



ANDI

*Cámara de la Industria
Farmacéutica*

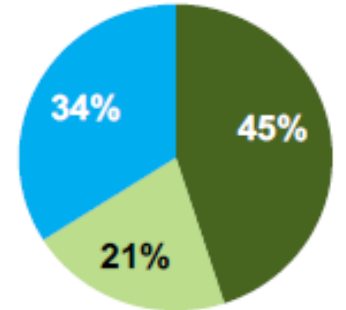
**Informe Uso Suplementos Dietarios
en Colombia 2019**

Desde la Subcomisión de Suplementos Dietarios de la ANDI, tenemos como objetivo construir confianza y credibilidad hacia los Suplementos Dietarios y generar relevancia de la categoría entre el sector público y los consumidores, con el fin de promover el autocuidado e impactar la sostenibilidad financiera del sistema de salud.



USO DE SUPLEMENTOS DIETARIOS EN COLOMBIA

66% de los encuestados son usuarios

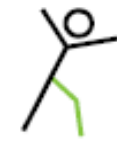


- Usuarios Conscientes
- Usuarios No conscientes
- No usuarios

VIDA SALUDABLE

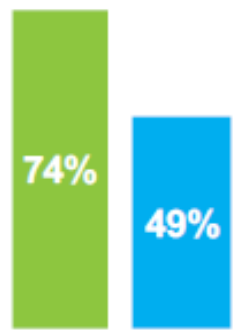


83% De los encuestados piensan que **alimentarse bien** es llevar un estilo de vida saludable



63% De los encuestados considera que **hacer ejercicio** esta relacionado con un estilo de vida saludable

SE CONSIDERAN SALUDABLES



■ Usuarios ■ No usuarios

VISITAN AL MÉDICO



PERFIL USUARIOS



Muestra sobre indexada
Mujeres -> Estratos 3, 5 y 6.
 Principalmente de **18-30 años**, con relevancia en niveles de escolaridad altos **desde técnico hasta posgrado**

Los beneficios en salud y nutrición, así como llevar una dieta balanceada son los principales motivantes para el uso de los SD

NO USUARIOS

¿POR QUÉ NO USAN SD?

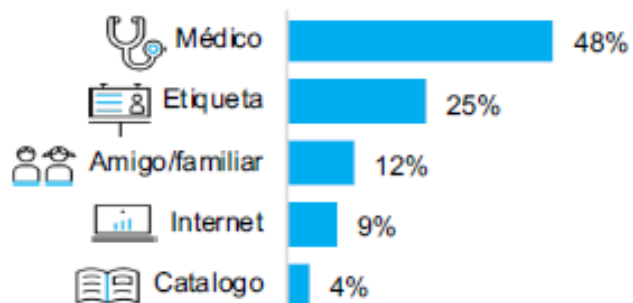
- 34% Piensan que son costosos
- 17% Creen que aumentan de peso
- 17% No conocen los beneficios

Fuente: Informe Decodificando Hábitos de Consumo y Estilo de Vida, Suplementos Dietarios. Reporte realizado para la ANDI Marzo 2019



RECOMENDACIÓN DE USO

La mayoría de los usuarios consulta la recomendación de uso con el médico o revisando la etiqueta del producto



LEEN EL CONTENIDO DE LA ETIQUETA

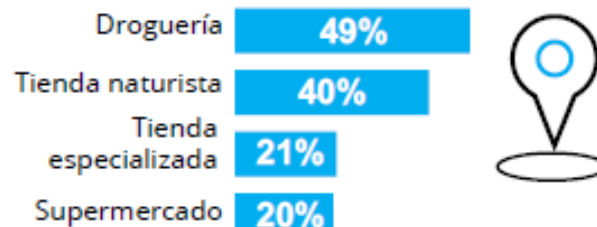
85%

CONSUMEN DE ACUERDO A LO INDICADO

66%

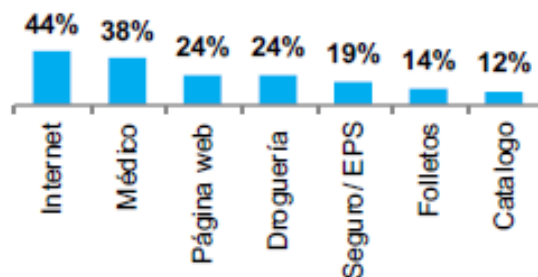
Los usuarios leen en las etiquetas principalmente la fecha de vencimiento, ingredientes y ven la tabla nutricional

