

Licenciatura en Nutrición
Trabajo Final Integrador

Autora: María Fernanda Robledo

**VENTA Y CONSUMO DE SUPLEMENTOS
NUTRICIONALES DE VENTA LIBRE EN LAS
CIUDADES DE COMODORO RIVADAVIA Y CABA**

2017

Tutora: Lic. Celeste Concilio
Tutora: Lic. Eleonora Zummer

Citar como: Robledo MF. Venta y consumo de Suplementos Nutricionales de Venta Libre en las ciudades de Comodoro Rivadavia y CABA. [Trabajo Final de Grado]. Buenos Aires: Universidad ISALUD. 2017.
<http://rid.isalud.edu.ar/handle/1/4228>

VENTA Y CONSUMO DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES E VENTA LIBRE EN LAS CIUDADES DE COMODORO RIVADAVIA Y CABA

Robledo MF

Mafu42@hotmail.com

Universidad Salud

Resumen

Introducción: consumo de los suplementos nutricionales de venta libre que pasan a formar parte de la dieta

Objetivos: Cuantificar y comparar la disponibilidad y venta de suplementos nutricionales de venta libre en Farmacias de barrio en la Ciudad de Comodoro Rivadavia y en Cadenas tipo *Drugstore* en CABA. Describir los productos más vendidos en ambas localidades y relacionarlo con la modalidad de exhibición. Describir las motivaciones y los conocimientos de los consumidores en las Farmacias de Comodoro Rivadavia.

Material y métodos: diseño descriptivo transversal de comparación que incluyó la recolección de datos sobre venta y consumo de suplementos nutricionales de venta libre por personal de farmacia, la exhibición realizada por observación directa. Y encuestas a consumidores en Comodoro Rivadavia.

Resultados: en ambos casos hay disponibilidad y venta de las 12 subcategorías de suplementos nutricionales de venta libre. De estas se encuentran exhibidas los más vendidos y corresponden a "multivitamínicos", "control de peso", "salud del corazón". Los encuestados indicaron no padecer enfermedades (53,8%) y el resto cardiovasculares (6,9%), tiroides (1,5%), hipertensión (10%), obesidad (4,6%), diabetes (0,8%), enfermedades combinadas (22,3%). Motivaciones de compra, indicación médica (14%), curiosidad (1,5%), recomendación de terceros (63,8%) y publicidad (20,8%). Fuentes de Conocimientos, publicidad (30,8%), internet (0,7%), profesional de la salud (18,5%), farmacéutico (50%).

Conclusiones: Los dos tipos de farmacias nos ofrecen lo mismo en cuanto a disponibilidad y servicio farmacéutico pero la forma de ofrecerlo es distinta, la celeridad en lo cotidiano, van ofreciendo otras alternativas para ofrecer sus productos y sus ofertas. Dependerá del paciente - comprador elegir donde obtener sus medicamentos.

Palabras clave: suplementos nutricionales de venta libre, farmacia, consumo, venta.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO TEÓRICO.....	2
¿Qué son los OTC?.....	2
Características de los OTC	2
Modo de Exhibición y Dispensación de los OTC	3
LOS SUPLEMENTOS DIETARIOS	7
Categorización de Suplementos Dietarios de Venta libre	11
Marco Regulatorio de los OTC y los suplementos nutricionales de venta libre	14
ESTADO DEL ARTE	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
OBJETIVOS:.....	17
METODOLOGÍA.....	18
VARIABLES DE ESTUDIO	19
INSTRUMENTO	22
RESULTADOS	23
CONCLUSIÓN:.....	29
BIBLIOGRAFÍA	32
ANEXOS	34

INTRODUCCIÓN

Que tu alimento sea tu medicina decía Hipócrates hace miles de años atrás, cuando los recursos para luchar contra las enfermedades eran muy pocos. Y el secreto estaba en aprovechar al máximo los ingredientes que daba la naturaleza. Hoy el consumidor debe incorporar alimentos que además de nutrir, le brinden placer y contengan sustancias beneficiosas para su salud (1).

Sin embargo, en las últimas décadas se han producido cambios profundos en el estilo de vida con respecto a los hábitos, usos y gustos alimentarios. Muchas personas siguen una dieta caracterizada por el consumo excesivo de calorías y por frecuentes desequilibrios entre nutrientes. El consumo de alimentos de origen animal sigue aumentando, con el consiguiente incremento de grasas saturadas y colesterol en la dieta. La tendencia a consumir productos refinados y muy procesados disminuye la ingestión de vitaminas, minerales y otras sustancias beneficiosas como la fibra contenida en los alimentos en su estado natural (2). Los nutrientes de la dieta son incorporados al organismo. La mayoría de estas sustancias como el agua, vitaminas, minerales, grasas, proteínas y azúcares cumplen distintas funciones como brindar energía o forman parte de los tejidos estructurales.

Además, sumado el estrés laboral y el ritmo de vida actual atentan contra la correcta incorporación de estos hábitos. De este modo el mercado encuentra la forma de implementar el consumo de suplementos dietarios (también conocidos como nutricionales o dietéticos) que aportan refuerzos adicionales de nutrientes a la dieta cotidiana.

Cabe resaltar que los suplementos son muy útiles a la hora de reforzar la dieta, pero la publicidad en muchas ocasiones afecta negativamente debido a que su forma de divulgación se enfoca en que un medicamento de este tipo puede sustituir o cubrir una necesidad básica en la alimentación. O curar patologías que primero deberán ser evaluadas por el profesional de la salud.

Por esta razón, se realizará una breve comparación entre la Ciudad de Comodoro Rivadavia y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en relación al consumo por parte de los adultos que concurren a las farmacias por los suplementos anteriormente mencionados.

MARCO TEÓRICO

Los suplementos nutricionales de venta libre son especialidades medicinales que los encontramos en el grupo de los medicamentos de venta libre conocidos como OTC, (en inglés "Over The Counter") que significa al mostrador.

¿Qué son los OTC?

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) adoptó como definición a *“los medicamentos cuya entrega y administración no requieren de la autorización de un facultativo. Pueden existir diferentes categorías para estos medicamentos, de acuerdo con la legislación de cada país...”* (3). Por su parte Argentina, en el Decreto reglamentario N° 9763/64 de la Ley N° 16.463 dice que los OTC están *“...destinados a aliviar dolencias que no exigen en la práctica de la intervención médica y que además su uso en la forma, condiciones y dosis previstas no entraña por su amplio margen de seguridad peligros para el consumidor”* (4).

Características de los OTC

- Ser eficaces y seguros para ser utilizados en la prevención, alivio de síntomas o tratamiento de enfermedades leves de fácil identificación.
- Tener un amplio rango de seguridad, de tal modo que la dosis no represente un peligro grave para la salud del paciente ni genere efectos adversos.
- El margen de dosificación debe ser amplio de acuerdo a la edad, peso del paciente y no generar tolerancia ni dependencia.
- Cuando se utilicen los OTC de acuerdo a las instrucciones no deberán enmascarar enfermedades serias ni retrasar el diagnóstico.
- Las formas farmacéuticas se emplean generalmente por de vía oral o tópica, deberán ser de fácil manejo y almacenamiento. No deberán administrarse por vía parenteral.

- El principio activo de estos medicamentos, deberá haber sido comercializado bajo prescripción médica por 5 a 10 años. Tiempo durante el cual, haya demostrado un índice favorable de seguridad y eficacia con datos de farmacovigilancia.

Los puntos citados anteriormente nos indican que una especialidad de venta libre no nace directamente como tal, sino que previamente tienen que haber cumplido con un protocolo necesario para su autorización y ser empleados como tal. Como no son indicados por un médico y no tienen el seguimiento de un profesional, se aconseja no administrar en lactantes, niños, madres amamantando, personas con tratamientos crónicos como diabetes, afecciones cardíacas o tratamientos con anticoagulantes, y no se aplicarán sobre la piel sustancias sin asesoramiento. Ya que muchas de ellas podrían pasar al torrente sanguíneo (5).

Modo de Exhibición y Dispensación de los OTC

Los OTC se venden en farmacias ya sea en las tradicionales de barrio ubicados atrás del mostrador donde son solicitados. O en los que con una nueva dinámica de venta semejante al nuevo mercado competitivo, los productos están a mano del consumidor, se pueden elegir libremente, explorar marcas, laboratorios y productos. Se los ubica en góndolas tipo "*Drugstores*" considerados como modelo de atención personalizada, instaurado a partir del año 1996 en la Argentina con la llegada de Farmacity a Capital Federal, Buenos Aires (6).

La decisión de compra, estará basada en la idea que se ha formado a través de la publicidad y otras acciones de marketing establecidas por los laboratorios. Si bien el consumidor puede informarse a través de su médico o farmacéutico. El impacto de la comunicación, tanto masiva como direccionada es importante. Evidenciando así, el poder que se ejerce desde la oferta para construir y hacer llegar sus mensajes a más cantidades de personas o a un público determinado. Para lograr Acaparar más ventas.

Si bien cuando hablamos de farmacias, nos referimos a la tipo *drugstore* o las farmacias tradicionales, hay 4 factores fundamentales que determinan el tipo de farmacia:

1. Comportamiento del consumidor.
2. Ubicación geográfica de la farmacia: No se obtendrán las mismas ventas en una farmacia situada en un pueblo que en una gran ciudad.

3. Nivel socioeconómico de la zona.
4. Disposición de la farmacia:

Si el consumidor puede desplazarse por las góndolas y/o estanterías por un producto determinado, o tan solo por el afán de recorrer. Los productos competidores conjunto con una oferta o destaque atractivo también atraerá su atención.

