ESTUDIO CUALITATIVO DEL MERCADO DE SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS EN CENTROAMÉRICA

HALLAZGOS ECONÓMICOS

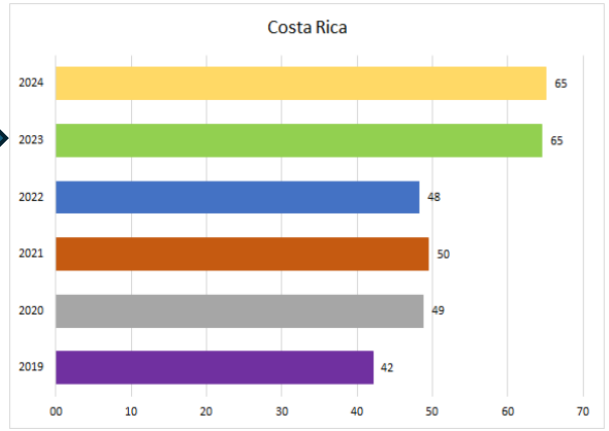
PIB 2023
***Miles de millones de dólares**

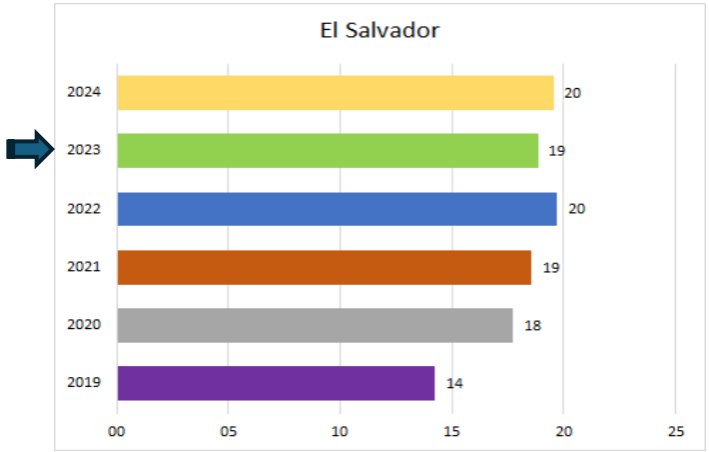
En 2023 la tasa de crecimiento de las economías de los países de Centroamérica y la República Dominicana (CARD) registró una desaceleración moderada al pasar de una variación interanual del 5,4% en 2022 al 4% en 2023. El déficit fiscal promedio subregional se mantuvo en un 1,9% del PIB, misma cifra que en el año anterior. La subregión mantuvo una política monetaria restrictiva y cautelosa.

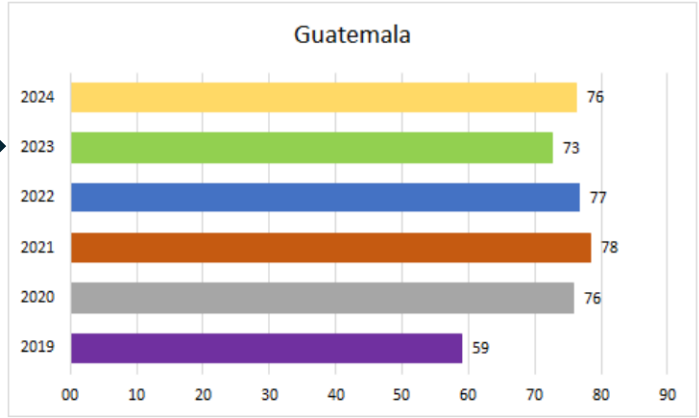
Fuente: BANCO MUNDIAL
El PIB per cápita es el producto interno bruto dividido por la población a mitad de año. El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más los impuestos sobre los productos y menos los subsidios no incluidos en el valor de los productos. Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de activos fabricados o por agotamiento y degradación de recursos naturales. Los datos están en dólares estadounidenses actuales.

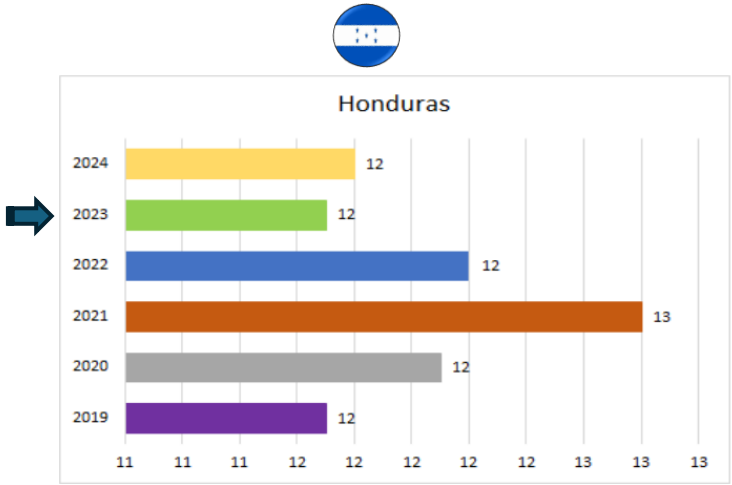
HALLAZGOS ECONÓMICOS

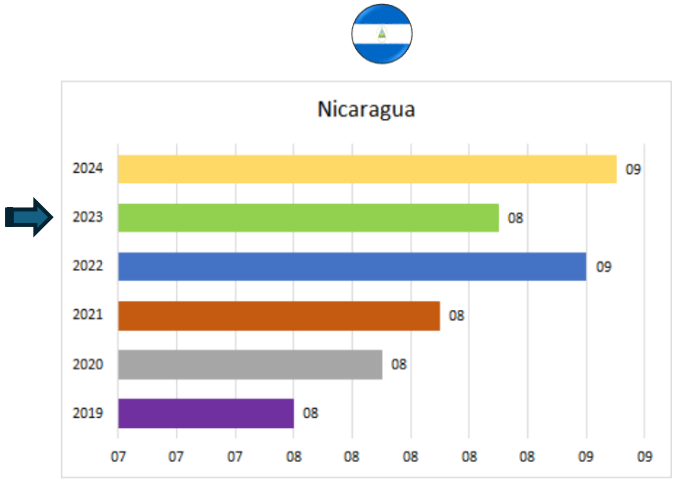
(Comportamiento del mercado de suplementos alimenticios)

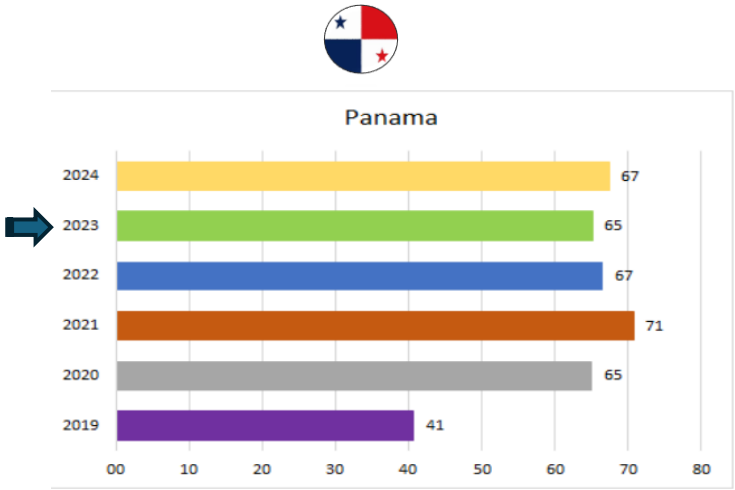












**Fuente: EUROMONITOR INTERNACIONAL*
*** Datos expresados en Millones de Dólares Norteamericanos*

HALLAZGOS REGULATORIOS

CR. Suplementos a la dieta

GT. Suplementos alimenticios/nutricionales

SV. Suplementos nutricionales

NG. Suplementos nutricionales

HN. Suplementos nutricionales

PA. Suplementos alimenticios / Suplementos alimenticios con fines terapéuticos

- Productos destinados a **suplementar / complementar / adicionar** la **dieta normal**
- Para uso por la población **sana**
- Presentados en **formas dosificadas**
- Compuestos por **nutrientes y otras sustancias con efecto nutricional o fisiológico**, en forma aislada o combinada. En el caso de vitaminas y minerales se emplean **VNR/NOAEL**