¿DÓNDE COMPRAN LOS SD?



¿DÓNDE BUSCAN INFORMACIÓN DE SD?

Internet la principal fuente de información de consulta de la categoría, seguida de la consulta médica



Usuarios de la categoría tienen mayor confianza en lo que saben de los SD frente a los no usuarios. Más del 50% de los usuarios muestran interés en conocer información adicional de la categoría en general; lo principal que quisieran saber son beneficios, efectos secundarios, usos...

Estos resultados deben enmarcarse en la regulación sanitaria actual en Colombia, por la cual se define “Suplemento dietario”; como aquel producto cuyo propósito es adicionar la dieta normal y que es fuente concentrada de nutrientes.

Además de otras sustancias con efecto fisiológico o nutricional que puede contener vitaminas, minerales, proteínas, aminoácidos, otros nutrientes y derivados de nutrientes, plantas, concentrados y extractos de plantas solas o en combinación (Decreto 3249 de 2006).



Objetivo del Estudio

Indagar sobre los hábitos de consumo de suplementos dietarios (SD), /alimenticios/ complementos nutricionales/ multivitamínicos, en la población colombiana y determinar su relación con estilos de vida saludable

Tipo de Investigación

Cuantitativa

Universo

Población 22.464.578 principales regiones colombianas: Atlántico, Santanderes, Bogotá, Medellín, Eje Cafetero y Valle del Cauca.

Target

Hombres y mujeres entre 18-64 años de estratos 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Muestra

Total de 806 casos distribuidos por importancia en las principales regiones del país: Atlántico, Santanderes, Bogotá, Medellín, Eje Cafetero y Valle del Cauca.

El diseño muestral no considera el análisis a nivel de ciudad. Aun cuando se define tamaño de muestra a estos niveles, su propósito es tener micro-representatividad (estructura poblacional).

Metodología Selección de la Muestra

Diseño muestral estratificado con variables de micro representatividad.

En cuanto al diseño las encuestas se hicieron 67% offline con interceptación en un central location CLT neutral aislado de agentes externos, allí se hicieron encuestas autodiligenciadas con apoyo del encuestador para validar los filtros y las preguntas introductorias cubriendo las variables de estratificación.

El otro 33% de la encuestas fueron online realizadas a un panel que tenemos perfilado previamente. A ellos se les enviaron unas preguntas filtro, quienes clasificaban realizaban la encuesta completa a través de su dispositivo móvil o en computador con conexión a internet.

Técnicas de recolección de datos

CAWI Las encuestas CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) son cuestionarios digitales distribuidos a través de medios online que permiten a los investigadores recabar información de manera más rápida y analizarla de una forma óptima. Las principales maneras de distribuir este tipo de encuestas son mediante emails y distribución de links en redes sociales, inbox o en sitios web.

CAPI (Computer-Assisted Personal Interviewing) es una herramienta que se utiliza para realizar entrevistas cara a cara, aunque con la ayuda de un software para contestarlas.

Confianza

95%

Error muestral

1.76%

Fechas de realización del campo

CAPI Offline 20 al 26 de febrero de 2019

CAWI Online 22 de febrero al 4 de marzo 2019

Ficha Técnica del informe



**MÁS
PAÍS**



Canales de Comunicación

www.andi.com.co
avesga@andi.com.co
mvalencia@andi.com.co

Bogotá D.C.
Mayo 2019