

INTABIOTECH

El mercado internacional de suplementos nutricionales

Evolución, regulación y oportunidad estratégica

www.intabiotech.com

Servicio de Publicaciones de INTABIOTECH

MERCADO · PERSPECTIVA TÉCNICA

Un mercado en expansión estructural que exige criterio técnico

La ventaja está en convertir la complejidad en una propuesta de valor: activos seguros, formulación con criterio y documentación correcta.

Los motores del crecimiento

Envejecimiento, prevención sanitaria, digitalización del autocuidado, nutrición personalizada y deporte recreativo.

La complejidad que convive con él

Claims exagerados, adulteraciones, contaminantes y diferencias regulatorias entre mercados.

Del mercado a la oportunidad para INTABIOTECH

El criterio técnico conecta la expansión del sector con activos seguros, formulación y documentación. La ventaja no está en vender más suplementos.



EVOLUCIÓN DEL SECTOR

De corregir carencias a la salud preventiva basada en evidencia



01

Nutrición básica

Hierro, ácido fólico, vitamina D, yodo. Un complemento de la dieta, nunca su sustituto.

02

Rendimiento y estética

Proteínas, creatina, colágeno. Nace el prestigio del sector y también los claims exagerados.

03

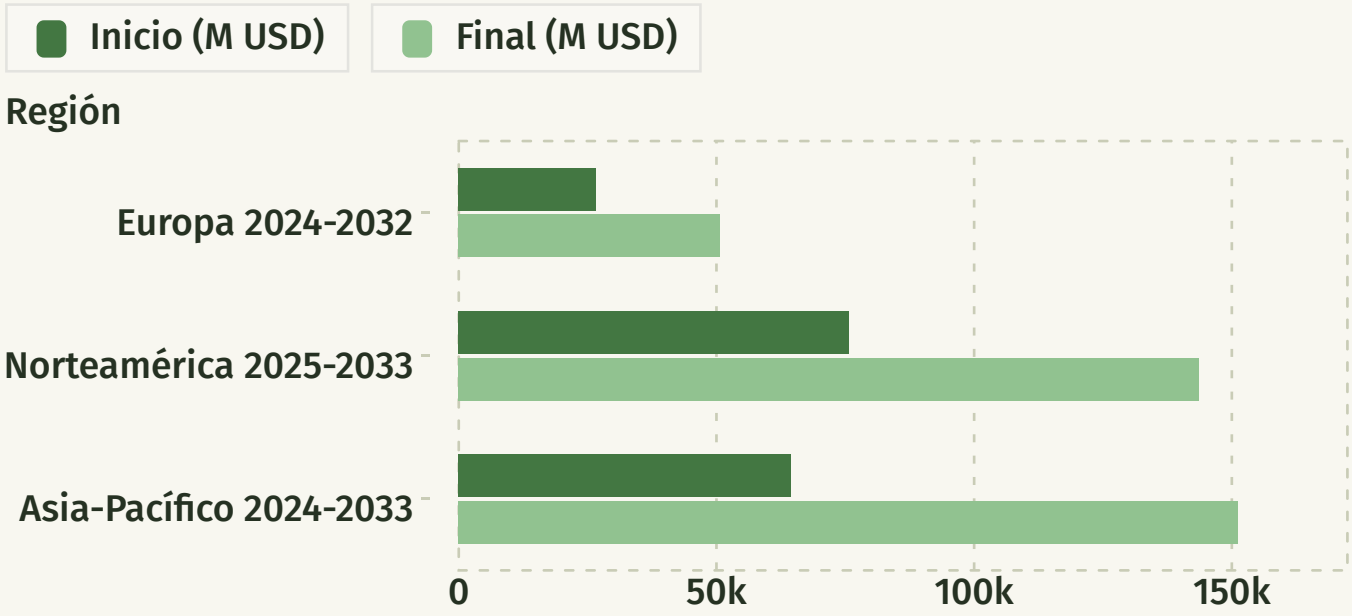
Prevención y personalización

Microbiota, sueño, menopausia, longevidad, salud cognitiva. El mercado premia conceptos creíbles, trazables y defendibles ante reguladores.

ESTIMACIONES DE MERCADO · M USD

Un mercado que se duplica, con cifras que hay que leer con rangos

Las estimaciones varían según el perímetro: dietary supplements, nutritional supplements o nutrición deportiva. Conviene segmentar por categoría, canal, región y marco regulatorio.



Proyección por región, inicio y fin del periodo. Todas las regiones casi duplican su valor. Los periodos son distintos.