Regulación de alimentos **Regulación de medicamentos**

HALLAZGOS REGULATORIOS

SI

- Suplementar / complementar / adicionar la dieta normal de personas sanas
- Contribuir al mantenimiento y/o optimización de su estado de salud

---

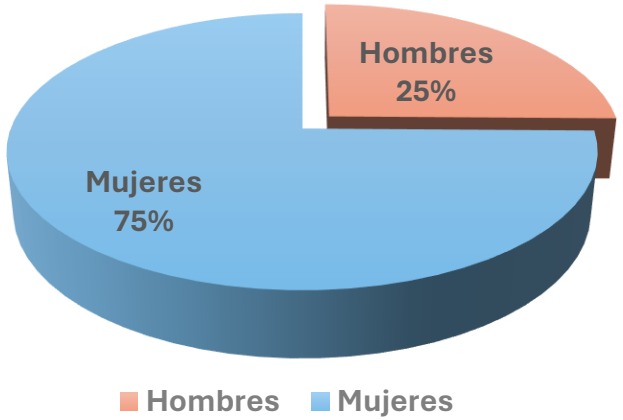
NO

- Reemplazar una alimentación equilibrada
- Para el manejo dietario específico de enfermedades que posean requerimientos nutricionales especiales *
- Prevenir, aliviar o curar enfermedades

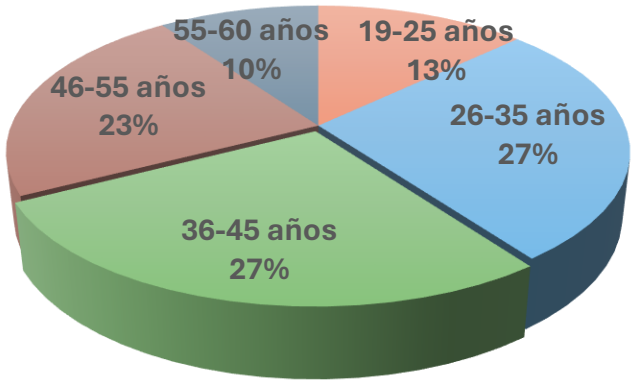
PERFIL DEL CONSUMIDOR (GÉNERO Y EDADES)

Los consumidores de la categoría son mujeres entre los 26 y 45 años

RESULTADO GLOBAL



TOTAL DE ENCUESTADOS: 54 participantes



9 participantes

4 participantes

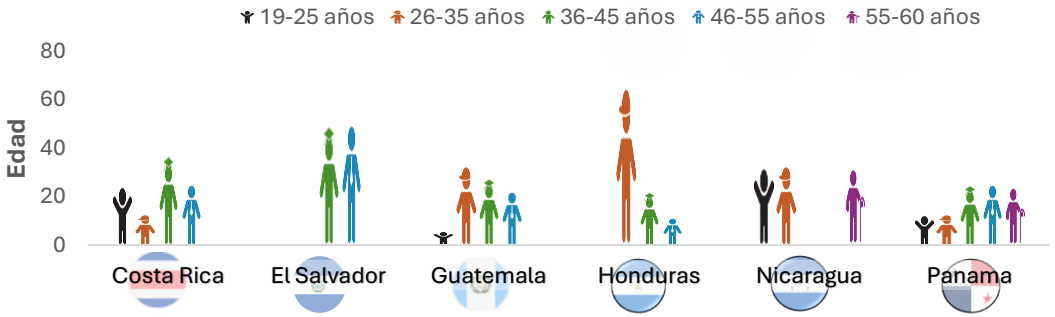
18 participantes

6 participantes

9 participantes

8 participantes

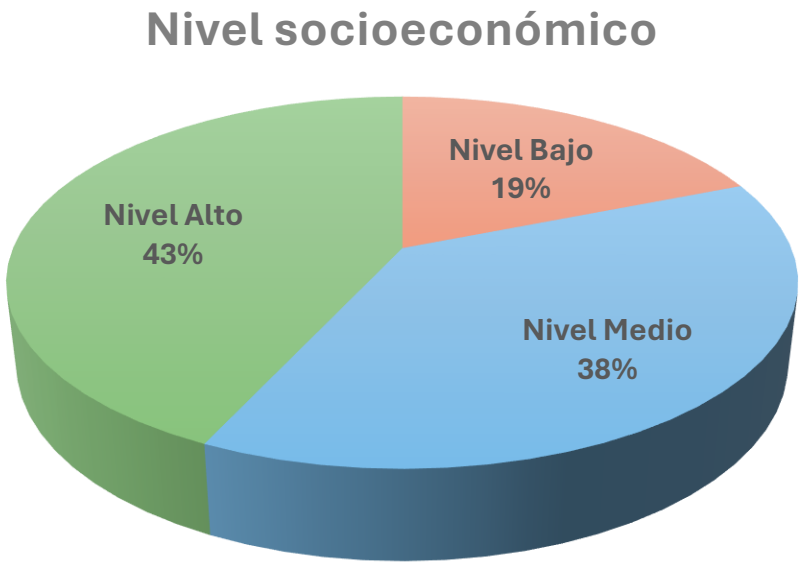
RESULTADOS POR PAÍS



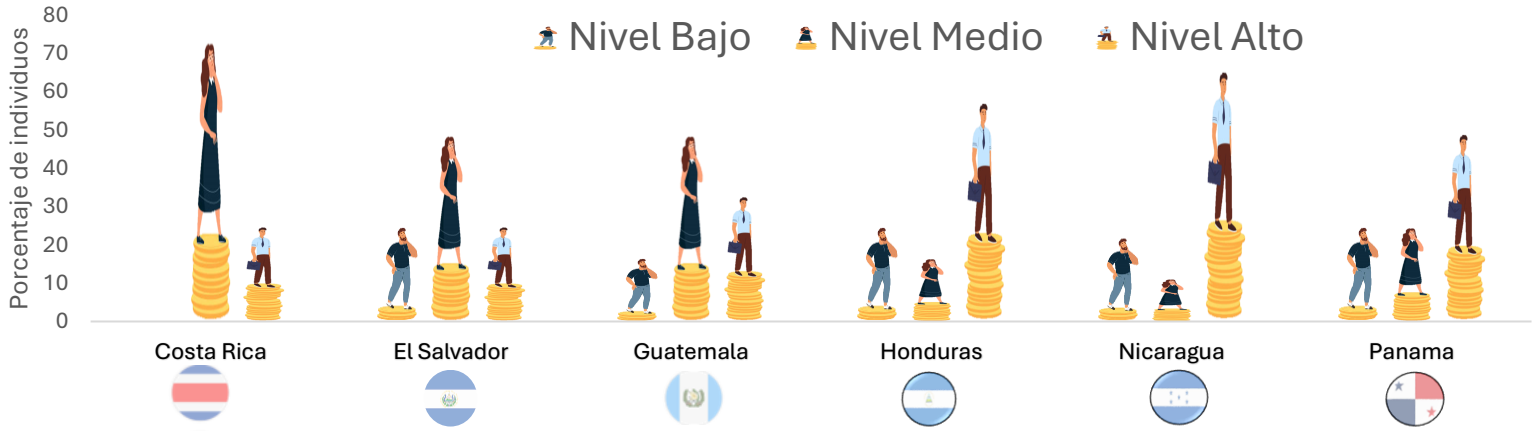
PERFIL DEL CONSUMIDOR (NIVEL SOCIOECONÓMICO)