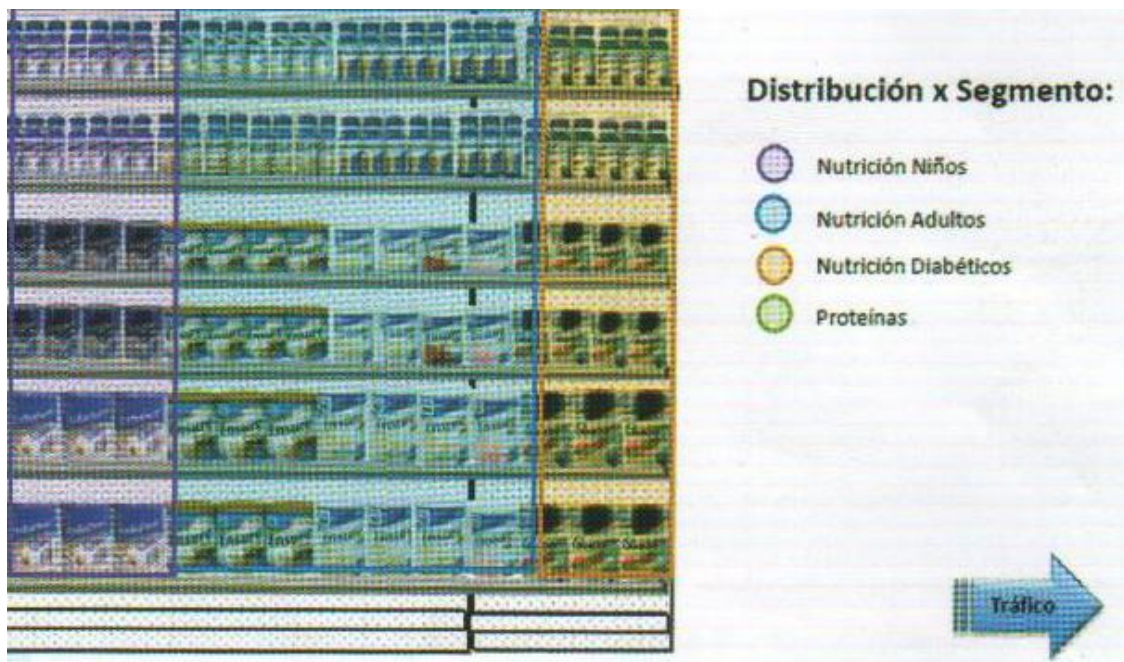
El consumidor reacciona siempre de forma positiva a la visibilidad de los productos, a su exposición limpia y clara, a las ofertas y promociones.

Tipos de compras:

Se puede separar en tres grupos:

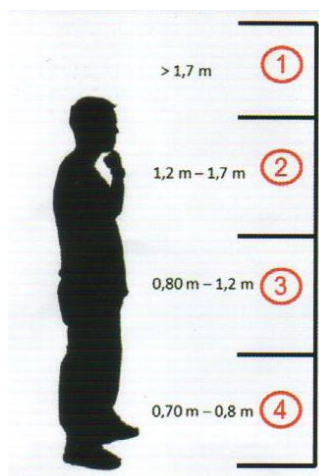
1. Sugerida: el consumidor decidirá realizar la compra influenciado por otras personas. Sea por los auxiliares de farmacia, o farmacéuticos a cargo.
2. Por impulso: la decisión de compra es llevado por súbito deseo. De la apariencia del producto, facilidad del acceso o conveniencia del precio.
3. Planificada: compra planificada por factores como la imagen de la marca, publicidad, conocimiento del producto, recomendaciones de terceros o uso habitual (7)

Gráfico 1. Planograma modelo para la categoría Suplementos Nutricionales



Fuente: Ensure

Gráfico 2. Las cuatro zonas de la góndola



Fuente: Ensure

1. Nivel de la cabeza: este constituye uno de los niveles con menor atención por parte de los compradores y es utilizado para inventario o para proporcionar información. Se le atribuye el 9% de las ventas lineales.
2. Nivel de los ojos: Es considerado el nivel de compra y recibe 35% más de atención que otros por lo tanto es la zona ideal para colocar productos con alto margen. También se denomina nivel de percepción y **se le atribuye el 52% de las ventas lineales**
3. Nivel de las Manos: Los productos ubicados en este nivel reciben mayor atención que aquellos ubicados en el suelo, sin embargo, es una zona atractiva para ubicar productos con alta rentabilidad. Se le atribuye el 26% de las ventas lineales
4. Nivel de suelo: En este nivel el cliente debe agacharse para alcanzar los artículos. Se ubican productos pesados por razones de seguridad y fácil selección por parte de los clientes. Así también se ubican productos con bajo margen. Se le atribuye el 13% de las ventas del lineal

Tabla 1. Área terapéutica que abarca los OTC (5)

Analgésico	Hipolipemeante
Analgésicos Bucofaríngeos	Laxantes
Antiinflamatorios	Lubricantes
Antigripales.	Mucolíticos
Antiácidos.	Pediculicidas
Antialérgicos	Repelentes
Antiartrósicos	Pediculicidas
Antidiarreicos	Parasitosis externa
Antiespasmódicos	Protectores solares
Antiflatulentos	Relajante del Sistema nervioso central
Antihemorroidales	Removedor de serum
Antihistamínicos	Sexualidad
Antimicóticos	
Antipruriginosos	<u>Suplementos Dietarios:</u>
Antisépticos	- Complementos Dietarios
Antiulcerosos	- Control de Peso
Cicatrizantes	-Hipolipemiantes
Colagogos	- Vitaminas
Colutorios	- Minerales
Dermatocosmética	- Antioxidantes
Descongestivos Oculares	- Vías Urinarias
Desinfectantes	- Circulatorio
Digestivos	-climaterio
Edulcorantes	- Relajante sistema Nervioso Central
Enzimas digestivas	
Estreñimiento	Suplementos Deportivos
Fórmulas infantiles	Tratamiento corporal
Hepatoprotectores	Test de Diagnóstico

LOS SUPLEMENTOS DIETARIOS

Dentro de esta amplia nómina de OTC que encontramos en el mercado en crecimiento, hay un grupo importante de productos que nos ayudaran en nuestra tarea nutricional de cumplimentar con los requerimientos diarios de principios activos como son los micronutrientes y macronutrientes necesarios para tener una vida saludable.

En el año 2014 mediante el acta de la Comisión Nacional de Alimentos (CONAL) N° 103 se actualizó el artículo 1381 del Código Alimentario Argentino (CAA) definiendo “...a los productos destinados a incrementar la ingesta dietaria habitual, suplementando la incorporación de nutrientes en la dieta de las personas sanas que, no encontrándose en condiciones patológicas, presenten necesidades básicas dietarias no satisfechas o mayores a las habituales. Deberán contener en forma simple o combinada: aminoácidos, proteínas, lípidos, carbohidratos, vitaminas, minerales, fibras y/o hierbas...”. Deberán ser elaborados de acuerdo a las buenas prácticas de manufactura y contenidos en envases que garanticen la calidad y estabilidad de los productos”.

En condiciones normales, la dieta debe proveer todos los nutrientes necesarios para el mantenimiento de las funciones del organismo. Un suplemento dietario solo deberá consumirse cuando por un estado fisiológico particular, el individuo necesite un suministro extra de un nutriente determinado, con previa consulta al médico (8).

La publicidad de suplementos dietarios Bajo las limitaciones consignadas por la ANMAT en la Disposición N° 4980/2005, deberá informar al consumidor. No incluir frases y/o mensajes que:

- Atribuyan al suplemento dietario acciones y/o propiedades terapéuticas, sugieran que es un producto medicinal o mencionen que diagnostica, cura, calma, mitiga, alivia, proviene o protege de una determinada enfermedad. Sólo se admitirá incluir “ayuda a prevenir” o “ayuda a proteger”, siempre que dichas declaraciones resulten beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes.
- Induzcan al uso indiscriminado del producto.
- Manifiesten que un suplemento dietario puede ser usado en reemplazo de una comida convencional o como el único alimento de la dieta.

- Se refieran a los suplementos dietarios como “naturales” cuando en realidad sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos.
- Sean capaces, desde el punto de vista bromatológico, de suscitar error, engaño o confusión en el consumidor.
- Incluyan la expresión de “venta libre”

En el rótulo se debe indicar claramente que se trata de un “suplemento dietario”, que es de alimento que aporta nutrientes determinados y NO un medicamento. Además, aparecer los siguientes datos (9)

Tabla 2. Información en los Rótulos de Suplementos Nutricionales de venta libre

ROTULO
Nombre comercial del producto
Número registro del establecimiento (RNE) y registro RNPA
Elaborador o importador por la autoridad sanitaria
Listado de ingredientes completos incluido los aditivos (sí contiene vegetales y/o hierbas; el nombre común, científico o botánico)
Advertencia: "Supera la ingesta diaria de referencia NOEA".
Envase secundario la información mínima del envase primario
Información nutricional por porción, IDR, fecha vencimiento y lote.
Modo de uso del producto (cantidad, frecuencia y condiciones particulares)
"No utilizar en caso de embarazo, mujeres en período de lactancia ni en niños". Salvo este especificado para ese caso, indicar "consulte a su médico"
"Consumir este producto de acuerdo a las recomendaciones de ingesta diaria establecidas en el rótulo, no reemplaza una dieta variada y equilibrada".
Sí realiza actividad física indicar " requerimiento de calorías diarias superior al promedio de la población (mayor a 2.000 Kcal. / Día)".

Fuente: ANMAT

Tabla 3. Características e Ingredientes aptos en Suplementos de Venta Libre¹ (8)

Proteínas	Deberán ser de leche, suero lácteo, huevo, soja u otras proteínas de calidad nutricional equivalente acorde a La Puntuación Corregida de Aminoácidos de Digestibilidad de Proteína (PDCAAS, por sus siglas en inglés) según la metodología recomendada por (FAO/WHO).
Triglicéridos de peces u otros organismos marinos	Ácido eicosapentaenoico (EPA) y de ácido decosahexaenoico (DHA) no menores de 6% cada uno y cuando se encuentren constituidos por concentrados de triglicéridos de aceite de pescado u otros organismos marinos deberán presentar un contenido de (EPA) y (DHA) no menor de 15% y 10% respectivamente.
Vegetales y/o hierbas	Nombre científico (familia botánica, género, especie, subespecie, variedad, sinonimias). Nombres comunes. Parte de la planta utilizada (entera, parte aérea, parte subterránea, raíces, tallo, hojas, inflorescencia). Tipo de preparado (polvos, extractos, liofilizado, otros)
Adición de otros nutrientes y/o ingredientes	Carotenoides (carotenos, licopeno, criptoxantina, luteína, zeaxantina, cantaxantina, astaxantina), Clorofila, Fitoesteroles, Coenzima Q10, Flavonoides, Antocianinas, Catequinas, Resveratrol, Ácido alfa lipoico. Podrán ser de origen natural o sintético.
Vitaminas Liposolubles en su composición	Cantidad superior a la IDR en el rótulo deberá consignarse la siguiente advertencia: "Este producto puede provocar efectos tóxicos por acumulación de vitaminas liposolubles A, D, E, y (/o K); no vuelva a consumirlo sin consultar a su médico".
Hierro	En cantidad superior a la IDR deberá consignar: "Este producto contiene Hierro y debe ser consumido únicamente por individuos sanos, antes de consumirlo consulte a su médico".
Glúcidos	"Este producto no debe ser utilizado por diabéticos"
Cromo	"Diabéticos este producto contiene cromo. Consulte a su médico".
Metabolitos primarios	Carbohidratos, lípidos, proteínas, fibras, minerales, vitaminas.
Metabolitos secundarios	Según su estructura química de interés sanitario (nutricional, fisiológico o tóxico de corresponder)
Fenilalanina o Aspartamo	"Contiene fenilalanina: contraindicado para fenilcetonúricos" u otra similar.
Destinados a personas que realizan ejercicio físico	Aporte de calorías diarias superior al promedio de la población (mayor a 2.000 Kcal/día). Cuando contengan aminoácidos y otras sustancias nitrogenadas agregados como tales. Detallar información nutricional en el rótulo, con su contenido en unidad y recomendación de su consumo diario de nutrientes. Porcentaje de la IDR cubierta por la ingesta diaria recomendada para cada uno de ellos. Su consumo debe realizarse bajo estricto control médico.

