidad de los productos y el impacto del plástico. ¿Existen iniciativas similares en América Latina? ¿Qué tan consciente de los problemas cree que es el consumidor promedio?

RP: El enfoque en la sustentabilidad se extiende por todas las industrias y regiones. Sin embargo, las marcas premium, independientemente del enfoque en la sustentabilidad, no son accesibles para la población general de latinoamericanos. Con eso en mente, el enfoque en productos amigables con el medio ambiente probablemente "caminen en paralelo" a productos de mayor calidad, pero se espera que siga siendo un segmento nicho, especialmente si el nivel de precios es comparativamente más costoso que los productos y las marcas premium no naturales.

ML: ¿Qué otros temas u oradores en el [OUTLOOK™ Plus Latin America 2019](#) espera ver?

RP: Realmente espero participar y, lo más importante aún, aprender acerca de las últimas tendencias en el mercado.