



NdP. El consumidor latinoamericano de complementos alimenticios valora que respondan a sus necesidades

26 noviembre 2020



Madrid, 26 de noviembre de 2020 – 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”. Así lo ha manifestado el **doctor Javier Morán**, colaborador y asesor de anefp en el sector de complementos alimenticios, durante el webinar “Complementos alimenticios en Iberoamérica: preparados para exportar” organizado por la Asociación para el Autocuidado de la Salud.

“El mercado latinoamericano supone una oportunidad natural de expansión para las empresas españolas del sector del autocuidado”, explica **Jaume Pey**, director general de anefp. No obstante, Pey advierte 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”, añade el director general de anefp.

El doctor Morán señala 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, 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.

Las categorías de complementos más consumidas, según el doctor Morán, son las vitaminas, los suplementos a base de plantas, los productos para el control de peso y la suplementación deportiva. Cita también los productos de suplementación de energía, “muy importantes en un área geográfica en la que todavía hay mucho trabajo manual”.

Este experto precisa que 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”.

Por este motivo, el doctor 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”, puntualiza el experto.

El doctor Morán también reconoce 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”, continúa Morán.

Este experto señala 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 carácter fundamental”, explica. Además, recomienda ir siempre de la mano de un socio local que conozca las peculiaridades de cada país, “pues de lo contrario, es muy difícil tener éxito allí”.

Por último, el doctor Morán ha hecho un repaso a la legislación de los complementos alimenticios en Latinoamérica. En este sentido, comenta que la mayoría de los países siguen el modelo de *Alimentarius* de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la Organización Mundial de la Salud (OMS).

¡Hola! ¿En qué te puedo ayudar?



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.

Descargar fotografía. Javier Morán, asesor de anefp en el sector de complementos alimenticios; Jaume Pey, director general de anefp; y Raquel Solís, subdirectora del Departamento Market & Regulatory de anefp

[Mapa web](#)[Política de privacidad](#)[Aviso legal](#)[Política de cookies](#)

Dónde estamos

C/ Villalar, 13 1ª Planta

28001 Madrid

Avda. Diagonal, 601 8ª Planta 08028 - Barcelona



Contacto

Teléfono: [91 435 35 69](tel:914353569) - [93 255 61 47](tel:932556147)

Email: anefp@anefp.org



©2021 ANEFP

¡Hola! ¿En qué te puedo ayudar?