Fuente: acta Conal n°103- anexo III.

¹ Solo se autorizarán si se demuestra que tienen un rol nutricional o fisiológico científicamente demostrado y que su concentración de uso no tiene indicación terapéutica ni es aplicado a estados patológicos.

La Ingesta Diaria Recomendada de Vitaminas y Minerales

La Ingesta Diaria Recomendada nos servirá de referencia para cuantificar de cada nutriente de la dieta, su valor necesario para cubrir el requerimiento diario según sexo y edad de las personas. En el caso de los suplementos dietarios, los nutrientes propuestos para suplementar la dieta deberán proveer no menos del 30% de la IDR de acuerdo a los valores que figuran en las tablas 4 y 5 (10).

Tabla 4. Ingesta Diaria de Referencia de Vitaminas²

Dietary Reference Intakes (DRIs): Recommended Dietary Allowances and Adequate Intakes, Vitamins
Food and Nutrition Board, Institute of Medicine, National Academies

Life Stage Group	Vitamin A (µg/d) ^f	Vitamin C (mg/d)	Vitamin D (µg/d) ^{g,h}	Vitamin E (mg/d) ^f	Vitamin K (µg/d)	Thiamin (mg/d)	Riboflavin (mg/d)	Niacin (mg/d) ^f	Vitamin B ₆ (mg/d)	Folate (µg/d) ^f	Vitamin B ₁₂ (µg/d)	Pantothenic Acid (mg/d)	Biotin (µg/d)	Choline (mg/d) ^f
Infants														
0 to 6 mo	400*	40*	10	4*	2.0*	0.2*	0.3*	2*	0.1*	65*	0.4*	1.7*	5*	125*
6 to 12 mo	500*	50*	10	5*	2.5*	0.3*	0.4*	4*	0.3*	80*	0.5*	1.8*	6*	150*
Children														
1–3 y	300	15	15	6	30*	0.5	0.5	6	0.5	150	0.9	2*	8*	200*
4–8 y	400	25	15	7	55*	0.6	0.6	8	0.6	200	1.2	3*	12*	250*
Males														
9–13 y	600	45	15	11	60*	0.9	0.9	12	1.0	300	1.8	4*	20*	375*
14–18 y	900	75	15	15	75*	1.2	1.3	16	1.3	400	2.4	5*	25*	550*
19–30 y	900	90	15	15	120*	1.2	1.3	16	1.3	400	2.4	5*	30*	550*
31–50 y	900	90	15	15	120*	1.2	1.3	16	1.3	400	2.4	5*	30*	550*
51–70 y	900	90	15	15	120*	1.2	1.3	16	1.7	400	2.4 ^h	5*	30*	550*
> 70 y	900	90	20	15	120*	1.2	1.3	16	1.7	400	2.4 ^h	5*	30*	550*
Females														
9–13 y	600	45	15	11	60*	0.9	0.9	12	1.0	300	1.8	4*	20*	375*
14–18 y	700	65	15	15	75*	1.0	1.0	14	1.2	400 ^g	2.4	5*	25*	400*
19–30 y	700	75	15	15	90*	1.1	1.1	14	1.3	400 ^g	2.4	5*	30*	425*
31–50 y	700	75	15	15	90*	1.1	1.1	14	1.3	400 ^g	2.4	5*	30*	425*
51–70 y	700	75	15	15	90*	1.1	1.1	14	1.5	400	2.4 ^h	5*	30*	425*
> 70 y	700	75	20	15	90*	1.1	1.1	14	1.5	400	2.4 ^h	5*	30*	425*
Pregnancy														
14–18 y	750	80	15	15	75*	1.4	1.4	18	1.9	600 ^g	2.6	6*	30*	450*
19–30 y	770	85	15	15	90*	1.4	1.4	18	1.9	600 ^g	2.6	6*	30*	450*
31–50 y	770	85	15	15	90*	1.4	1.4	18	1.9	600 ^g	2.6	6*	30*	450*
Lactation														
14–18 y	1,200	115	15	19	75*	1.4	1.6	17	2.0	500	2.8	7*	35*	550*
19–30 y	1,300	120	15	19	90*	1.4	1.6	17	2.0	500	2.8	7*	35*	550*
31–50 y	1,300	120	15	19	90*	1.4	1.6	17	2.0	500	2.8	7*	35*	550*

Fuente: National Academies

Tabla 5. Ingesta Diaria de Referencia de Minerales³

Dietary Reference Intakes (DRIs): Recommended Dietary Allowances and Adequate Intakes, Elements
Food and Nutrition Board, Institute of Medicine, National Academies

Life Stage Group	Calcium (mg/d)	Chromium (µg/d)	Copper (µg/d)	Fluoride (mg/d)	Iodine (µg/d)	Iron (mg/d)	Magnesium (mg/d)	Manganese (mg/d)	Molybdenum (µg/d)	Phosphorus (mg/d)	Selenium (µg/d)	Zinc (mg/d)	Potassium (g/d)	Sodium (g/d)	Chloride (g/d)
Infants															
0 to 6 mo	200*	0.2*	200*	0.01*	110*	0.27*	30*	0.003*	2*	100*	15*	2*	0.4*	0.12*	0.18*
6 to 12 mo	260*	5.5*	220*	0.5*	130*	11	75*	0.6*	3*	275*	20*	3	0.7*	0.37*	0.57*
Children															
1–3 y	700	11*	340	0.7*	90	7	80	1.2*	17	460	20	3	3.0*	1.0*	1.5*
4–8 y	1,000	15*	440	1*	90	10	130	1.5*	22	500	30	5	3.8*	1.2*	1.9*
Males															
9–13 y	1,300	25*	700	2*	120	8	240	1.9*	34	1,250	40	8	4.5*	1.5*	2.3*
14–18 y	1,300	35*	890	3*	150	11	410	2.2*	43	1,250	55	11	4.7*	1.5*	2.3*
19–30 y	1,000	35*	900	4*	150	8	400	2.3*	45	700	55	11	4.7*	1.5*	2.3*
31–50 y	1,000	35*	900	4*	150	8	420	2.3*	45	700	55	11	4.7*	1.5*	2.3*
51–70 y	1,000	30*	900	4*	150	8	420	2.3*	45	700	55	11	4.7*	1.3*	2.0*
> 70 y	1,200	30*	900	4*	150	8	420	2.3*	45	700	55	11	4.7*	1.2*	1.8*
Females															
9–13 y	1,300	21*	700	2*	120	8	240	1.6*	34	1,250	40	8	4.5*	1.5*	2.3*
14–18 y	1,300	24*	890	3*	150	15	360	1.6*	43	1,250	55	9	4.7*	1.5*	2.3*
19–30 y	1,000	25*	900	3*	150	18	310	1.8*	45	700	55	8	4.7*	1.5*	2.3*
31–50 y	1,000	25*	900	3*	150	18	320	1.8*	45	700	55	8	4.7*	1.5*	2.3*
51–70 y	1,200	20*	900	3*	150	8	320	1.8*	45	700	55	8	4.7*	1.3*	2.0*
> 70 y	1,200	20*	900	3*	150	8	320	1.8*	45	700	55	8	4.7*	1.2*	1.8*
Pregnancy															
14–18 y	1,300	29*	1,000	3*	220	27	400	2.0*	50	1,250	60	12	4.7*	1.5*	2.3*
19–30 y	1,000	30*	1,000	3*	220	27	350	2.0*	50	700	60	11	4.7*	1.5*	2.3*
31–50 y	1,000	30*	1,000	3*	220	27	360	2.0*	50	700	60	11	4.7*	1.5*	2.3*
Lactation															
14–18 y	1,300	44*	1,300	3*	290	10	360	2.6*	50	1,250	70	13	5.1*	1.5*	2.3*
19–30 y	1,000	45*	1,300	3*	290	9	310	2.6*	50	700	70	12	5.1*	1.5*	2.3*
31–50 y	1,000	45*	1,300	3*	290	9	320	2.6*	50	700	70	12	5.1*	1.5*	2.3*

Fuente: National Academies

² Tablas de recomendaciones dietarias e ingestas adecuadas en los distintos grupos etarios de la población. En la elaboración de los Suplementos Nutricionales de venta libre, sólo se valorarán los datos de adultos sanos.

³ Misma referencia número de pie anterior.

Valores de Niveles de No Observación de Efectos Adversos:

El contenido de vitaminas y minerales en los suplementos dietarios no podrá superar, en su consumo diario, los valores de Niveles de No Observación de Efectos Adversos (NOEA) establecidos en las tablas 6 (8).