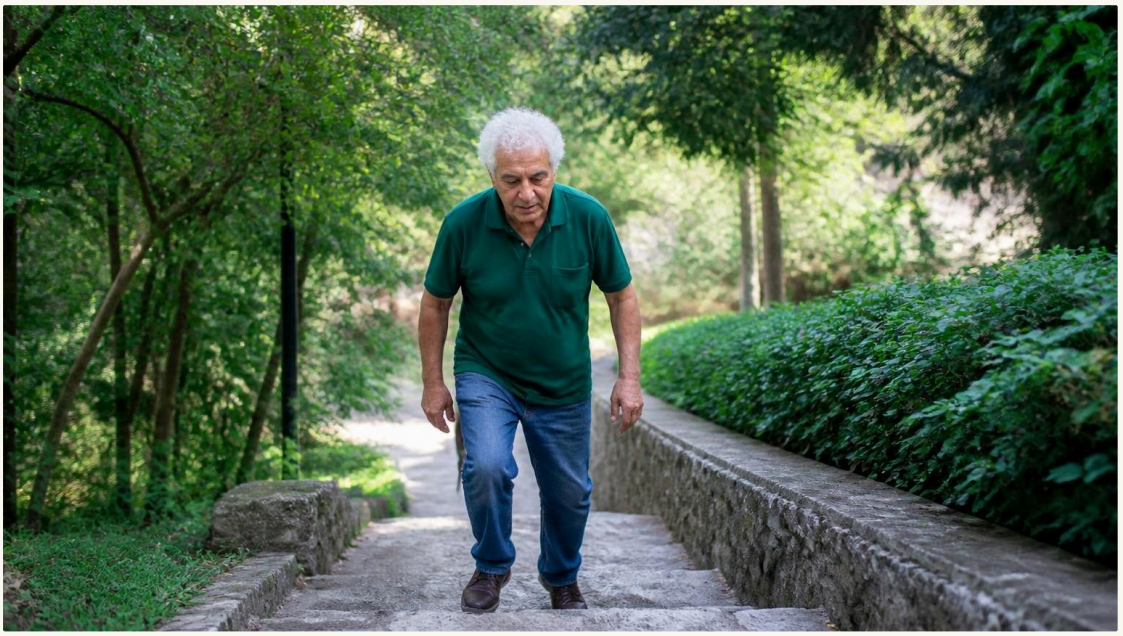
Estimación global	Inicio → final · M USD	CAGR
Grand View Research	209.520 (2025) → 431.690 (2033)	9,5 %
Fortune Business Insights	109.200 (2026) → 219.310 (2034)	9,11 %

Asia-Pacífico: 64.470 (2024) → 151.240 (2033), CAGR 9,9 %. Europa: 26.600 (2024) → 50.690 (2032), CAGR 8,45 %. Norteamérica: 75.710 (2025) → 143.610 (2033). M USD.

Cifras presentadas como estimaciones, no como un único tamaño de mercado.

DEMANDA ESTRUCTURAL

Seis fundamentos hacen del suplemento un producto estructural



Envejecimiento y longevidad

Movilidad, memoria, masa muscular y autonomía.

Deporte y composición corporal

Del atleta profesional al consumidor recreativo y al senior.

Prevención sanitaria

Apoyar funciones normales, sin prometer curar ni tratar.

Salud femenina

De la fertilidad a la menopausia, con fórmulas basadas en necesidades reales.

Digitalización del autocuidado

Wearables, tests de microbiota, e-commerce.

Microbiota, digestión e inmunidad

Uno de los grandes motores del sector, regulatoriamente exigente.

ACCESO INTERNACIONAL

Internacionalizar suplementos es técnicamente difícil



Clasificación legal divergente

El mismo producto es alimento en la UE, dietary supplement en EE. UU. o complementary medicine en Australia.

Claims

UE: autorización conforme al Reglamento 1924/2006. EE. UU.: la FTC exige veracidad y respaldo científico.

Ingredientes

Lo permitido puede estar restringido en otro mercado: novel foods en Europa, registro o filing en China.

Calidad y adulteración

Metales pesados, pesticidas, micotoxinas, fraude; cGMP 21 CFR Part 111 en EE. UU.

Documentación B2B

El comprador B2B espera CoA por lote, especificaciones, alérgenos, trazabilidad y soporte regulatorio.

MARCOS REGULATORIOS

No existe un pasaporte global para suplementos

Codex Alimentarius · 2005

Ofrece criterios para vitaminas y minerales, pero no sustituye los procedimientos nacionales.

Unión Europea

La Directiva 2002/46/CE armonizó solo parcialmente la UE. Persisten diferencias en dosis máximas, botánicos y claims.

Japón y Australia

Japón distingue FOSHU y Foods with Function Claims. Australia integra muchos productos en el marco terapéutico del TGA.

Convergencia de principios

Seguridad, trazabilidad, buenas prácticas, claims sustentados y responsabilidad postcomercialización.



CALIDAD Y NUTRIVIGILANCIA

Seguridad primero: el nuevo eje competitivo

La seguridad debe ser un sistema operativo, no un eslogan. «Natural» no garantiza seguridad.



1. Identidad inequívoca del ingrediente.
2. Dosis racional.
3. Control de contaminantes.
4. Interacciones y poblaciones vulnerables.
5. Revisión de claims.
6. Nutrivigilancia: en EE. UU., los eventos adversos graves se notifican a la FDA en un máximo de 15 días hábiles.
7. Auditoría de proveedores.

