

Nutracéuticos

A. CIFRAS CLAVE

La rápida evolución del estilo de vida de los consumidores indios y la creciente conciencia por el cuidado de la salud, especialmente en las regiones urbanas, han provocado un notable crecimiento del mercado de nutraceuticos en el país. El mercado indio de nutraceuticos alcanzó los 4 000 millones de dólares en 2020, y en los últimos años ha experimentado una fuerte expansión, superando los 6 100 millones de dólares en 2023.

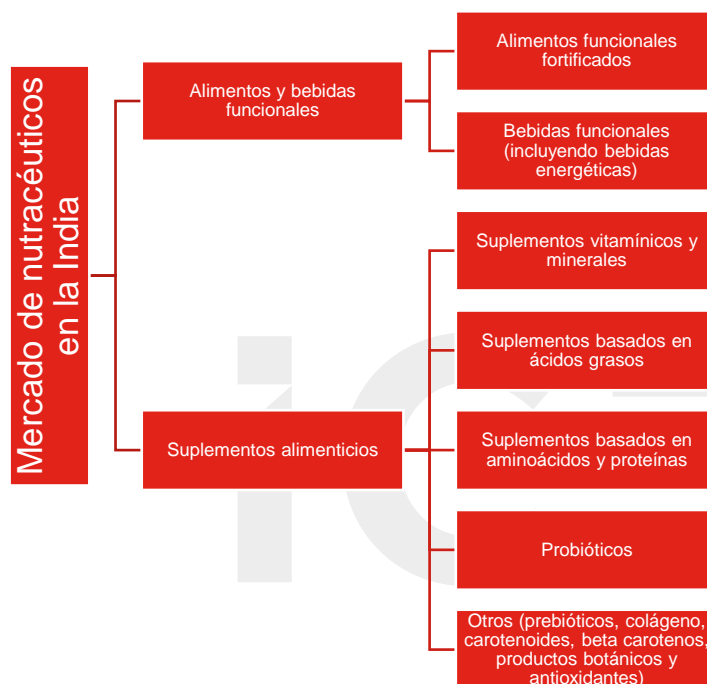
Variable	Unidades	Valor	Año
Tamaño de mercado	Millones de USD	6 113	2023
Variación del tamaño de mercado	%	+50	2020-2023
Tasa de crecimiento del sector estimada	CAGR (%)	11,4	2025-2029
Cuota de mercado global	%	2	2023
Valor de las importaciones	Millones de USD	2 700	2020
Valor de las exportaciones	Millones de USD	1 500	2020

Fuente: elaboración propia a partir de [TechSciResearch](#), [Ministry of Food Processing India](#)

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

Los nutraceuticos son productos fabricados con **ingredientes naturales** que se extraen, aíslan y purifican a partir de fuentes alimentarias o no alimentarias y que, al consumirse, aportan beneficios adicionales para la salud. Los nutraceuticos engloban, por un lado, los **alimentos y bebidas funcionales** (enriquecidos con nutrientes durante su procesamiento) y, por otro lado, los **suplementos alimenticios** (disponibles en forma de píldoras, jarabes, cápsulas, polvos, gominolas y masticables).



B.2. Tamaño del mercado

En septiembre de 2023, los nutraceuticos representaron el 31% de toda la facturación de las farmacias, según una encuesta realizada por la empresa de investigación *Pronto Consult* entre casi 13 000 facturas de 15 ciudades. Esto supone un crecimiento masivo del 24% interanual en este mercado, que superó los 6 000 millones de USD en 2023, y se espera que crezca a una tasa de anual compuesta del 11.4% entre 2025 y 2029.

Los principales motores de este crecimiento son:

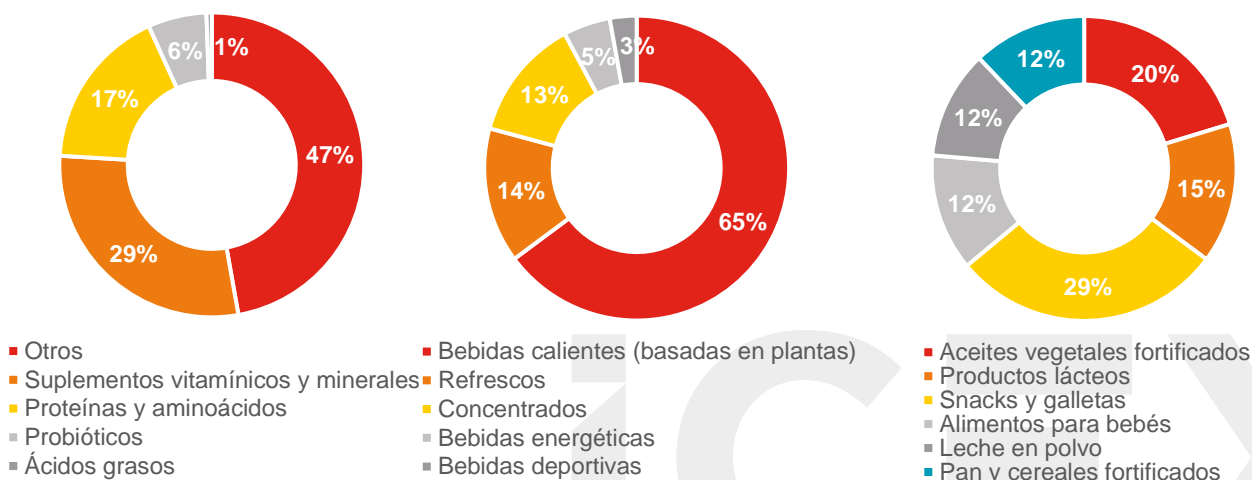
- El aumento de la renta disponible y la urbanización, con India en camino de convertirse en el tercer mayor mercado de consumo del mundo en 2027, por detrás de Estados Unidos y China.
- El impacto de la pandemia Covid-19 y el cambio hacia la atención sanitaria preventiva.
- El aumento de las enfermedades crónicas, como la diabetes, la obesidad y las enfermedades cardiovasculares.
- El rápido envejecimiento de la población.
- Medidas gubernamentales para fomentar la inversión en el sector nutraceutico indio y mejorar el estado nutricional de los indios.
- Una fuerte tradición de fitoterapia y Ayurveda para promover la salud y el bienestar.

Los suplementos alimenticios suponen entre el 35-40% del total del mercado de nutraceuticos indio, concretamente los suplementos con **ácidos grasos**, los **suplementos proteicos** y los **probióticos** son los segmentos que están experimentando un mayor crecimiento. Por otro lado, en el segmento de productos fortificados funcionales, el 65% corresponde con **alimentos fortificados**, donde los snacks, los cereales para desayuno y los

productos lácteos son segmentos en expansión. Las **bebidas funcionales** son un segmento emergente y representan el 35% restante. Alrededor de tres cuartas partes lo componen bebidas a base de plantas y malta; mientras que las bebidas deportivas y energéticas, y los concentrados enriquecidos dominan el resto ([Vitafoods India Market Report, 2024](#)).

CUOTA DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS DE NUTRACÉUTICOS (2021)

Izquierda: suplementos alimenticios, centro: bebidas funcionales, derecha: alimentos funcionales



Fuente: Elaboración propia a partir de *Mordor Country Industry Reports* y *Euromonitor International*.

B.3. Principales actores

Las empresas líderes en la categoría de alimentos envasados funcionales/enriquecidos son Britannia Industries (22,9%), Cargill (19,4%) y la Federación Cooperativa de Comercialización de Leche de Gujarat (que comercializa sus productos bajo la marca Amul, y tiene una cuota de mercado del 14,9%). Britannia vende galletas y productos de panadería, mientras que las dos marcas más importantes de Cargill son los productos de aceite envasados. Otras empresas internacionales destacadas en la categoría de alimentos envasados funcionales/enriquecidos son Nestlé (8,4%) y Kellogg (4,7%) (Euromonitor International, 2023).

El mercado indio de bebidas funcionales está concentrado en los cuatro principales actores, FDC Limited, Tata Global Beverages, Johnson & Johnson Inc. y PepsiCo, que poseen el 81,79% de la cuota de mercado total por volumen en 2022. PepsiCo Limited lidera el mercado con un 39,71% de cuota de mercado en volumen en 2022 (MarketLine, 2023).

Los principales actores del mercado indio de suplementos dietéticos son Dabur India Ltd (10,8%), Herbalife Nutrition Ltd (10,6%), Amway Corp (10,4%), Zydus Cadila Group (6,7%) e Himalaya Drug Co (3,5%). Otras empresas líderes del mercado son Wellbeing Nutrition, NOW Foods, Novus Life Sciences Pvt. Ltd (Carbamide Forte), Unived Healthcare, Himalayan Organics, Nutrainix, Amway Corp. Estos actores se han centrado en la adopción de diversas estrategias clave, como innovaciones de productos, fusiones y adquisiciones, y asociaciones, para ganar cuota de mercado, reforzar su base de consumidores y aumentar sus ventas. Los principales actores del mercado también se han centrado en innovar los suplementos dietéticos en cuanto a ingredientes, sabores y formatos para atraer a consumidores de diferentes grupos de edad (Mordor Country Industry Reports, 2023).