Tabla 6. Valores de Niveles de No Observación de Efectos Adversos de vitaminas y minerales en los Suplementos de venta libre

VITAMINAS	NOEA
A	3000 µg
C	1000 mg
D	60 µg
E	1000 mg de alfa TE*
K	10 mg
Tiamina (B1)	100 mg
Riboflavina (B2)	200 mg
Niacina	500 mg
Piridoxina (B6)	100 mg
Acido fólico	1000 µg
Cianocobalamina (B12)	3000 µg
Biotina	2500µg
Ac. Pantoténico	1000 mg

MINERALES	NOEA
Calcio	1500 mg
Potasio	1500 mg
Hierro	60 mg
Fósforo	1500 mg
Magnesio	400 mg
Zinc	30 mg
Iodo	500 µg
Selenio	200 µg
Cobre	9 mg
Manganeso	10 mg
Cromo	200 µg
Molibdeno	350 µg
Boro	6 mg

Fuente: Conal N°103

Categorización de Suplementos Dietarios de Venta libre

La ciencia ha demostrado que ingredientes como las proteínas, las fibras, ácido docosahexaenoico (HMB), aceite omega 3 y 9, el DHA, entre otros. Puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas. Por esta razón se ha desarrollado una línea de suplementos nutricionales, fórmulas desarrolladas con una proporción de nutrientes específicas para un propósito determinado a partir de investigaciones científicas. Tienen por finalidad cubrir alguna necesidad que puede ser, mejorar alguna condición del organismo por ejemplo. la síntesis muscular, mejorar la calidad de vida, complementar la alimentación de niños que no comen todos los grupos de alimentos, superar la carencia de nutrientes, mejorar el estado nutricional de adultos o niños, dar soporte a alguna enfermedad específica como por ejemplo la diabetes, ayudar a reducir riesgos de enfermedades o a colaborar con el crecimiento (7).

Hay un abanico importante de suplementos nutricionales, pero a continuación (debido a su variedad) se aportarán datos de los productos más solicitados categorizando los resultados manifestados por los pacientes, la motivación generada por los medios y la indicación de su composición, función terapéutica y presentación⁴:

Tabla 7. Subcategorías de Suplementos Dietarios de Venta libre

Nombre Comercial	Principio Activo	Función	Presentación
"Antioxidante"			
Framintol	Resveratrol, Vitamina E.	Agente antioxidante	30 Comprimidos
"Circulatorio"			
Centella Asiática	Centella asiática, Vitamina E.	Mejora el tono y la elasticidad de las paredes de los vasos sanguíneos y capilares.	40 comprimidos.
"Climaterio"			
Isoflavonas de soja	Isoflavonas de soja, Calcio, Vitamina D3.	Disminuye los síntomas relacionados con una deficiencia estrogénica	60 comprimidos.
"Descanso"			
Buenas noches	Melatoninas	Tratamiento de las alteraciones del sueño.	30 comprimidos.
"Control de Peso"			
Spirulina Siluett Con Garcinia Y Café Verde	Spirulina, Garcinia cambogia, extracto de Café Verde, Vitamina B6, cafeína.	Generar sensación de saciedad, pérdida y control del peso.	30, 60 y 150 cápsulas y blisters por 10 cápsulas.

⁴Clasificación de suplementos Nutricionales de elaboración propia. Tener en cuenta que dentro de cada grupo hay muchos medicamentos para la misma función. Se da a modo ilustrativo Con ejemplo de cada de ellos.

"Memoria"

Fosfovita	Fosfolípidos, Calcio, Fenilalanina, Ácido Fólico, Vitaminas.	Falta de concentración, memoria o excesos físicos e intelectuales.	30 comprimidos
-----------	--	--	----------------

"Multivitaminico"

Centrum, Centrum silver	Vitaminas, Mineral, Oligoelementos.	Mantener Vitalidad, Complementar Nutrición, Reforzar las Defensas del Organismo, acción Antioxidante.	30, 60,100 cápsulas. Comprimidos Efervescente
-------------------------	-------------------------------------	---	---

"Salud del Corazón"

Chíacaps	Aceite de chia 1000 mg (600 mg de Omega 3).	Ayuda a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos	30 y 60 cápsulas.
----------	---	---	-------------------

"Salud Intestinal"

Natulax	Cáscara Sagrada	Regularizador del tránsito intestinal	30 comprimidos
---------	-----------------	---------------------------------------	----------------

"Alimentos Nutraceuticos"

Ensure	Vitaminas, minerales, oligoelementos.	Para complementar la alimentación cuando la ingesta diaria no supe las necesidades nutricionales básicas	Polvo 400g, 900g. Líquido: 237 ml sabor frutilla, vainilla, chocolate.
--------	---------------------------------------	--	--

"Antiartrosico"

Cartilago de Tiburón	Proteínas, calcio, colágeno y glucosaminoglicanos	Protege el deterioro de las articulaciones.	60 comprimidos.
----------------------	---	---	-----------------

"Vías urinarias"

Arándano Ury	extracto árandano 410 mg, vitamina c 2,25 mg, (10% IDR), vitamina e 2,50 mg.	Ayudan al buen funcionamiento del sistema urinario.	Estuches con 30 y 60 cápsulas y blisters por 10 cápsulas.
---------------------	--	---	---

Fuente: Laboratorio Natufarma, Elea, Abbott.

Marco Regulatorio de los OTC y los suplementos nutricionales de venta libre

- **Organismos del Estado:**

Cumplen un rol fundamental como agente regulador del mercado de medicamentos, brindando no sólo el marco institucional adecuado sino también los mecanismos de gestión y control necesarios para el funcionamiento del mismo. Por otro lado, el gobierno genera diferentes acuerdos de precios con laboratorios y droguerías como parte de su política de preservación del poder adquisitivo de la población (6).

- **ANMAT (“Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica”):**

Principal agente de control de calidad de los medicamentos comercializados en el territorio nacional. La ANMAT funciona como un órgano descentralizado de la Administración Pública y bajo la Disposición 753/12 establece las Definiciones y Lineamientos Generales de la Información que deberán contener los prospectos, etiquetas y rótulos de especialidades medicinales de condición de venta libre (11)

- **Cámara Argentina de Medicamentos de Venta Libre (CAPEMVeL).**

Está integrada por empresas nacionales e internacionales que participan del mercado argentino de medicamentos de venta libre y comparten un fuerte sentido ético de servicio a la comunidad. CAPEMVeL es miembro de la WSMI (World Self-Medication Industry), organismo no gubernamental en relación oficial con la Organización Mundial de la Salud (3).

- En lo que se refiere al mercado bajo análisis, dentro de la ANMAT, el **Instituto Nacional de Medicamentos (INAME)** tiene como objetivo la fiscalización y control de los medicamentos de origen nacional o importado, fiscalizando también las actividades de elaboración, importación y en algunos casos, de distribución de dichos productos (12).

- El despacho y venta al público de medicamentos, en todo el territorio de la Nación, solamente puede ser efectuado en farmacias habilitadas art. 1º, Ley 17.565 (13)

- La mayoría de las provincias de Argentina adhirieron al nuevo régimen, pero en la Ciudad de Buenos Aires la ley de adhesión de la Legislatura porteña, fue vetada por el Jefe de Gobierno Mauricio Macri (14).

ESTADO DEL ARTE

En Sevilla España en el año 2008 se realizó un estudio sobre el consumo de suplementos nutricionales en 415 usuarios en 4 gimnasios de la zona. La muestra indicó que compran los suplementos en gimnasio 42,5%, en tiendas especializadas 35,62% y en herboristerías un 33,47%. En cuanto a la motivación de su consumo, del total de 143 encuestados el 61,6% fue por amigos. El 29,4% en Dietistas y por último un 16,7% fue indicado por profesionales de la salud (15).

En Chile también se realizó un estudio sobre consumo en gimnasios en el año 2011. En una muestra de 314 personas seleccionadas, en un rango de edad entre 15 a 65 años. El consumo arrojó el 55,7 % proteínas, 25,9% aminoácidos y 25,1% vitaminas y minerales. De los cuales fueron indicados por un entrenador 48,5%, amigo 17,2%, nutricionista 14,2% y médico un 9%. Una minoría declara haber sido incentivado por la publicidad 4,5%, por el farmacéutico 2,2% (16).

Otro estudio en España en la Universidad de Montemorelos, en el que participaron 211 alumnos el 27,5% consumen algún tipo de suplementos. Los más consumidos son los proteínas 29,3 %%, y las bebidas deportivas como los complejo vitamínico 20,7%% (17).

En Mar del Plata en la Universidad Fasta se realizó el mismo estudio sobre consumo pero en 70 deportistas que practican Muay Thai. El 20% respondió que consume habitualmente suplementos y un 80% que no. De los que indicaron su consumo los Multivitamínicos en primer lugar con el 9 %, los Ganadores de peso con un 6%, y por último con el 1% fue el consumo de Minerales (18).

Estudiantes de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque estudiaron la prevalencia de automedicación. Tanto varones como mujeres se automedican por igual 99,4% versus 98,1%. El principal motivo fue que los síntomas o la enfermedad no era grave 42,8%. Los síntomas principales que conllevaron a automedicarse fueron el dolor 48,1% y fiebre 43%. Los fármacos más utilizados en la automedicación fueron los antigripales 49,2%, antiinflamatorios 26,9% y los antibióticos 21,3%. Las principales fuentes orientadoras para la automedicación fueron: una prescripción médica anterior con 32,2%, familiares y amigos con 24,6%, Técnico en Farmacia con 23,3 % y la búsqueda de información por sí mismo en 5,5%. Acuden mayormente a las farmacias para comprar medicamentos 78,6% y solo un 8,7% leen todo el paquete del mismo (19).

En la Provincia de Santa Fe a través del Colegio de Farmacéuticos, se convocó a participar a farmacias comunitarias en la realización de encuestas a las 5 primeras personas que solicitaran suplementos nutricionales en el año 2013. De las personas encuestadas el 28% iban a consumir por primera vez, un 40% lo utilizaban desde hacía menos de 6 meses y un 32% más de 6 meses. La Indicación por parte de los profesionales de la salud un 34% y a diferentes actores no sanitarios (amigo, familiar, en el gimnasio) 38%. La influencia por la publicidad 14% y el 16% respondió “nadie” (20).

Estudio en Colombia en el año 2015 sobre la demanda de suplementos más solicitados por los consumidores. Arrojó que los productos de origen importado han sido los de primera opción elegidos con un 82%, a comparación de los de origen animal con un 18%. Con un orden de mayor consumo la vitamina E 17%, Calcio 14 %, Omega un 12% y glucosamina un 11% (21).