ESTRATEGIA POR REGIÓN

Europa, América y Asia-Pacífico: tres mercados, tres estrategias



Europa

Confianza y alta exigencia. Formulación correcta, claims autorizados y valor B2B.

Estados Unidos

Escala y velocidad, con riesgo reputacional y publicitario. Entrar con productos bien documentados y socios locales.

América Latina

Fuerte interés por salud natural y marcos heterogéneos. Estrategia país por país.

Asia-Pacífico

El gran eje de crecimiento. No es un mercado único: exige una matriz de ingrediente, claim, país, registro y socio local.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Siete tendencias marcarán los próximos años

01

Más regulación

Vigilancia de marketplaces e influencers.

02

Personalización

Biomarcadores, microbiota y evidencia.

03

Integración alimento-suplemento

Sticks, shots, gummies y bebidas funcionales.

04

Más salud femenina y senior

05

Más microbiota y salud digestiva

06

Más sostenibilidad y trazabilidad

07

Convergencia con la cosmética

Beauty-from-within.



CRITERIO ESTRATÉGICO

Cinco riesgos que una estrategia seria debe evitar

Exceso de claims

«Cura», «previene», «quema grasa» o «revierte el envejecimiento» son problemáticos si no están autorizados.

Catálogo amplio sin priorizar

Mejor 20-30 soluciones estrella con documentación excelente que 300 referencias con soporte débil.

Proveedores sin auditoría real

Sin análisis ni trazabilidad, el sourcing se vuelve riesgo.

Falta de diferenciación científica

Dosis, biodisponibilidad, forma química, estabilidad y tolerabilidad.

Confundir suplemento con medicamento

El suplemento apoya funciones fisiológicas normales; no es un tratamiento.

INTABIOTECH · CAPACIDADES

La ventaja competitiva será regulatoria, no solo comercial

Muchos operadores compran materias primas; pocos saben formular, documentar, defender claims y acompañar al cliente en varios países.



INTABIOTECH ofrece cinco funciones

1. **Sourcing cualificado, con identidad, origen y trazabilidad.**
2. **Formulación orientada al mercado.**
3. **Adaptación regulatoria a Europa, EE. UU., LATAM, Japón, China, Australia o GCC.**
4. **Control de seguridad por ingrediente, lote y estabilidad.**
5. **Soporte B2B y contract manufacturing, de la idea al producto conforme.**

OPORTUNIDAD · GAMAS

Gamas y capacidades con recorrido internacional

1

Salud femenina

Hierro, folato, vitamina D, omega-3, probióticos, colágeno.



2

Deporte y rendimiento

Fórmulas limpias, dosificadas y con opción antidopaje.



3

Microbiota y digestión

Prebióticos, fibras, enzimas y postbióticos con claims prudentes.



OPORTUNIDAD · INGREDIENTES Y FORMATOS

Longevidad, botánicos estandarizados y soluciones B2B



Longevidad y healthy ageing

Proteínas, creatina, vitamina D, omega-3, polifenoles, CoQ10, sin promesas antienvejecimiento desproporcionadas.

Botánicos estandarizados

Ashwagandha, ginseng, 5-HTP, astaxantina, bacopa. Importan especie, parte de planta, ratio, marcador y contaminantes.

Premixes funcionales B2B

Sobres, sticks, cápsulas, gummies, polvos y barritas para terceros.

INTABIOTECH · PROPUESTA DE VALOR

Del catálogo a la plataforma: soluciones nutracéuticas internacionalizables

01

Ingredientes base

Vitaminas, minerales, proteínas, fibras, botánicos, probióticos.

02

Activos cualificados

Especificación robusta, CoA, estudios y proveedores auditados.

03

Fórmulas modulares

Women's Health, Sport, Digestive Health, Healthy Ageing, Sleep & Stress.

04

Producto mercado

Adaptado a canal, país, claim, etiqueta y packaging.



Menos promesa vacía, más evidencia. Menos catálogo disperso, más soluciones defendibles.

Hable con INTABIOTECH para lanzar su próximo suplemento con seguridad, documentación y visión internacional.

CONTACTO COMERCIAL · INTABIOTECH

¿Hablamos? Nuestro equipo está listo para atenderte

Te ayudamos con el análisis de necesidades, los presupuestos y los pedidos al por mayor.



Álvaro Robles

CCO (Chief Circulation Officer)

+34 609 825 416
a.robles@intabiotech.com



José Ramón Castells

Commercial Manager

+34 674 001 716
jr.ndpharma@europe.com



Sue Rodríguez

Customer Relations & SPM

+34 604 068 683
sr.ndpharma@europe.com

Contacto general

intabiotech@intabiotech.com
Móvil +34 613 812 425 · Fijo +34 881 092 720
intabiotech.com

Oficinas y sede

Oficinas y Domicilio fiscal: Botiguers, 3, 1ª Planta, Parque Empresarial Táctica, 46980 Paterna, Valencia, España.
Sede industrial: Avda. Ferreiros, 143, Polígono Industrial Rio Do Pozo, 15578 Narón, A Coruña, España.



INTABIOTECH

Ciencia, seguridad y regulación para tus suplementos

intabiotech.com