La categoría es ampliamente consumida por nivel económico medio y alto

RESULTADO GLOBAL



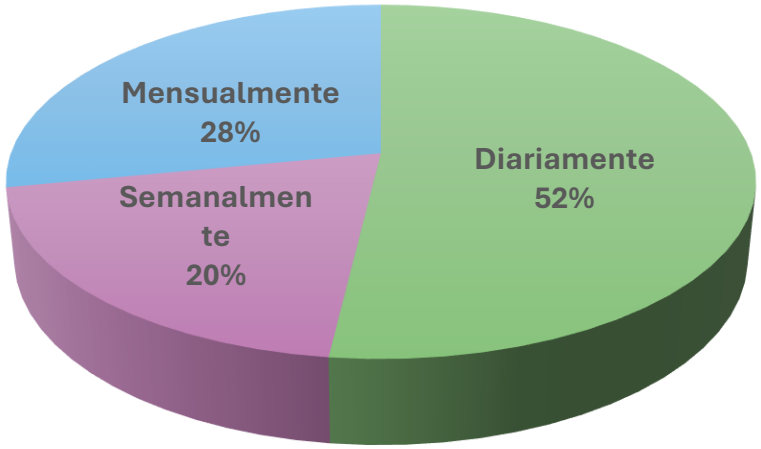
RESULTADOS POR PAÍS



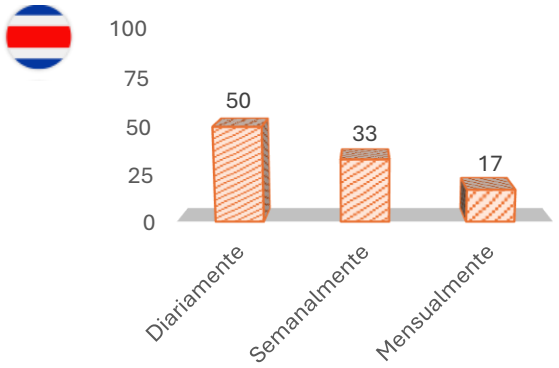
PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (FRECUENCIA)

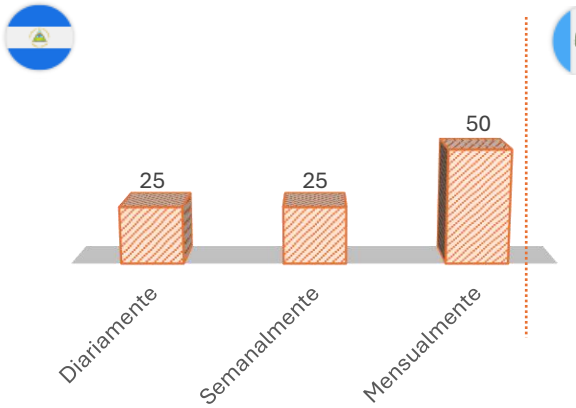
El consumo diario es la mayor frecuencia

