

"El mercado no se limitará a los consumidores latinos"

PEDRO BOUZA

DIRECTOR GENERAL EJECUTIVO GRUPO LUX INTERNACIONAL PARA EUROPA & ÁFRICA



Mérica es la distribuidora líder de productos de alimentación y bebidas de origen latino en España

Mérica pertenece a Grupo Lux, la denominación administrativa de las empresas de alimentos y bebidas de la Organización Ardila Lülle, un reconocido conglomerado empresarial de origen colombiano. Con un portafolio que incluye más de 20 marcas y 400 referencias, Mérica conecta a los consumidores latinos residentes en España con sus raíces gastronómicas, complementando su actividad con LuxCafé España, un tostadero de café. Juntas, estas empresas emplean a más de 200 personas en el país.

¿Qué oportunidades de negocio ve usted en el segmento de productos dirigidos a los latinos en el mercado español?

La creciente comunidad latina en España representa una oportunidad estratégica en varios sectores. España ya cuenta con más de 4 millones de latinos, esto significa que 1 de cada 9 personas del total de la población residente en España es de origen latino.

Uno de los segmentos más prometedores es el de alimentos y bebidas, que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, con tasas anuales superiores al 25%, lo que indica el fuerte potencial para productos dirigidos específicamente a este grupo de consumidores.

Además, el aumento de la disponibilidad de estos productos, no solo en tiendas especializadas como hasta ahora, sino también en canales de distribución más amplios como supermercados y plataformas online, incrementarán aún más las posibilidades de negocio.

En resumen, el segmento de productos dirigidos a los latinos en el mercado español es una oportunidad significativa para las empresas fabricantes y comercializadoras. Con una población creciente, una economía que responde positivamente a la demanda de productos latinos y una mayor disponibilidad de estos en puntos de

venta, las perspectivas de negocio son prometedoras. Empresas como Mérica comprenden las necesidades específicas de este grupo de consumidores y adaptan su oferta a su cultura, valores y hábitos de consumo.

¿Qué papel juegan los factores culturales y de tradición en la compra de estos productos? ¿Cómo deben adaptar las marcas sus estrategias para conectar con los consumidores latinos en España?

El significado de los productos y las marcas cambia drásticamente cuando hablamos de productos nostálgicos. El consumo deja de ser por razones netamente funcionales o de precio y la nostalgia se convierte en el principal motor de consumo. Encontrar sabores, productos y marcas que formaron parte de su vida antes de emigrar se transforma en una forma de reconectar con aquello que dejaron atrás: su cultura, su hogar, sus tradiciones. En este contexto, las marcas tienen un desafío y una oportunidad única. Adaptar sus estrategias para apelar a esta conexión más emocional les permite establecer un vínculo más profundo con un público que busca algo más que un producto: busca una experiencia que los acerque a sus orígenes.

Hemos visto como el consumidor español ya ha incorporado a su dieta otras gastronomías de Centro y Suramérica, ¿Cree que esto seguirá creciendo y expandiéndose a otros países latinoamericanos?

El mercado no se limitará a los consumidores latinos. Cada vez más españoles adoptan productos y recetas latinoamericanas, motivados por el auge de la gastronomía internacional, el deseo de probar y descubrir nuevos sabores, los intercambios culturales y la popularidad de la música, series y contenidos que promueven la cultura latinoamericana. Este fenómeno abrirá nuevas oportunidades para las marcas que apuesten por conquistar este público más amplio.

El papel de los grandes distribuidores y tiendas especializadas será crucial. Las cadenas de supermercados en España ya están ampliando sus secciones internacionales, mientras que las pequeñas tiendas étnicas seguirán desempeñando un rol estratégico como puntos de encuentro y acceso a un surtido amplio. Nosotros, como Mérica, estamos listos para seguir llevando las mejores marcas al mercado latino y fortalecer cada vez más el liderazgo que hoy tenemos.

Mérica
Una compañía Grupo Lux

mericafoods.com