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Según los datos de [Volza](#), los nutraceuticos españoles más exportados a la India son los suplementos dietéticos a base de omega 3, de aminoácidos y los complejos multivitamínicos (HS 21069099), así como los alimentos funcionales fortificados con proteína de suero de leche (HS 21061000).

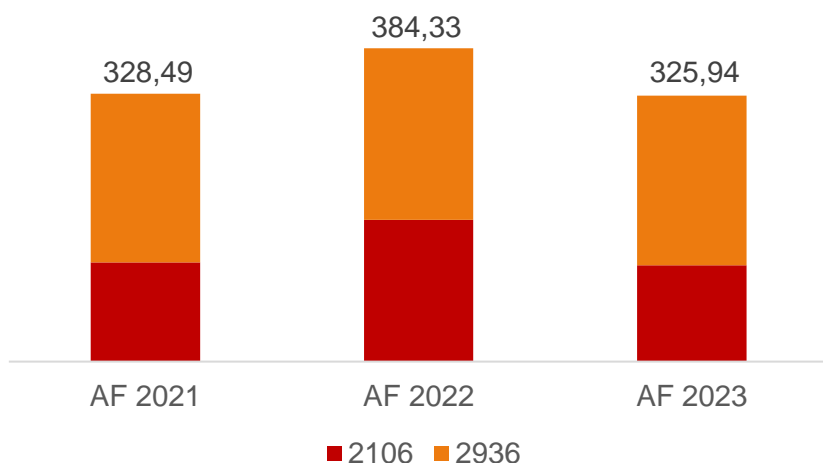
Sin embargo, las exportaciones españolas de nutraceuticos a la India son marginales comparadas con las de **Estados Unidos** y **Reino Unido** que, además tienen una fuerte presencia en el país. Esto se debe a que la percepción india de la industria de los nutraceuticos españoles es de indiferencia y escasa apreciación. No obstante, la cuestión no radica en la desconfianza o falta de calidad de los productos españoles, sino en el desconocimiento de estos.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Las **iniciativas gubernamentales** destinadas a reducir los problemas relacionados con el estilo de vida han aumentado la concienciación sobre los suplementos dietéticos y los nutraceuticos en el país. Además, la agricultura es uno de los principales sectores del país y proporciona abundantes **materias primas para nutraceuticos**. El medio marino también está siendo explorado en busca de nuevos ingredientes para su uso en productos farmacéuticos y nutraceuticos. Además, el gobierno permite el 100% de inversión extranjera directa en la fabricación de nutraceuticos. Como resultado, ha surgido un **clima empresarial favorable** en el sector de los nutraceuticos de la India.

IMPORTACIONES DE SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS DESDE INDIA (CÓDIGOS ARANCELARIOS 2106 Y 2936)

En millones de dólares



Fuente: Elaboración propia a partir de Tradestat

El mercado indio de nutraceuticos se ha visto limitado hasta ahora por la percepción generalizada de que los suplementos son productos medicinales y solo deben tomarse con prescripción. Esto está cambiando a medida que más consumidores toman la **salud preventiva** en sus manos, y la introducción de nuevos formatos en el mercado contribuye a una mayor aceptación. Según una encuesta realizada en 2021 por [Intel](#), los alimentos y bebidas funcionales y enriquecidos están pasando a un primer plano, al igual que los nuevos formatos de suplementos, como las gominolas. La encuesta reveló que un tercio de los encuestados indios estaba interesado en **gominolas o formatos masticables** de vitaminas, minerales y suplementos, mientras que el 44% estaba dispuesto a probar **yogures enriquecidos o bebidas** listas para tomar, y el 42% afirmó que le gustaría probar ingredientes funcionales en **galletas/cookies**.