Visto el gran consumo de suplementos nutricionales de venta libre en distintas partes de Latinoamérica y España, y teniendo cada vez más cantidad de productos a disposición de las personas se realizó una investigación con respecto al consumo de los mismos en nuestro país, actividad que se desarrolló en una farmacia de Capital Federal y otra del interior.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo es la venta y consumo de suplementos nutricionales de venta libre en Comodoro Rivadavia, Chubut y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y cuáles son las motivaciones y conocimientos que tienen los consumidores al respecto de dichos productos?

OBJETIVOS:

- Cuantificar y comparar la disponibilidad y venta de suplementos nutricionales de venta libre en Farmacias de barrio en la Ciudad de Comodoro Rivadavia y en Cadenas tipo *Drugstore* en CABA.
- Describir los productos más vendidos en ambas localidades y relacionarlo con la modalidad de exhibición de los suplementos nutricionales de venta libre.
- Describir las motivaciones y los conocimientos de los consumidores en las Farmacias de Comodoro Rivadavia con respecto a los beneficios de su uso, recomendaciones, usos.

METODOLOGÍA

Tipo de diseño de la investigación:

El diseño será realizado de tipo descriptivo transversal, de comparación.

Población y Muestra:

Objetivo 1 y 2: Suplementos Nutricionales de venta libre.

Objetivo 3: Población: adultos de la ciudad de Comodoro Rivadavia, Chubut.

Tipo de Muestreo:

No probabilístico por conveniencia.

Criterio de inclusión:

Objetivo 1 y 2: Suplementos Nutricionales de venta libre disponibles en las Farmacias del estudio.

Objetivo 3: adultos provenientes de la ciudad de Comodoro Rivadavia, Chubut y en CABA, Buenos Aires de entre 18 y 70 años.

Criterio de Exclusión:

Objetivo 1 y 2: Suplementos para Deportistas

Objetivo 3: Niños, embarazadas, personas amamantando, ancianos. Y toda persona que no desee participar de la encuesta.

Criterios de Eliminación:

Objetivo 3: Encuestas que se encuentren incompletas o aquellos que decidan no terminar con la misma.

VARIABLES DE ESTUDIO

1. Se midió la disponibilidad de 12 subcategorías de Suplementos Nutricionales de Venta libre en Farmacia de barrio en la Ciudad de Comodoro Rivadavia y en Cadena tipo Drugstore en Capital Federal.

Subcategorías: Alimentos Nutraceuticos, Antiartrósicos, Antioxidante, Circulatorio, Climaterio, Control de peso, Descanso, Memoria, Multivitaminico, Salud del Corazón, Salud Intestinal, Vías Urinarias.

Categorías:

- Si : cuando esté disponible Tipo: (Marcas):
- No: cuando no esté disponible.

2. Venta OTC:

Se midió la venta de las subcategorías de Suplementos Nutricionales de Venta libre disponibles en Farmacia de barrio en la Ciudad de Comodoro Rivadavia y en Cadena tipo Drugstore en Capital Federal.

Categorías:

- Si: Hay venta de productos en el mes de estudio Tipo: (Marcas):
- No

3. Modalidad de exhibición y ubicación de OTC:

Se midió la ubicación y exhibición de los Suplementos Nutricionales de Venta libre.

Estanterías (atrás del mostrador):

- Si:
 - Vista al público.
 - Depósito.

Góndolas (Exhibido):

- Si:
 1. Nivel de la cabeza ($> 1,7$ m)
 2. Nivel de los ojos (1,2m - 1,7 m)
 3. Nivel de las manos (0,8m - 1,2 m)
 4. Nivel del Suelo (0,7m - 0,8 m)
- No: Productos no exhibidos a la vista en góndolas.

Variables del objetivo 2:

1. Productos adquiridos en Comodoro Rivadavia: tipo (marca).

2. Motivaciones de compra de los OTC:

- Indicación médica
- Costumbre
- Curiosidad
- Publicidad televisiva, radio, revistas, internet.
- Recomendación de conocidos.
- Precios.
- Otros: (tipo).

3. Fuente de Conocimientos sobre los OCT:

- Publicidad televisiva, radio, revistas, internet.
- Internet.
- Profesional de la salud.
- Farmacéutico.

4. Variables de Caracterización:

- Edad: En años cumplidos.
- Sexo: Masculino o femenino.
- Nivel de estudio completado:

Primario

Secundario

Terciario

Universitario.

- Enfermedad:

Si:

Cardiovascular.

Diabetes

Hipertensión

Tiroides

Obesidad

Otra: (tipo)

No:

Cobertura de salud:

Si (obra social, prepaga, otra)

No.

INSTRUMENTO

La metodología de recolección de datos sobre venta y consumo de suplementos de venta libre fue aportada por la farmacia Lahuen ubicada en la ciudad de Comodoro Rivadavia, Chubut. Y en Capital Federal por Farmacity por su personal. En cuanto a la exhibición de los mismos fue realizado por observación directa.

En la farmacia de Comodoro Rivadavia se realizó una encuesta a las personas que han adquirido productos dietarios para valorar conocimientos y motivaciones de consumos. Realizadas por el personal de la farmacia.

RESULTADOS

El estudio de disponibilidad y venta de los Suplementos Nutricionales de Venta Libre se llevó a cabo en Farmacia Lahuen de Comodoro Rivadavia Chubut y en Capital Federal en Farmacity por el término de un mes, período durante el cual se pudo observar que en ambas farmacias contaban con la total disponibilidad de las 12 subcategorías. En la Tabla 1, se detallan las marcas comerciales que se encuentran disponibles en ambas Farmacias para cada subcategoría.

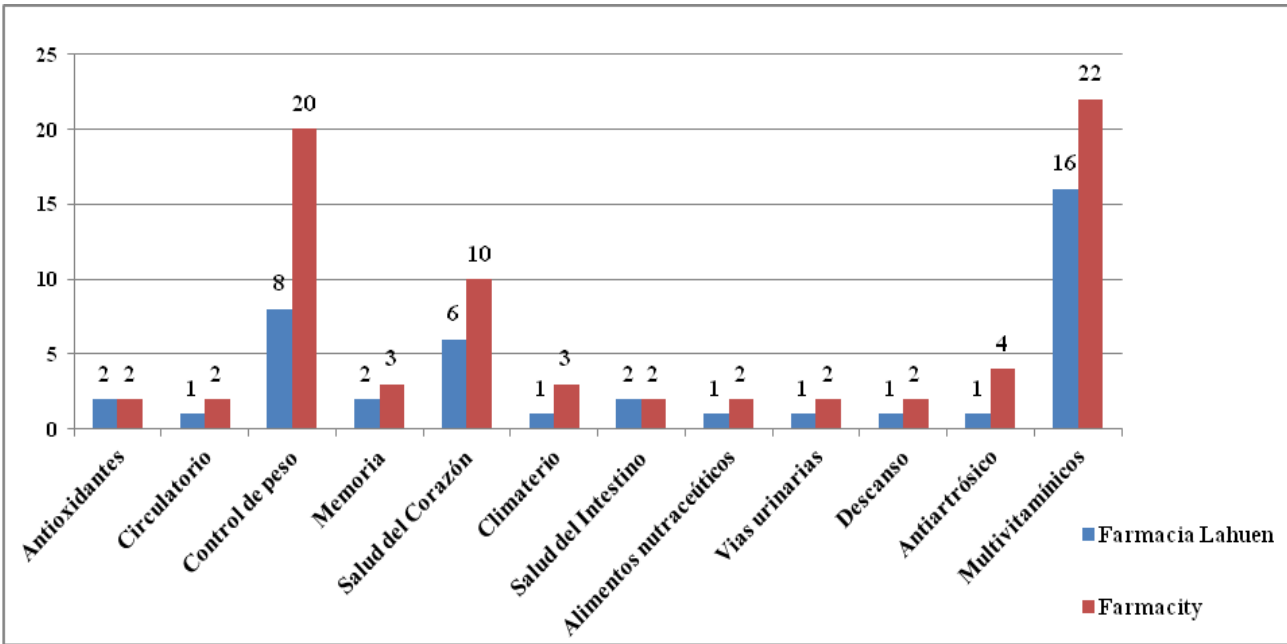
Tabla 1. Disponibilidad de Suplementos Nutricionales de venta libre en Farmacia Lahuen y Farmacity.

<u>Subcategorías</u>	<u>Farmacia Lahuen</u>	<u>Farmacity</u>
Alimentos Nutracéuticos	Ensure Plus Drink, Ensure Advance, Glucerna.	Ensure Plus Drink, Ensure Advance, Glucerna.
Antiartrósico	Flexium, Carticaps, Cartílogo de Tiburón	Flexium, Cartiflex (Isa), GlucoCartiflex (Isa), Carticaps, Cartílogo de Tiburón, Deporflex.
Antioxidantes	Framintrol, Resveratrol (cormillot)	Framintrol, Resveratrol (cormillot), Resveratrol plus (vidatech)
Circulatorio	Centella Asiática (natufarma)	Centella Asiática (natufarma), Venoful, Centella Forte, Circulac (Geonat).
Climaterio	Isoflavonas de Soja (Natufarma)	Isoflavonas de Soja (Natufarma), Snella Free (Gramon Millet), Isoflavonas (pharmamerican)
Control de peso	Metabolic cla, Satial, Garcinia Cambogia, Ampk, Metabolic cla 1000, Spirulina, Spirulina Silver, Desgras plus.	Metabolic cla, Satial, Fucus (Natufarma), Adelgafruta, Espirulina 500(Geonat), Lisopresol (Elea), Garcinia Cambogia, Ampk, Cla gnc, Desgras, Cellacene, Spirulina, Spirulina Silver, Metabolic cla 1000, Reductase, Reductase cla, Estetic cla, Café Verde (Pharmamerican), Cetolip (Pharmamerican),
Descanso	Valeriana.	Buenas noches, Valeriana.
Memoria	Fosfovita Silver, fosfomemory	Fosfovita Silver, fosfomemory, Ginkgo Biloba
Multivitámicos	Levadura de cerveza, Centrum, Redoxon, Valcatil Piel, Aminototal, 102 Años sport plus, Megacistin Max, Vitene Antiage, Vitene hair, Marathon Antioxidante, Formuly Piel, Supradyn, Cal-c-vita, Valcatil max, Total Magnesiano Vitalizant.	Levadura de cerveza, Centrum, Redoxon, Valcatil Piel, Aminototal, 102 sport plus, Megacistin Max, Vitene Antiage, Vitene hair, Marathon Antioxidante, Formuly Piel, Supradyn, Cal-c-vita, Valcatil max, Total Magnesiano Vtalizante, perlavita, Hair Formula (pharmamerican), Vitamina C, Coenzima q10 (Vidatech), Rominafort.
Salud del corazón	Ajomast, ChiaCaps, Estetic chia, Ajolip (Natufarma), Omega 3, Lecitina de Soja, Regulip 1000	Ajomast, ChiaCaps, Estetic chia, Ajolip (Natufarma), Omega 3, Lecitina de Soja, Regulip 1000, Omega 3 plus (Kassel), CapsKrill (Framingham Pharma), chia sturla.
Salud intestinal	Natulax, Cascara Sagrada	Natulax, Cascara Sagrada
Vías urinarias	Arándano Dry, Arándano ury.	Arándano Dry, Arándano ury.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la venta de lo ofrecido por cada farmacia todas las subcategorías mencionadas son solicitadas. En el gráfico 1 se ilustrará por subcategoría las marcas comerciales solicitadas en ambos casos. Subcategorías como “control de peso”, “salud del corazón” y “multivitamínicos” fueron las de mayor salida en ambos casos. Siendo los productos Metabolic cla, Omega 3, Centrum y productos para el cuidado de la piel y pelo los más elegido por el público.