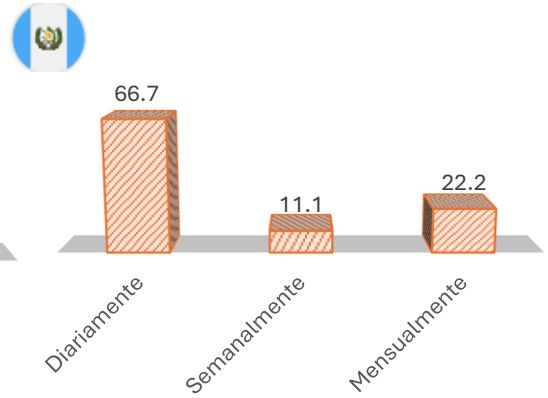
RESULTADO GLOBAL

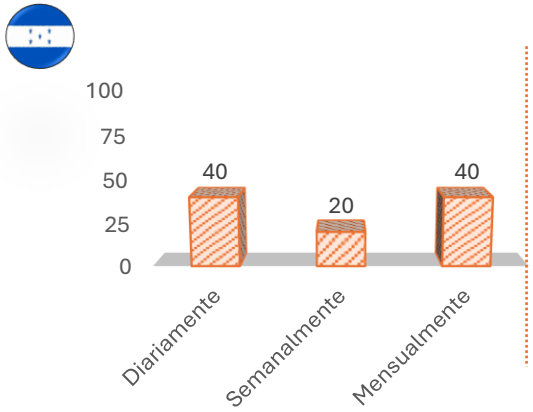


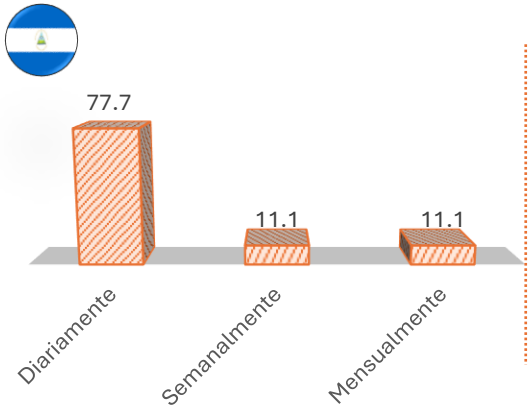
RESULTADOS POR PAÍS

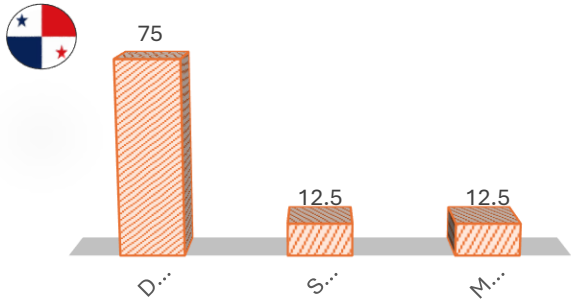








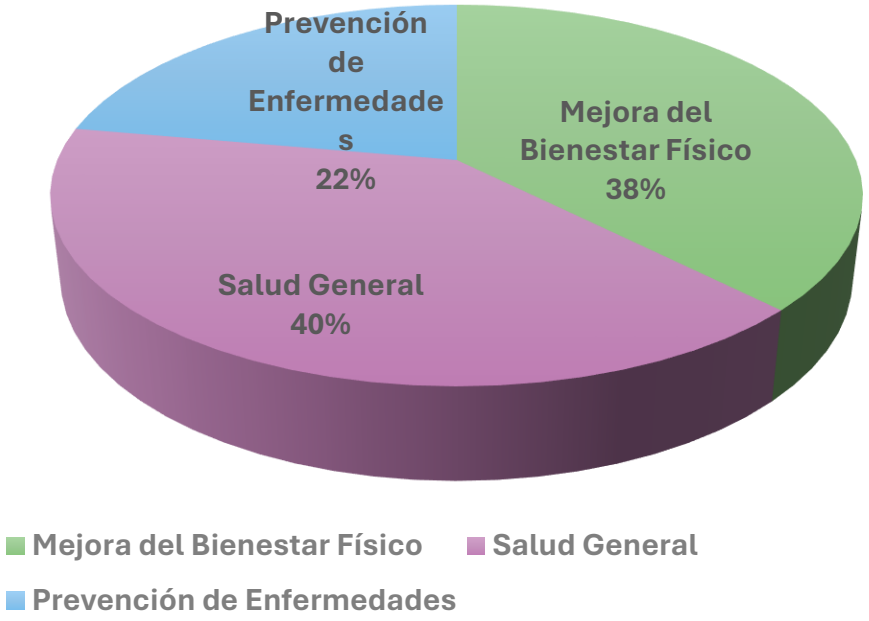




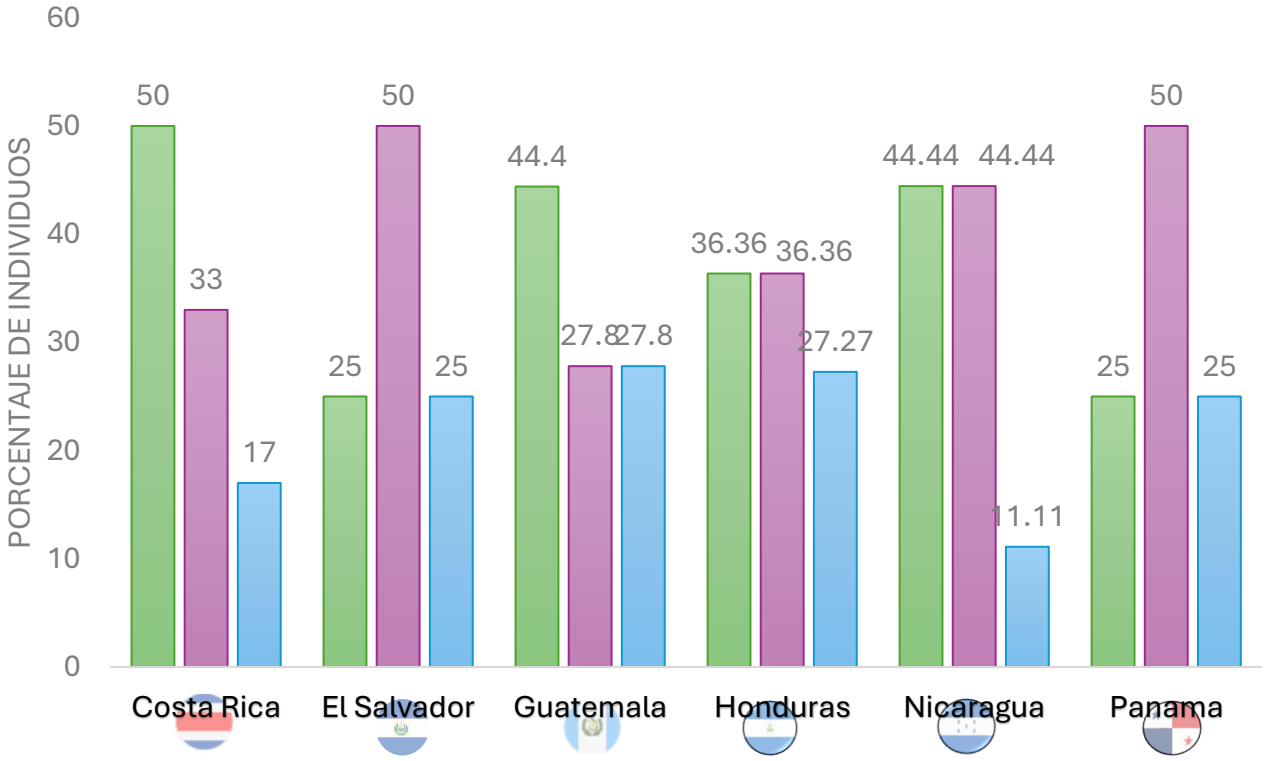
PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (MOTIVACIONES)

El cuidado de la salud es la principal motivación de consumo

RESULTADO GLOBAL



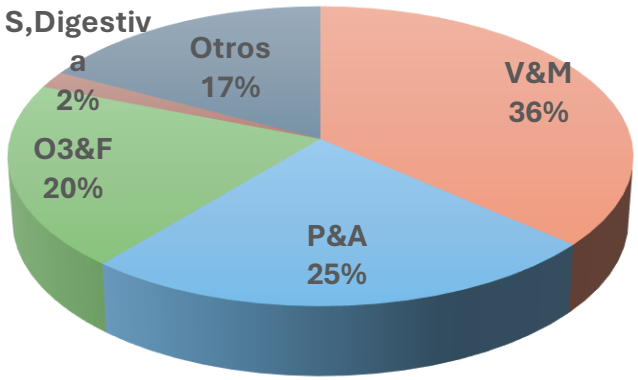
RESULTADOS POR PAÍS



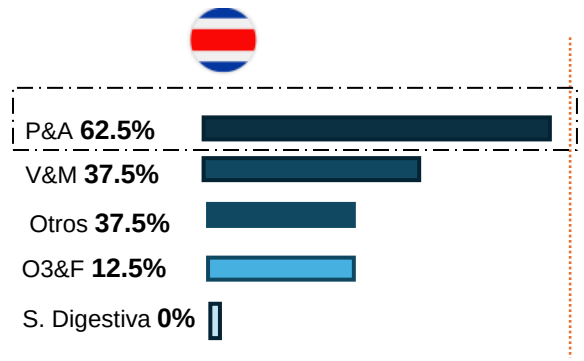
PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR POR CATEGORÍAS

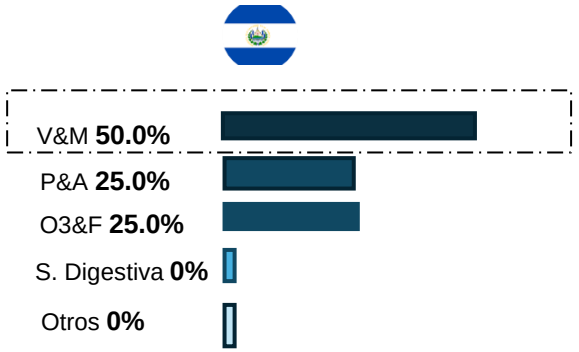
(Vitaminas y minerales es la categoría más usada)