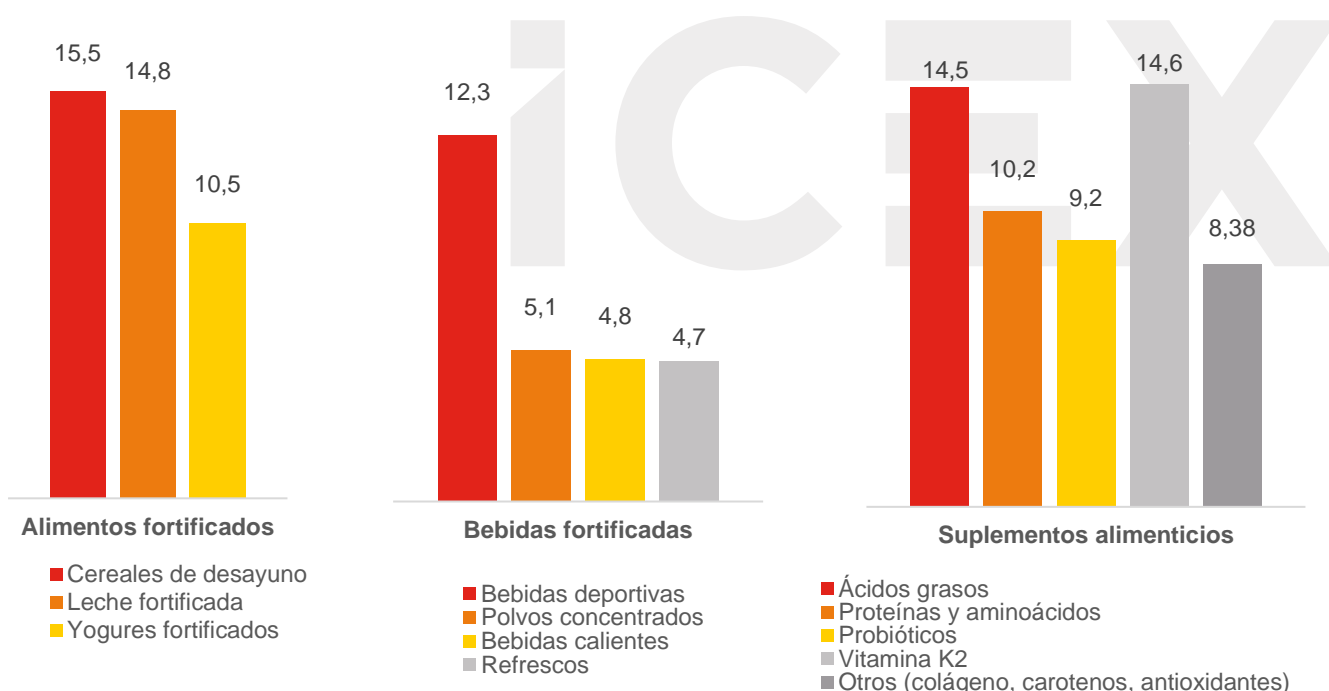
Por otro lado, el auge del veganismo y de los movimientos *cruelty-free* también impulsan la demanda de suplementos a base de plantas. En la India hay miles de plantas que contribuyen a la elaboración de **medicamentos y nutracéuticos ayurvédicos**, como *ashwagandha* y *tulsi*. Los productos ayurvédicos cuentan con una fuerte demanda debido a su uso para diversos beneficios para la salud dentro de **rangos de precios asequibles**.

El desarrollo de una nutrición respaldada por pruebas sanitarias sólidas representa una ventaja competitiva destacada en la industria de los nutracéuticos de España. Por consiguiente, las compañías españolas poseen una posición competitiva superior a las empresas indias debido a su **enfoque en el desarrollo de ensayos clínicos sólidos** que avalan la eficacia de los nutracéuticos.

Asimismo, la falta de **innovación** en la industria de nutracéuticos en la India limita las oportunidades, lo que significa que la introducción de **soluciones únicas** tiene un gran potencial en el mercado. En este sentido, tienen cabida en el mercado compañías con soluciones personalizadas basadas en la inteligencia artificial para comprender las necesidades de los consumidores y ofrecerles suplementos y dosificaciones específicos; compañías que trabajan en colaboración con nutricionistas y médicos ayurvédicos para garantizar un enfoque personalizado avalado por la ciencia; o el desarrollo aplicaciones móviles que ofrecen actualizaciones periódicas y mecanismos de seguimiento de los progresos de los consumidores en materia de salud.

SEGMENTOS CON MAYORES PREVISIONES DE CRECIMIENTO

CAGR* % 2022-2027



Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor y EMIS.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

El segmento de productos funcionales en la India (alimentos y bebidas fortificados) funciona mayoritariamente a través de **minoristas tradicionales** y **pequeños ultramarinos independientes**. Por otra parte, los principales suplementos alimenticios utilizan principalmente el **canal farmacia**. Cabe destacar que los principales actores del mercado ofrecen sus suplementos en supermercados e hipermercados, como Big Bazar, Spencer's, Dmart y Star Hyper Bazar, para llegar a un mayor número de consumidores.