Gráfico 1. Venta de marcas comerciales por subcategorías de Suplementos Nutricionales de venta libre en Farmacia Lahuen y Farmacity



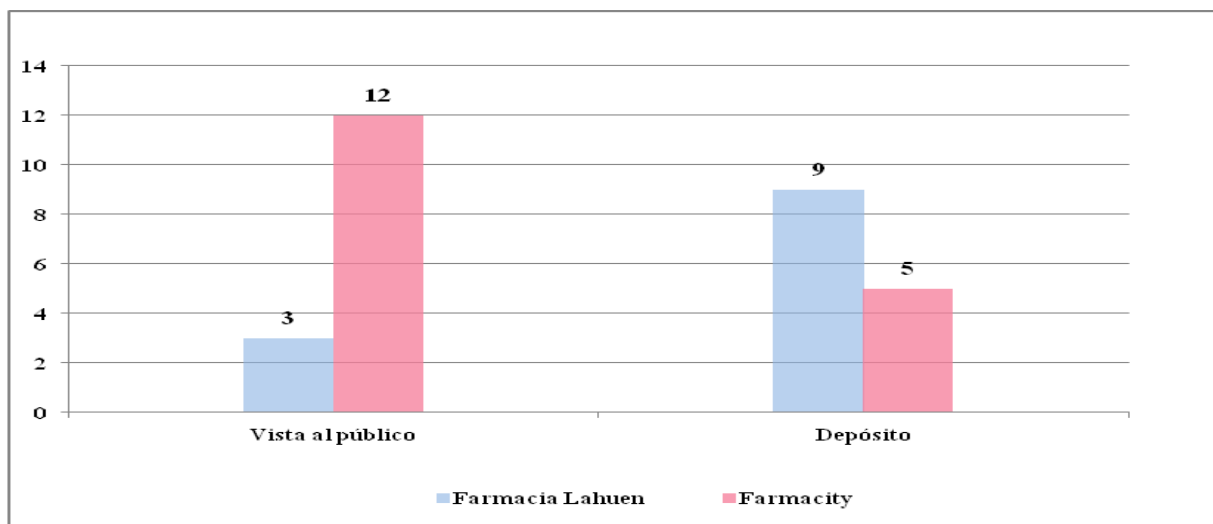
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la exhibición y ubicación de los Suplementos Nutricionales de Venta Libre se encontró una diferencia bien marcada entre las dos farmacias ya que una presenta características propias de un autoservicio o drugstore y la otra un estilo tradicional. En el gráfico 2 se puede observar cómo en Farmacia Lahuen sólo 3 subcategorías están a la vista del público y el resto atrás del mostrador en estanterías o en depósito, y son solicitadas por los consumidores.

A diferencia de esta farmacia, Farmacity despliega las 12 subcategorías en las góndolas para su autoservicio. Zonas de la góndola como el “nivel de ojos” y “manos” serán las ubicaciones más vendidas por esta razón se encuentran ubicados todas las subcategorías de suplementos.

La exhibición en Farmacity corresponde a la ubicación planteada por el sector de marketing de la cadena farmacéutica y se utilizará en todas las farmacias que la componen (tabla 2).

Gráfico 2. Exhibición de Suplementos Nutricionales de venta libre en Farmacia Lahuen y Farmacity.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Ubicación en góndolas de Suplementos Nutricionales de venta libre en Farmacity.

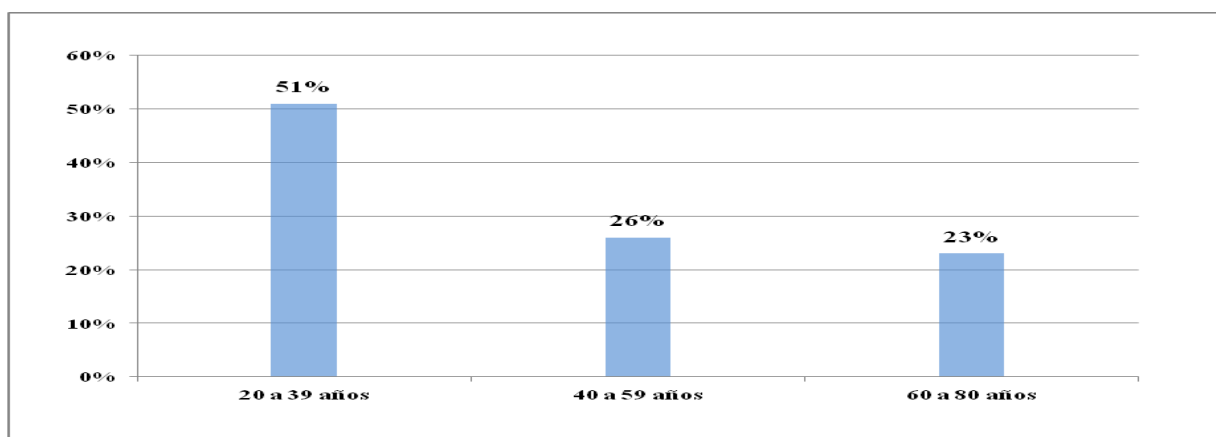
<u>Zonas de la Góndola:</u>	<u>SUBCATEGORÍAS</u>
1º) Nivel de la Cabeza (> 1,7 m)	Alimentos nutraceuticos.
2º) Nivel de los ojos (1,2m - 1,7 m)	Alimentos nutraceuticos, Antioxidantes, Antiartrosicos, Circulatorio, Control de peso, Climaterio, Multivitaminicos, Salud del corazón.
3º) Nivel de las manos (0,8m - 1,2 m)	Control de peso, Descanso, memoria, Mutivitaminicos, Salud del corazón, Salud Intestinal, Vías urinarias.
4º) Nivel del suelo (0,7m - 0,8 m)	Alimentos nutraceuticos

Fuente: Elaboración propia

La recolección de datos para determinar el objetivo 3 sobre compra, consumo, motivaciones y conocimientos de los Suplementos Nutricionales de Venta Libre en Comodoro Rivadavia se realizó por medio de encuestas a 130 adultos oscilando sus edades de entre 18 a 80 años de los cuales 83 fueron mujeres y 47 hombres. En el gráfico 3 se puede observar de este total los 3 rangos de edad que lo conforman. Entre 20 a 39 años está compuesto por 28 hombres y 38 mujeres (51%), de 40 a 59 años por 6 hombres y 28 mujeres (26%), y por último de 60 a 80 años por 13 hombres, y 17 mujeres (23 %).

El nivel de estudio alcanzado de los encuestados fue del 43,8 % universitario, 24,6 % terciario, un 28,5 % secundario y un 3 % primario.

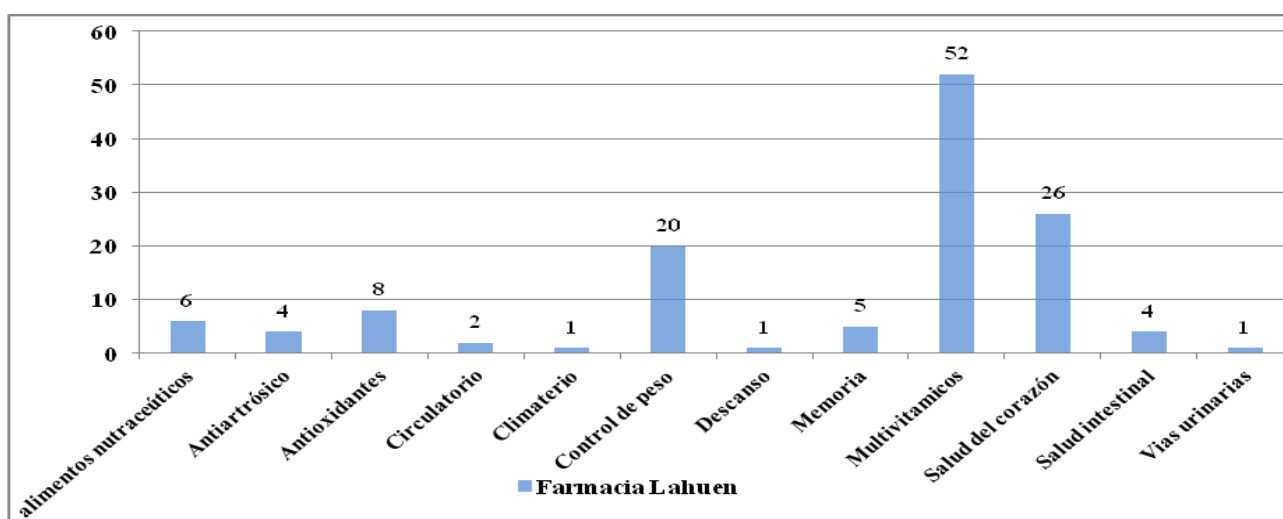
Gráfico 3. Distribución de la muestra según rango de edad (n=130)



Fuente: Elaboración propia

Los productos adquiridos según los datos obtenidos de las encuestas fueron agrupados dentro de las 12 subcategorías de áreas terapéuticas de suplementos nutricionales de venta libre cómo se puede observar en el gráfico 4. En el período de tiempo estudiado se observó el gran consumo en la subcategoría “Control de peso” por parte de los productos Metabolic cla y Ampk en mujeres de los 3 rangos de edad. Los “multivitamínico” como el Centrum por parte de los caballeros entre los rangos de edad de 20 a 39 años, y de 60 a 80 años. Por parte de las damas de entre 20 a 39 años el Redoxon, de entre 40 a 59 años el Perlavita y a partir de 60 a 80 años el Valcatil Max. Por último en salud del corazón marcas como el Omega 3 y chiacaps fueron elegidas en todos los rangos de edades.

