

## **El mercado de los nutracéuticos duplicará sus cifras hasta 2028, según las previsiones de AORA Health**

**Un estudio de la farmacéutica AORA Health pronostica un crecimiento sostenido del 8,6% anual durante los próximos 7 años. En España ese crecimiento podría ser mayor, debido a que el mercado está menos desarrollado que en otros países. El canal Farma podría ser el gran beneficiado, incrementando su facturación y rentabilidad**

El mercado de los nutracéuticos crecerá casi un 50% hasta 2028 a nivel global, con un incremento anual del 8,6% en los próximos siete años, según un estudio de AORA Health, farmacéutica especializada en el desarrollo y producción de nutracéuticos de alto valor. Los principales mercados internacionales son EEUU, Australia y Corea del Sur.

En el mercado de Europa Occidental las expectativas de crecimiento son del 6,8%, siendo los noruegos los que más invierten en el cuidado de su salud, mientras que Italia es el mercado más grande de Europa.

En España, sin embargo, los consumidores invierten de media 5 veces menos en la categoría de complementos alimenticios que los italianos y 4 veces menos que los alemanes, franceses, británicos y belgas, lo que convierte el mercado español en una gran oportunidad. La tendencia en España es a igualar los hábitos con los vecinos europeos, por lo que el crecimiento de estos productos se va a incrementar en varios dígitos en los próximos años, pudiendo llegar a multiplicarse por tres respecto de las previsiones internacionales.

En cuanto a los canales de distribución, las ventas de estos productos se realizan, principalmente, en el canal de Farmacia, alcanzando un 73,2% del total de la comercialización. Este liderazgo se mantendrá en el futuro, por lo que los nutracéuticos suponen una gran oportunidad de mejora del ratio de facturación y rentabilidad de las oficinas de farmacia en España.

En España, el farmacéutico cumple un papel prescriptor y generador de confianza en el consumidor final, por lo que puede convertirse en el catalizador del crecimiento del mercado de nutracéuticos, diferenciándose de otros canales por su criterio profesional, basado en el conocimiento y la experiencia.

Según Gonzalo Peñaranda, CEO de AORA Health: "El nutracéutico es un producto que produce una acción positiva en nuestro organismo, avalada por estudios clínicos. En el caso de AORA Health, extraemos moléculas bioactivas de sustancias naturales en la cantidad exacta para desarrollar productos cada vez más eficaces. Nos dirigimos a personas sanas, que quieren mejorar su calidad de vida e invertir en su bienestar actual y futuro. El canal Farma es fundamental para la comercialización de nuestros productos, porque aporta confianza y conocimiento, por lo que tiene mucho peso en la decisión de compra".

**Datos de contacto:**

Noelia Perlacia

915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Industria Farmacéutica](#) [Finanzas](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>