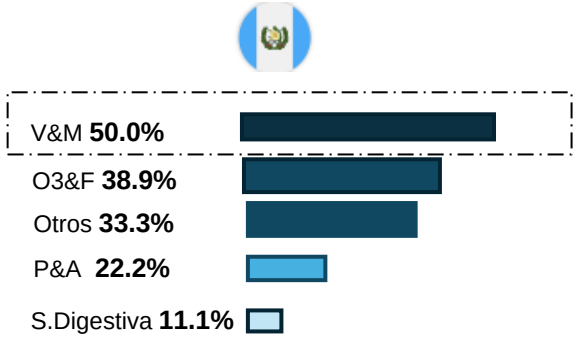
RESULTADO GLOBAL

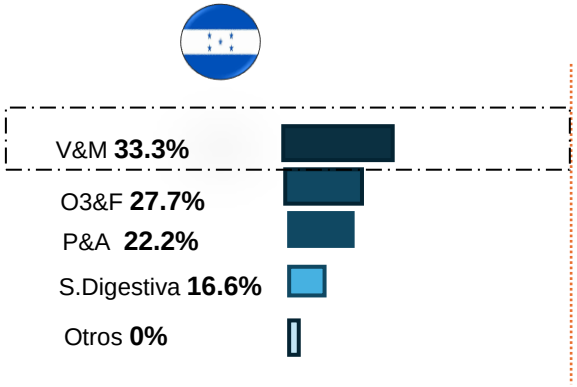


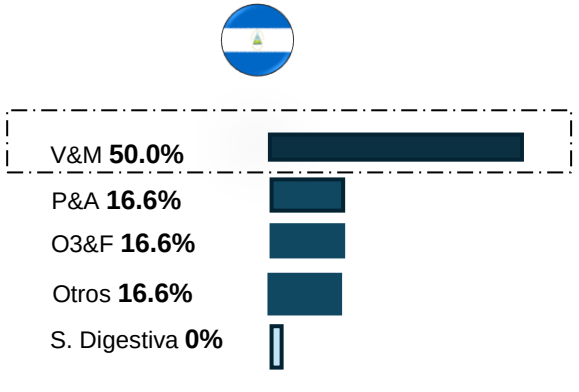
RESULTADOS POR PAÍS

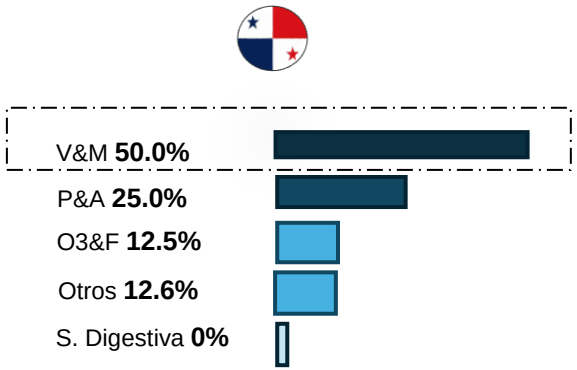








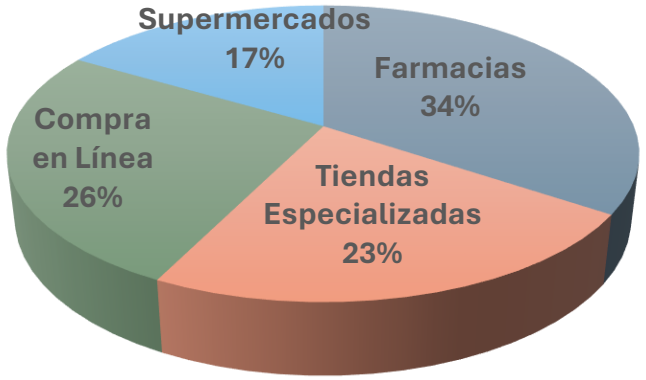




PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (CANALES DE VENTA)

Las farmacias son los principales canales de venta

RESULTADO GLOBAL



RESULTADOS POR PAÍS

Costa Rica
- 57.1 % Farmacias
- 57.1 % Compra en línea
- 42.9 % Supermercados
- 28.7 % Tiendas especializadas

El Salvador
- 33 % Farmacias
- 0% Compra en línea
- 33 % Supermercados
- 33 % Tiendas especializadas

Guatemala
- 55.6 % Farmacias
- 33 % Compra en línea
- 5.6% Supermercados
- 38.9 % Tiendas especializadas

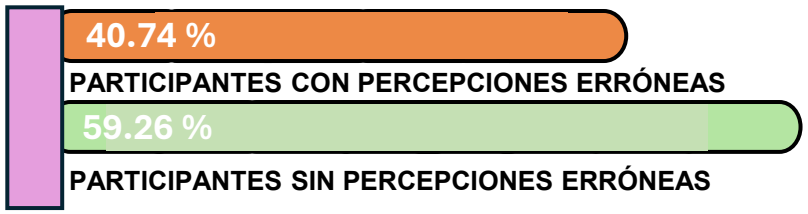
Honduras
- 16.6 % Farmacias
- 58.3 % Compra en línea
- 8.3% Supermercados
- 16.6 % Tiendas especializadas

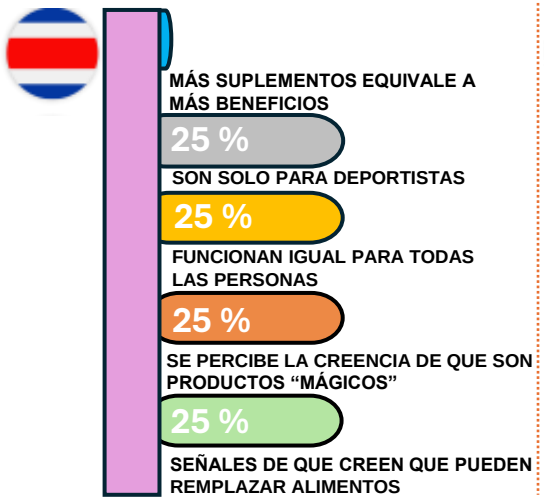
Nicaragua
- 50 % Farmacias
- 12.5% Compra en línea
- 12.5% Supermercados
- 25 % Tiendas especializadas

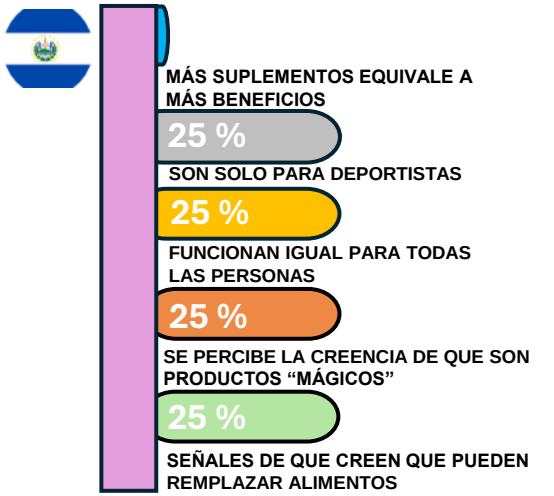
Panamá
- 50 % Farmacias
- 12.5% Compra en línea
- 12.5% Supermercados
- 25 % Tiendas especializadas

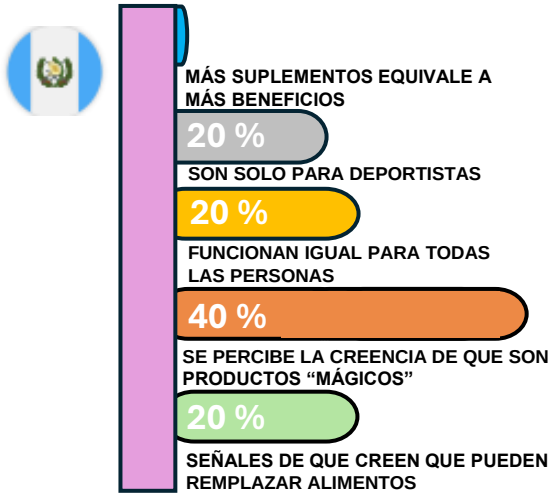
PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (MITOS Y CREENCIAS FALSAS)