Gráfico 4. Productos adquiridos en Farmacia Lahuen según subcategorías de Suplementos Nutricionales de venta libre.

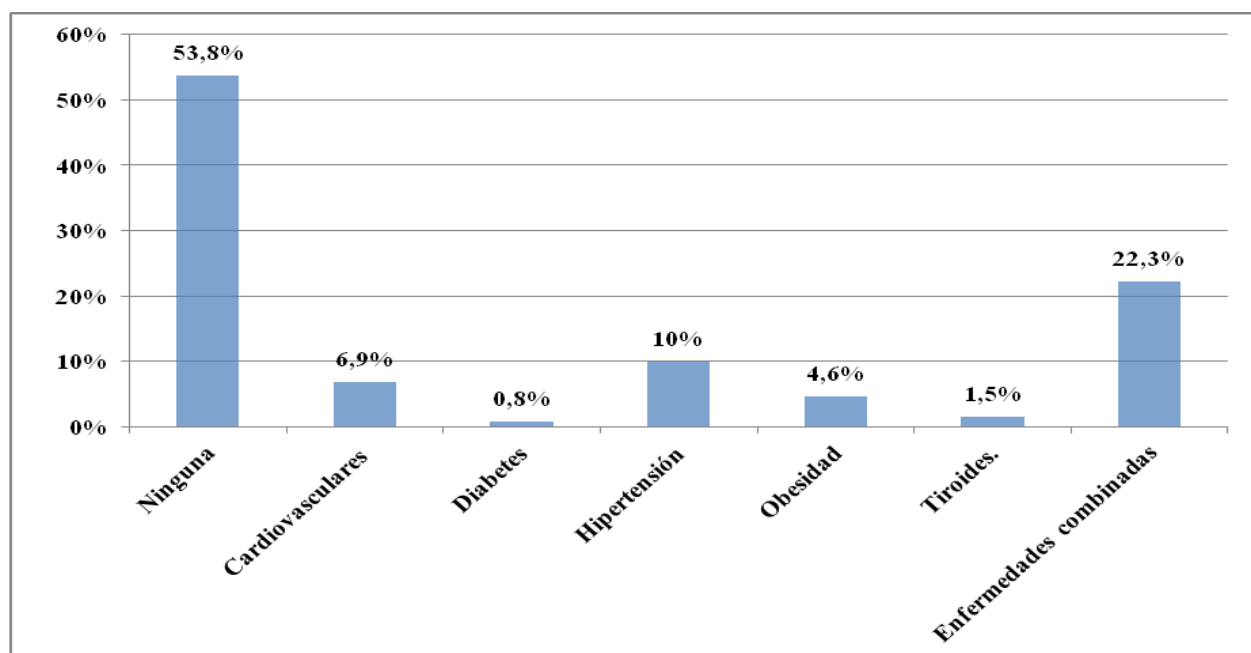


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la salud de los participantes 70 personas refirieron no padecer ninguna enfermedad, en el gráfico 5 se describe las patologías que manifestaron tener los 60 participantes restantes.

La mayor prevalencia fue la hipertensión con un 10% incluyendo tanto a hombres como a mujeres. Y en el caso de las enfermedades combinadas que representan un 22,3% se observa que la combinación de hipertensión, cardiovascular y obesidad está representada por parte de las mujeres. De los 130 encuestados 118 participantes contaban con Obra Social y los 12 participantes restantes no poseían este beneficio, y dentro de este grupo 5 personas contaban con enfermedades combinadas mencionadas anteriormente.

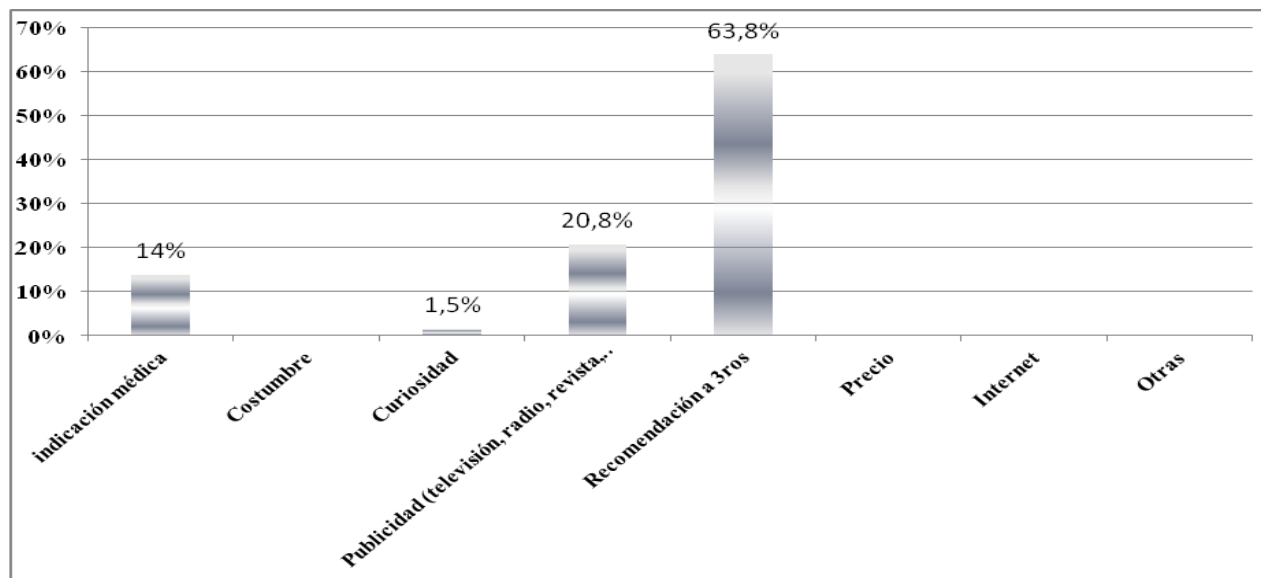
Gráfico 5. Enfermedades indicadas en encuestados en Farmacia Lahuen (n=130).



Fuente: Elaboración propia

La motivación de la compra de los Suplementos Nutricionales de venta libre tiene distintos orígenes como se puede observar en gráfico 6. La mayoría de los pacientes indicaron recurrir a estos medicamentos motivados por el impacto audiovisual de los medios, el acceso a internet, revistas y las consultas realizadas a profesionales o personal idóneo. En la recomendación de terceros fue indicado el asesoramiento en muchos casos de profesores o personal-trainers de los gimnasios o por familiares que ya emplearon el producto y los recomendaron según su criterio debido a los beneficios obtenidos.

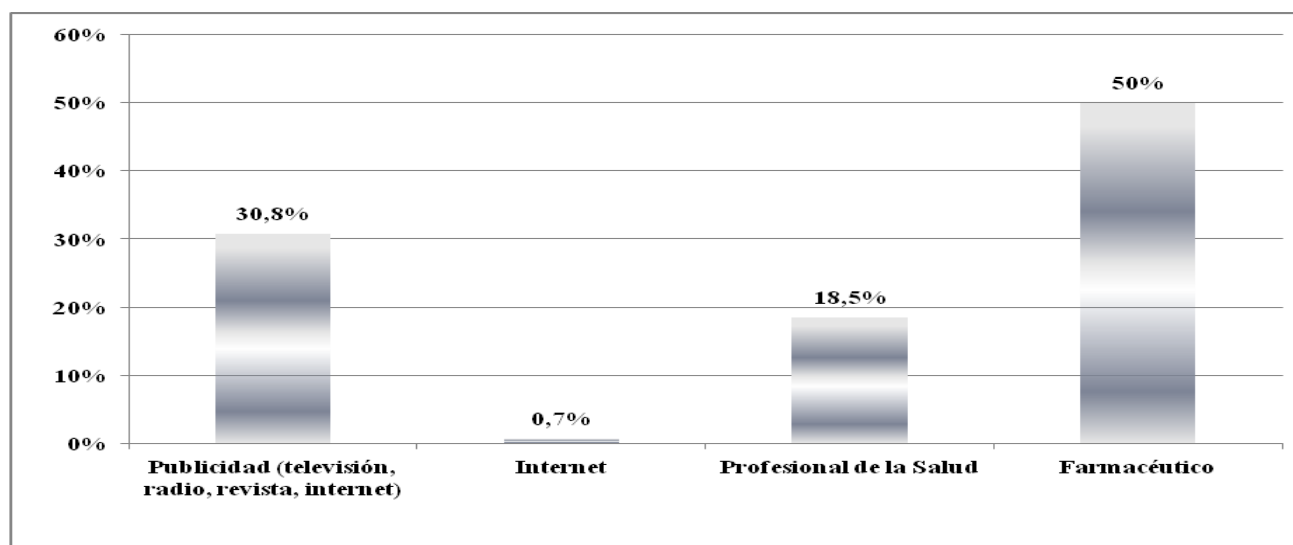
Gráfico 6. Motivaciones de compras de suplementos nutricionales de venta libre (n=130).



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 7 se ve reflejado lo manifestado por los encuestados quienes expresan haber adquirido conocimientos de los productos consumidos a través de la publicidad en los medios televisivos por parte de sus conductores como así también entrevistas a médicos. En cuanto a internet obtuvieron la información en las páginas web de los laboratorios farmacéuticos, los profesionales de la salud en algunos casos indicaron el consumo de los suplementos de venta libre en primera instancia en especial a gente polimedicada. Y los que realizaron consultas al personal farmacéutico manifestaron asesoramiento con respecto a la forma de dosificación y el uso adecuado de los mismos.

