

infosalus / investigación

El consumidor latinoamericano de complementos alimenticios es muy exigente



El doctor Javier Morán - ANEFP

El mercado de complementos alimenticios en América Latina generó más de 2.000 millones de dólares en 2019

MADRID, 27 Nov. (EUROPA PRESS) -

El consumidor latinoamericano de complementos alimenticios es "muy exigente", valora mucho que el producto responda a sus necesidades y pide una promoción "realista y que explique claramente qué proporcionan los suplementos", destaca el doctor Javier Morán, colaborador y asesor de anep en este sector.

Durante el webinar "Complementos alimenticios en Iberoamérica: preparados para exportar" organizado por la Asociación para el Autocuidado de la Salud, Morán ha resaltado que Latinoamérica es un mercado emergente para el sector de este tipo de productos, donde los mercados más potentes son Brasil y México, destacando Chile y Colombia por su rápido crecimiento en los últimos años.

Además, ha añadido, es un mercado muy complejo, en el que los consumidores pueden adquirir complementos alimenticios en diferentes canales: gran consumo, comercios tradicionales y

farmacias. No obstante, en 2019 la venta de suplementos alimenticios superó los 2.000 millones de dólares en América Latina.

"El mercado latinoamericano supone una oportunidad natural de expansión para las empresas españolas del sector del autocuidado", ha resaltado por su parte el director general de anefp, Jaume Pey.

No obstante, ha advertido del error que supone considerar a América Latina un mercado unitario. "Latinoamérica es un mercado complejo y hay que conocer bien la realidad de cada país para tener éxito en la comercialización de complementos alimenticios", ha recalcado.

Según Morán, las categorías de complementos más consumidas son las vitaminas, los suplementos a base de plantas, los productos para el control de peso y la suplementación deportiva. También se consumen los productos de suplementación de energía, "muy importantes en un área geográfica en la que todavía hay mucho trabajo manual".

CONSUMIDORES PREOCUPADOS POR EL BIENESTAR

Los consumidores de América Latina se preocupan especialmente por prevenir enfermedades y por el bienestar futuro, "aunque no siempre hay una correlación clara entre las preocupaciones de los consumidores y el nivel de padecimiento de las diferentes enfermedades", ha añadido este experto.

Por este motivo, Morán recomienda a las empresas interesadas en comercializar complementos alimenticios en América Latina que presten mucha atención a las asociaciones que hacen los consumidores respecto a los beneficios de los ingredientes funcionales.

"Es muy difícil que el consumidor latinoamericano compre un producto que no tiene un anclaje en un ingrediente activo cuyos beneficios no conoce y en el que no confía", ha puntualizado.

Asimismo, ha resaltado que el consumidor latinoamericano está cada vez más informado "y más conectado", es muy selectivo, tiene poca fidelidad a las marcas y "sobre todo, quiere prevenir enfermedades". "Es un consumidor más bien conservador, poco dispuesto a probar productos innovadores si no se le comunican bien las ventajas y los beneficios de esos productos", ha agregado.

EL PRECIO, UN FACTOR IMPORTANTE

Por otra parte, ha destacado la importancia del factor precio en el mercado latinoamericano. "El mercado de complementos alimenticios es muy barato, especialmente en comparación con el de fármacos, por lo que el factor precio adquiere un peso importante. Se recomienda ir siempre de la mano de un socio experto, "pues de lo contrario, es muy difícil tener éxito".

Por último, ha hecho un repaso a la legislación

En este sentido, ha comentado que la mayoría de los países siguen las indicaciones del Codex Alimentarius de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS).

No obstante, en los últimos años diferentes países como Argentina, Brasil, México, Chile o Perú han desarrollado su propia legislación respecto a los complementos alimenticios, en muchos casos estableciendo requisitos más estrictos que los del Codex Alimentarius respecto al porcentaje de ingredientes activos y respecto a las declaraciones de salud de estos productos.