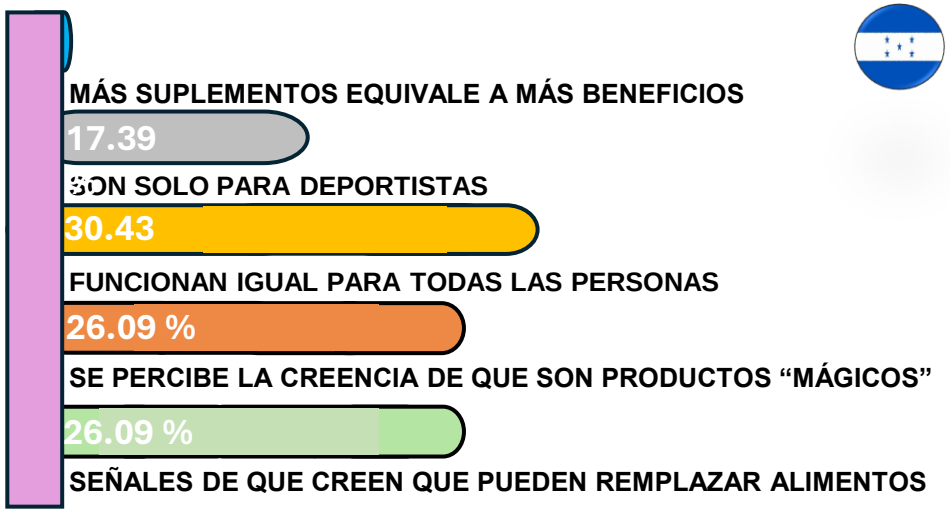
RESULTADO GLOBAL

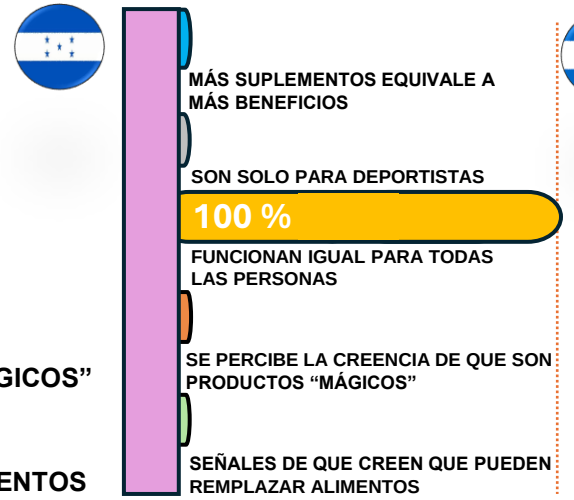


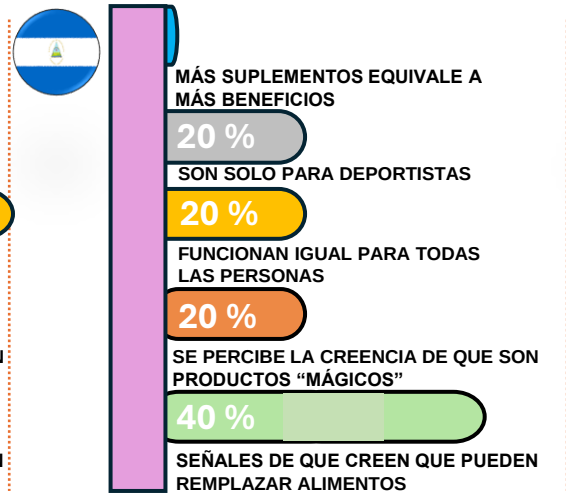


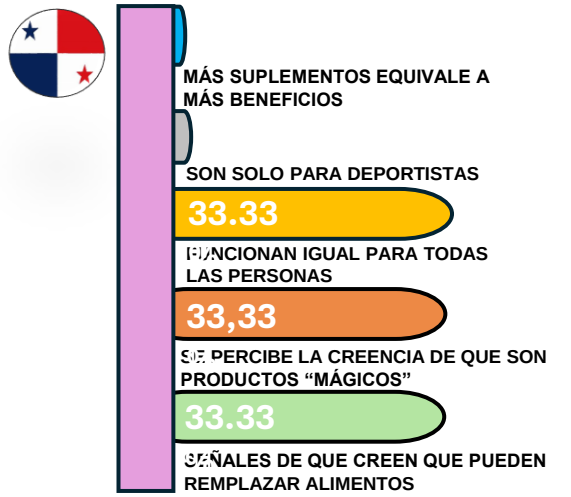












"Los suplementos son más útiles para quienes tienen un estilo de vida deportivo."

"Prefiero tomar suplementos porque no siempre tengo tiempo de comer bien."

COSTA RICA

"*Algunas personas creen que estas pastillas milagrosas pueden curar enfermedades graves como la diabetes, pero terminan siendo engañosas.*"

"Prefiero los suplementos porque no confío en los alimentos procesados; siento que son más seguros para mi salud."

EL SALVADOR

"*Los alimentos ya no tienen las vitaminas necesarias; los suplementos son indispensables para compensar eso.*"

"Los suplementos son sustitutos de los alimentos que uno consume a diario."

GUATEMALA

"*Los suplementos han ayudado a muchas personas a prevenir problemas mayores, como los de mi papá con problemas óseos.*"

"*Últimamente he visto suplementos populares en redes sociales y decidí probar algunos por recomendación de amigos.*"

HONDURAS

"Con solo que tenga más de alguna de esas vitaminas, lo que estoy comprando para mí es suficiente."

"Yo pienso que sí deberían estar bajo receta médica, porque hay unos suplementos que son muy fuertes y no cualquiera los puede tomar."

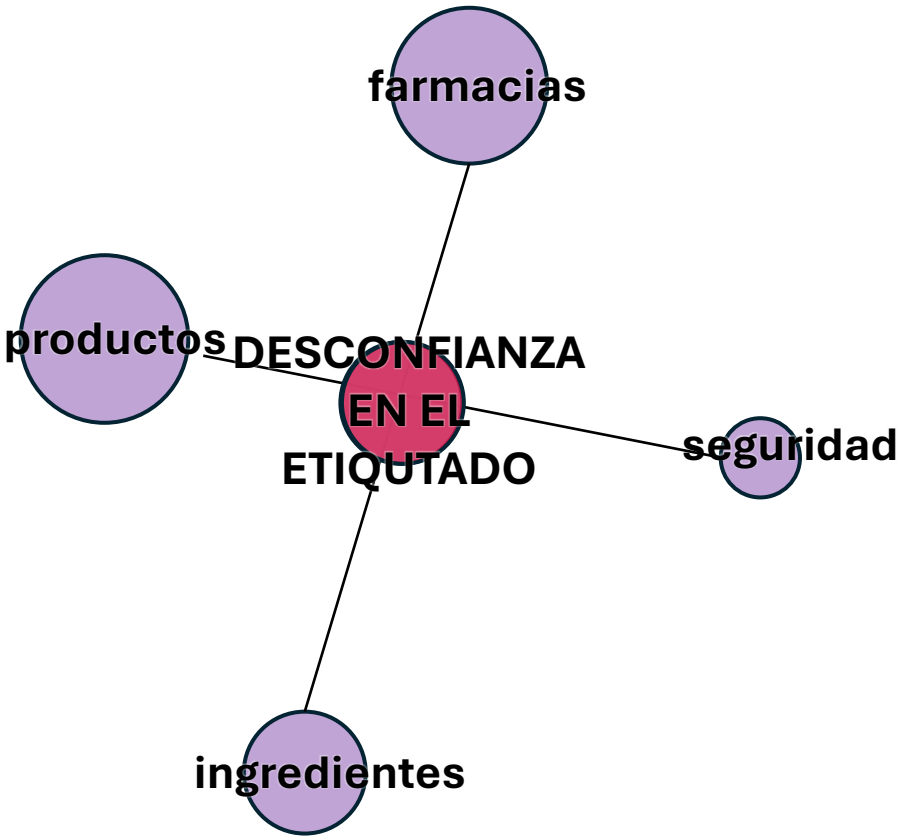
NICARAGUA

"*Es algo que ayuda a complementar o sustituir elementos que carece el cuerpo humano para su desarrollo normal.*"

"Busco suplementos que ayuden a corregir la glucosa de mi esposa."