Gráfico 7. Fuentes de conocimientos sobre Suplementos Nutricionales de Venta Libre (n=130)



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIÓN:

En este trabajo se intentó hacer un breve estudio sobre el consumo de Suplementos Nutricionales de Venta Libre en el ámbito de dos Farmacias de características totalmente distintas.

Una de ellas, una Farmacia de barrio donde sólo algunos de estos productos están a la vista y el resto son solicitados por los compradores en donde cuentan con la intervención del farmacéutico y personal idóneo quienes aportaban datos relacionados a la dosis, administración y precauciones a tener en cuenta.

La otra una farmacia tipo drugstore con los productos en las góndolas y a mano donde los compradores elegían lo expuesto ya sea por marca, precio o descuentos ofrecidos por los laboratorios.

En ambos casos se pudo observar disponibilidad de las doce subcategorías de los Suplementos Nutricionales de Venta Libre. Obviamente la Farmacia tipo drugstore tenía más variedad en cuanto a una misma composición química, debido al espacio y característica propia del movimiento de las personas entre góndolas.

De los resultados se observó que en ambos casos los suplementos se vendían de igual manera ya que el comprador iba con una idea predeterminada de lo que quería, tanto en el caso de vitaminas, productos relacionados a la disminución de colesterol y triglicéridos o al control de peso.

En el caso de la Farmacia de barrio se buscó el asesoramiento del farmacéutico o personal idóneo y en el segundo caso buscó la marca y lo sugerido por terceros. Recordemos que en muchos casos estos medicamentos son sugeridos también por los médicos.

En general todos tenían conocimiento de los Suplementos Nutricionales de Venta libre, es un campo en crecimiento y los laboratorios saben cómo motivar a la gente para definir su elección a través de la publicidad, las imágenes televisivas que auguran un bienestar mayor, la atención telefónica por parte de los laboratorios dispuestos a responder las consultas sobre ventajas, contraindicaciones y el auge de las redes sociales. Esto hace que el paciente en general haya ido con una idea de comprar algo para una dolencia o manifestación determinada como en el caso del agotamiento físico por largas horas de trabajo o alteración en los horarios por turnos y las

obligaciones que hacen que la alimentación haya sido de elaboración rápida muy ricas en grasas y bajo nivel nutricional con las debidas consecuencias resultando altos niveles de colesterol, triglicéridos o aumento de peso manifestadas como las enfermedades encontradas en los encuestados. Los laboratorios también insisten en las farmacias en darle a los Suplementos Nutricionales de Venta Libre darles un lugar de mayor importancia y visibilidad para que el público pueda junto con el asesoramiento del farmacéutico, decidir su compra.

Con la creciente tendencia del cuidado de cuerpo, han aparecido en el mercado distintas opciones de vitaminas, energizantes, productos y suplementos dietarios que prometen pérdida de peso, eliminación de grasas y reducción del apetito.

Con la mayor cantidad de unidades vendidas en los dos últimos años, las combinaciones multivitamínicas, representan un 81 % del mercado de los Suplementos dietarios. Este grupo está compuesto principalmente por combinaciones múltiples de vitaminas que aportan una gran cantidad de nutrientes y complementan cualquier otra dieta. Están destinados a mejorar no sólo el rendimiento físico sino también el mental, y sus preparados contienen generalmente gran porcentaje de componentes extraídos de la naturaleza.

Hoy en día los productos destinados a disminuir los valores de colesterol y triglicéridos son buscados tanto por hombres como por mujeres manifestando haber obtenido resultados positivos ya que no sólo primó la constancia sino que la administración de estos medicamentos fue acompañada de actividad física y una dieta equilibrada.

Los productos de control de peso alcanzaron en estos dos últimos años una venta de un millón y medio de unidades, estos productos los de control de apetito y gasto calórico incluye batidos, barras proteicas, tabletas, comprimidos y cápsulas. Actualmente muchos son los hombres que también solicitan estos medicamentos si bien este sector es visitado mayoritariamente por las mujeres.

El mercado de los Suplementos nutricionales de Venta Libre es cada vez mayor, son productos de calidad avalados por el Anmat y controlados por este Ente Regulador, o sea que son productos que al ser comprados en la Farmacia son serios y de calidad.

En la Farmacia tipo drugstore se ven rincones exclusivos llamando a los compradores con pautas publicitarias, son centros de compra más ágil pero más impersonales. En cambio en la Farmacia de

barrio existe una mayor relación entre la comunicación y la satisfacción de paciente ya al recibir información adicional siente que se preocupan por ellos. La calidad de atención está formada por toda una gama de actividades que percibe el cliente y lo toma como un sentimiento de confianza y contención generando fidelidad con el lugar.

Los dos tipos de farmacias nos ofrecen lo mismo en cuanto a disponibilidad y servicio farmacéutico pero la forma de ofrecerlo es distinta, los tiempos modernos, la celeridad en lo cotidiano, van ofreciendo otras alternativas para ofrecer sus productos y sus ofertas. Dependerá del paciente - comprador elegir donde obtener sus medicamentos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Gerson C. Terapia Gerson. México: A. Furmanski; 2011
2. Organización Mundial de la Salud. [sede web]. La OMS y la FAO publican un informe de expertos independientes sobre dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas. Ginebra; 2003. (Consultado: 1 de julio de 2017). Disponible en <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2003/pr20/es/>
3. Cámara argentina de productores de especialidades medicinales de venta libre [sede web]. Medicamentos de venta libre. Argentina: Autor; 1999. (Consultado: 24 de junio de 2017). Disponible en http://capemvel.org.ar/?page_id=126
4. Ministerio de Asistencia Social y Salud Pública; Medicamentos. Decreto n° 9763/64. Buenos Aires.
5. Vallory JJ. Guía de dispensación en medicamentos de venta libre OTC. 2ª ed. Buenos Aires: Polenis; 2010.
6. Corporate Finance. Laboratorios e industria farmacéutica: reporte sectorial. Buenos Aires: Autor; 2013.
7. Laboratorios Abbott. Suplementos nutricionales en la farmacia. Buenos Aires: Dosis Capacitación; 2016.
8. Ministerio de Salud Secretaría de Políticas, Regulación e Institutos, Acta conal N° 103, Suplementos dietarios, actualización del artículo 1381 del Código Alimentario Argentino (CAA), 2004.
9. Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). Disposición ANMAT N° 4980/2005. Buenos Aires.
10. Academia de ciencias, [sede web]. Dietary Reference Intake (DRI), 2011. (Actualización 2011, fecha de consulta: 10 de julio de 2017). Recuperado de <http://www.nationalacademies.org/hmd/~media/Files/Activity%20Files/Nutrition/DRI-Tables/5Summary%20TableTables%2014.pdf?la=en>

11. Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). Disposición 753/2012. Buenos Aires: Ministerio de la Salud.
12. Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). Disposición 1490/92. Buenos Aires: Ministerio de la Salud.
13. Colegio de Farmacéuticos Río Negro. Ley 17565. Buenos Aires, 2009.
14. Instituto de estudios sobre políticas de salud, [sede web]. La venta de medicamentos sigue creciendo en Argentina. Argentina, 2013. Fecha de consulta: 23 de julio de 2017). Disponible en <http://www.ieps.com.ar/es/template.php?file=notas/2014/01/14-01-17-La-venta-libre-de-medicamentos-sigue-creciendo-en-Argentina.html>
15. Sánchez Oliver AJ, Miranda León MT, Guerra Hernández E. Estudio estadístico del consumo de suplementos nutricionales y dietéticos en gimnasios, 2008; 58 (3).
16. Rodríguez F., Mirta Crovetto M., González A. consumo de suplementos nutricionales en gimnasios, perfil del consumidor y características de su uso. *Rev Chil Nutr*, 38(2): 157-166.
17. Mejía S, Guevara F. Uso de suplementos nutricionales en estudiantes universitarios. *Rev Ib CC Act Fís Dep*, 2017; 6(1) 1-14.
18. Cañadas LC. Patrones de consumo, estado nutricional y suplementos dietarios en el Muay Thai [monografía en Internet]. Mar del Plata: Universidad FASTA; 2013. (Fecha de consulta: 29 de junio de 2017). Disponible en http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/79/2013_n_301_L.pdf?sequence=1
19. Bonilla YH. Automatización en estudiantes de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo [monografía en Internet]. Lambayaque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo; 2017. (Fecha de consulta: 29 de junio de 2017). Disponible en <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/928>
20. Araya M, Asinari M, Clavé M, Caraballo A. Características del uso de suplementos dietarios solicitados en farmacias de la ciudad de santa Fe: Colegio de Farmacéuticos; 2014 (Fecha de consulta: 30 de junio de 2017). Disponible en <http://www.fefara.org.ar/files/trabajos/2014/27.pdf>
21. Moreno Quintero LN. Plan de negocios internacionales: estudios del mercado de suplementos dietarios en Colombia [tesis en internet]. Bogotá: Universidad de la Sabana; 2015. (Fecha de consulta: 30 de junio de 2017). Disponible en <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/17401/Lina%20Natalia%20Moreno%20Quinter%20%28tesis%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

VENTA DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE VENTA LIBRE

Tesis carrera Nutrición, Universidad Isalud.

ENCUESTA INFORMATIVA N° ____

Producto adquirido: _____

DATOS DEL PARTICIPANTE:

Edad	Sexo	Nivel de Estudio completado	Cobertura de Salud
...	F M	P S T U	SI NO

Marque las opciones correctas con una X

Padece alguna de estas enfermedades que se menciona a continuación:

Cardiovasculares ☐ Diabetes ☐ Hipertensión ☐ Tiroides ☐ Obesidad ☐
Otras ☐ _____

Marque la opción correcta con una X

Motivación de compra:

Indicación médica ☐ Costumbre ☐ Curiosidad ☐ Publicidad (televisiva, radio, revistas, internet) ☐
Recomendación de terceros ☐ Precio ☐ Internet ☐ otras ☐ _____

Marque las opciones correctas con una X

Adquirió los conocimientos de los Suplementos Nutricionales a través de:

Publicidad televisiva, radio, revistas, internet ☐ Internet ☐ Profesional de la salud ☐ Farmacéutico ☐

Muchas Gracias!!