Los exportadores de nutraceuticos pueden optar por diferentes modos de entrada al país; mediante un **canal directo** con la empresa final, en este caso, con las farmacias y supermercados e hipermercados que dispongan de gran capacidad de compra y puntos de venta con venta directa o, mediante **intermediarios** (distribuidores/importadores) que puedan ser *partners* y realicen la labor de promoción por la empresa española

El **e-commerce** está ganando gran importancia en el sector de nutraceuticos, gracias a la penetración en el uso de plataformas como Amazon y Flipkart. Además, algunas marcas utilizan la venta directa al consumidor a través de sus páginas webs o aplicaciones webs como Apollo Pharmacy. Las campañas de marketing digital y las colaboraciones con *influencers* son grandes impulsores de las ventas online.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

El gobierno indio ha introducido nuevas normativas en los últimos años para adecuar su mercado nacional de nutraceuticos a las normas internacionales. Los nutraceuticos están considerados como productos alimenticios según *FSS Act, 2006, Rules and Regulations*, de 2011. La Autoridad de Seguridad Alimentaria y Normas de la India (**FSSAI**) se encarga de la supervisión y regulación de la seguridad alimentaria y es un organismo regulador autónomo dependiente del Ministerio de Sanidad y Bienestar Familiar.

Esta entidad regula la concesión de licencias y el registro de productos alimentarios, las empresas alimentarias, los métodos de envasado y etiquetado, las normas para los productos alimentarios y los aditivos utilizados en los productos alimentarios.

Recientemente el gobierno ha simplificado los requisitos para la obtención de licencias para los nutraceuticos, en la actualidad otorgadas por la FSSAI, independientemente del volumen de negocio del operador. Los fabricantes e importadores de nutraceuticos deben registrarse en la FSSAI y obtener la licencia necesaria.

E.2.1. Requisitos específicos para suplementos deportivos

Los suplementos deportivos están clasificados como alimentos para usos dietéticos especiales (FSDU), lo que significa que los fabricantes deben seguir la normativa de los FSDU. Entre otros requisitos, éstos incluyen etiquetar el producto como "sólo para deportistas" y mantener una total transparencia en la cadena de suministro.

E.2.1. Requisitos específicos para ingredientes novedosos

Los nuevos ingredientes para nutraceuticos son aquellos que no han sido aprobados o normalizados por la División de Aprobación de Productos de la FSSAI, y se denominan alimentos e **ingredientes alimentarios no especificados**. Entre ellos se incluyen:

- Nuevos alimentos o alimentos con nuevos ingredientes que no tienen antecedentes de consumo humano en la India.
- Ingredientes alimentarios que tienen un historial de consumo humano en la India, pero que no están especificados en la normativa preexistente en virtud de la Ley de Seguridad Alimentaria de 2006.
- Nuevos aditivos y auxiliares tecnológicos.
- Alimentos fabricados o procesados con tecnología novedosa.



E.2.2. Requisitos de inversión extranjera directa

Para impulsar la inversión y la producción nacional, el gobierno indio pretende que el sector sea atractivo para los inversores, permitiendo hasta el 100% de inversión extranjera directa (IED) a los fabricantes, que podrán vender sus productos al por mayor, al por menor o por comercio electrónico. **Para cualquier inversión superior al 51% al menos el 30% del valor de los bienes debe proceder de la India.**

E.3. Ferias

- **Vitafoods India**
Próxima edición: 5-7 de febrero de 2025
Lugar: Jio World Convention Center, Mumbai
Web: <https://www.vitafoodsindia.com>
- **Nutra India Summit**
Próxima edición: abril de 2025 (estimado)
Lugar: Radisson Blu Mumbai International Airport
Web: <https://nutritionsummitindia.com>
- **Panacea Natural Products Expo India**
Próxima edición: febrero de 2026
Lugar: Mumbai (lugar exacto por determinar)
Web: <https://www.naturalproductsexpoindia.com/>

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

A continuación, se indican los enlaces de acceso a trámites para la obtención de licencias, regulaciones aplicables y asociaciones relevantes del sector.

- Dirección web de FSSAI: <https://www.fssai.gov.in/cms/food-safety-and-standards-regulations.php>
- Dirección web para la obtención de licencias: <https://foscos.fssai.gov.in/>
- Association of Herbal and Nutraceutical Manufacturers of India (AHNMI): <https://ahnmi.in/>
- Resource Centre for Health supplements and Nutraceuticals: <https://www.rechan.in/>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Mumbai** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en India.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de India, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

One World Centre, Tower 2, Wing B, 7th Floor, Senapati Bapat Marg Lower Parel
Mumbai 400 013 India
Teléfono: +91 22 6740 6800
Email: mumbai@comercio.mineco.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR

Micaela Andrea Navarro Correa

Oficina Económica y Comercial
de España en Mumbai

mumbai@comercio.mineco.es

Fecha: 10/05/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR [PAÍS]



ICEX España
Exportación
e Inversiones