PANAMÁ

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (EN PALABRAS DEL CONSUMIDOR)



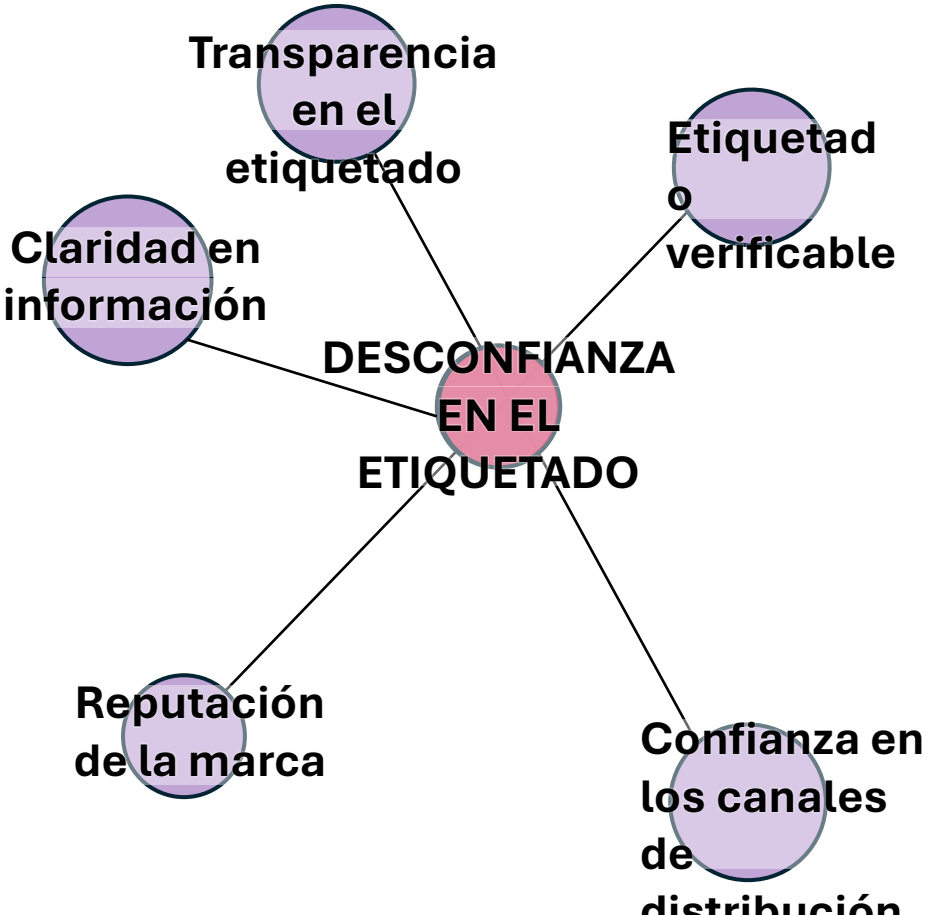
"Reviso en los suplementos que tomo [...] específicamente en la composición de carbohidratos, [...] que contengan [...] magnesio, zinc, vitamina C [...] siempre reviso el que cumpla con los objetivos que estoy buscando."

PARTICIPANTE MASCULINO, 38 AÑOS

"Leo las etiquetas para ver que no tenga algún componente que [...] me haga sentir incómoda, entonces también sí soy muy de leer etiquetas."

PARTICIPANTE FEMENINA, 47 AÑOS

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (EN PALABRAS DEL CONSUMIDOR)



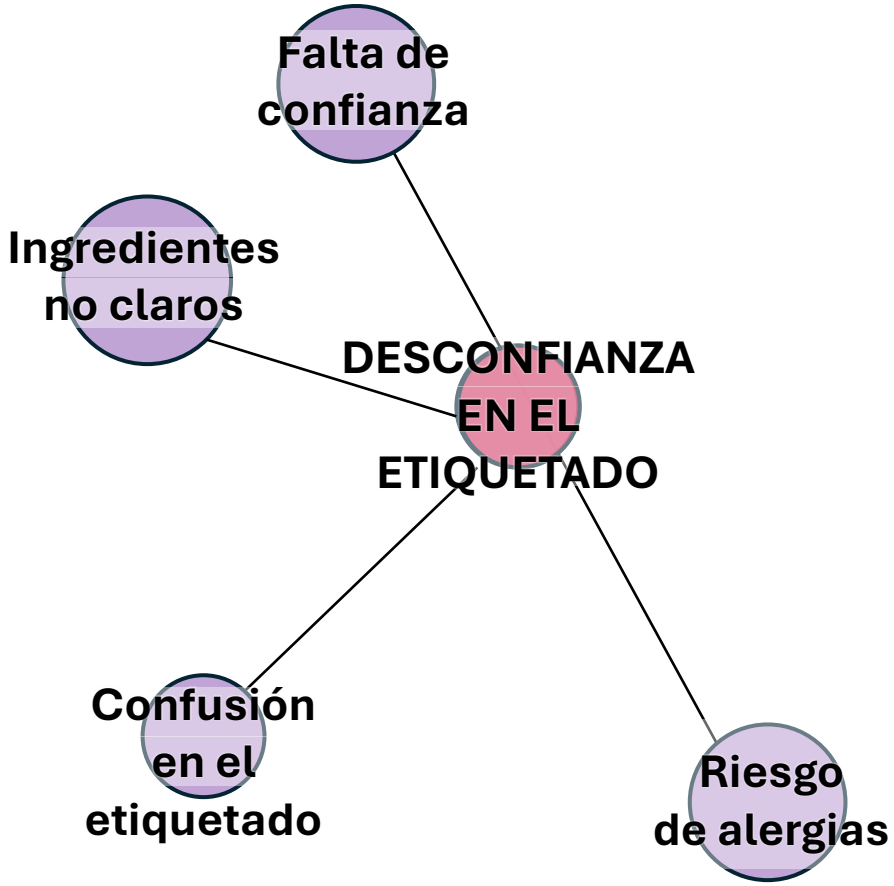
"Reviso en los suplementos que tomo [...] específicamente en la composición de carbohidratos, [...] que contengan [...] magnesio, zinc, vitamina C [...] siempre reviso el que cumpla con los objetivos que estoy buscando."

PARTICIPANTE MASCULINO, 40 AÑOS

"Algunas veces los suplementos vienen con etiquetas que no están en español, y eso genera confusión. También pasa que la información no es clara, y uno no sabe si lo que está tomando es lo que necesita."

PARTICIPANTE FEMENINA, 35 AÑOS

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (EN PALABRAS DEL CONSUMIDOR)



"Por ejemplo, dice cero carbohidratos, pero cuando lees la etiqueta nutrimental, tiene carbohidratos."

PARTICIPANTE FEMENINA, 30 AÑOS

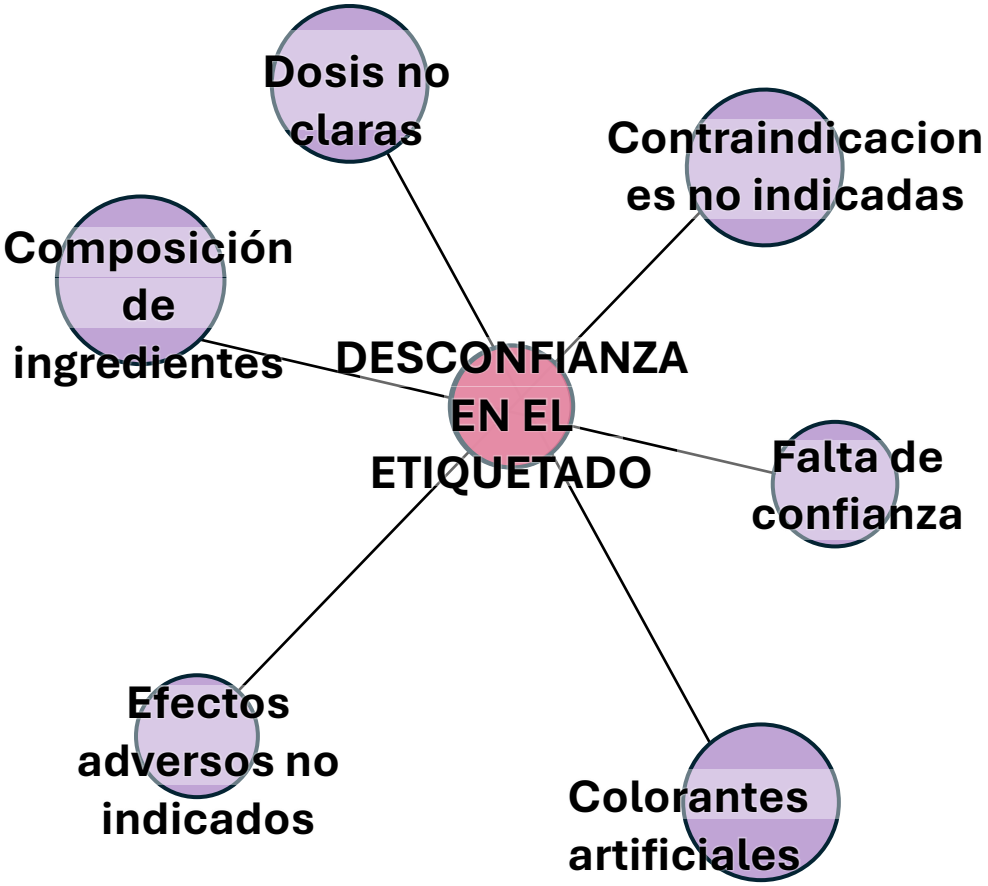
"Siempre reviso los ingredientes porque soy alérgica a algunos medicamentos y cuido mucho esa parte."

PARTICIPANTE FEMENINA, 35 AÑOS

"El empaque para mí no garantizaba un producto de calidad, entonces eso me generó temor."

PARTICIPANTE FEMENINA, 40 AÑOS

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (EN PALABRAS DEL CONSUMIDOR)



"Reviso en los suplementos que tomo [...] específicamente en la composición de carbohidratos, [...] que contengan [...] magnesio, zinc, vitamina C [...]. Siempre reviso el que cumpla con los objetivos que estoy buscando."

PARTICIPANTE MASCULINO, 40 AÑOS

"Algunas veces los suplementos vienen con etiquetas que no están en español, y eso genera confusión. También pasa que la información no es clara, y uno no sabe si lo que está tomando es lo que necesita."

PARTICIPANTE FEMENINO, 35 AÑOS

"Algunos suplementos no mencionan contraindicaciones, y eso puede ser peligroso para personas con hipertensión o diabetes."

PARTICIPANTE FEMENINO, 35 AÑOS

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (EN PALABRAS DEL CONSUMIDOR)

"Sí, claro, también eso es muy importante, ¿no? A veces nos detenemos a leer, pero son demasiados ingredientes o cifras que no siempre entendemos."

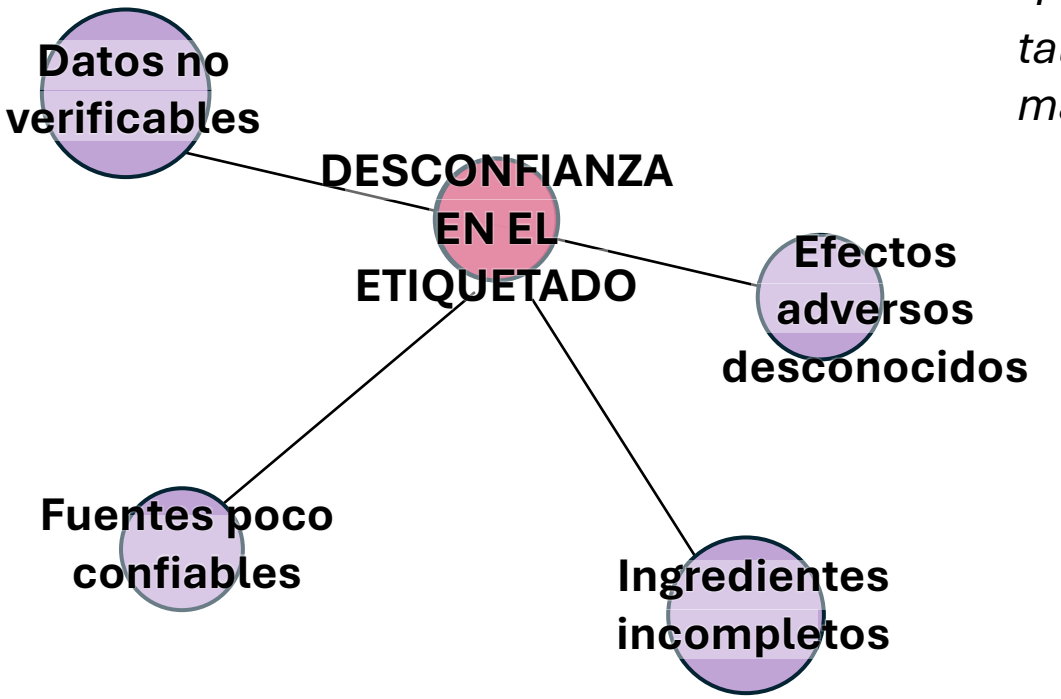
PARTICIPANTE FEMENINO, 31 AÑOS

"Muchas veces pasamos compartiendo información que tal vez no es de 100% confiable, y eso puede llevar a malentendidos."

PARTICIPANTE MASCULINO, 45 AÑOS

"Es importante tener más información en cada frasquito, porque para los que estamos empezando no siempre queda claro."

PARTICIPANTE FEMENINO, 28 AÑOS



CONCLUSIONES

El estudio sobre el perfil y comportamiento de los consumidores de suplementos alimenticios en Centroamérica revela **tendencias clave que caracterizan a los consumidores y sus hábitos**:

1. **Perfil del consumidor**: Predominan las **mujeres (75%)** entre los **26 y 45 años**, con una representación significativa de **niveles socioeconómicos medio (38%)** y **alto (43%)**. Esto sugiere que el consumo de suplementos alimenticios está asociado a un mayor interés en la salud y recursos para adquirirlos.
2. **Percepciones y motivaciones**: La principal motivación para el consumo es el **cuidado de la salud general (40%) y la mejora del bienestar físico (38%)**, destacando la búsqueda de beneficios preventivos y de mantenimiento.
3. **Frecuencia de consumo**: Más de la mitad de los participantes (**52%**) **consume suplementos diariamente**, reflejando un hábito consolidado y una percepción positiva de su efectividad.
4. **Categorías más consumidas**: Las **vitaminas y minerales (36%)** son la categoría más popular, seguidas por productos enfocados en **proteínas y aminoácidos (25%)**, lo que indica un enfoque en necesidades nutricionales básicas y deportivas.
5. **Canales de venta**: Las **farmacias (34%)** son el principal punto de adquisición, seguidas de **compras en línea (26%)**, lo que resalta la importancia de accesibilidad y confianza en los lugares de compra.

SUGERENCIAS A GOBIERNOS

TRIADA ÉXITOSA GOBIERNO/INDUSTRIA/ACADEMIA

REGULACIÓN BASADA EN CIENCIA E INNOVACIÓN

ARMONIZACIÓN REGULATORIA (RTCA)

MECANISMOS DE COLABORACIÓN PARA DISMINUIR EL CONTRABANDO Y MERCADO ILEGAL