



Desde **dentro**

Cada vez más presente en la farmacia y en las rutinas de cuidado personal, la nutricosmética representa una evolución del concepto de belleza tradicional. A través de complementos alimenticios con fórmulas específicas, esta disciplina actúa desde el interior para mejorar visiblemente la piel, el cabello y otros signos del envejecimiento. Más que una tendencia, se ha convertido en una aliada de salud, bienestar y prevención.

LUXMETIQUE

La nutricosmética se basa en el aporte de nutrientes para la piel por vía oral. Sus beneficiosos efectos se manifiestan externamente, con una importante mejora en los parámetros de hidratación, densidad, regeneración o arrugas, por citar los más importantes. Su principal ventaja es que consigue una acción en toda la superficie de la piel y, lo que

es aún más importante, en toda su profundidad. Como sabemos, la piel cuenta con tres capas bien diferenciadas y su cuidado con productos de aplicación tópica es imposible. Cuando aportamos nutrientes desde el interior garantizamos el acceso a toda la integridad de la piel.

Pero la nutricosmética va más allá de la piel, es un nuevo concepto

de belleza y bienestar para alcanzar un envejecimiento saludable a través de soluciones naturales y no agresivas para el organismo. Esa fina raya que delimita la salud y la belleza se pone de manifiesto en la suplementación; los complementos alimenticios son productos que complementan la dieta, aportando nutrientes o sustancias que tienen

una acción fisiológica. Si bien antes pensábamos en la suplementación solo cuando llevábamos una dieta deficitaria, hoy tenemos evidencia de que determinados activos pueden ayudarnos a mejorar estados fisiológicos en los que necesitamos mayores cantidades de nutrientes (por ejemplo: fumadores, deportistas, mujeres en edad de menopausia, etc...). Y un dato añadido hoy es la posibilidad de ofrecer resultados medibles y en el corto plazo que conquista cada vez a más consumidores.

UN MERCADO EN CRECIMIENTO

En Europa, la pandemia de la Covid-19 aceleró este mercado y, según datos de la consultora Ipsos¹, nueve de cada diez europeos afirman haber tomado algún suplemento en el último año para cuidar su salud. Los consumidores recurren cada vez más al autocuidado y a la medicina personalizada; la pandemia nos hizo tomar consciencia de la necesidad de responsabilizarnos cada uno de nosotros de nuestra salud. Otro dato que arrojó el estudio de Ipsos es que la farmacia es el punto de venta preferido para comprar complementos alimenticios. Casi dos tercios de los encuestados que habían tomado alguna vez complementos alimenticios los habían comprado en una farmacia (63%), mientras que una cuarta parte los había comprado en otros canales.

LUXMETIQUE® ha puesto en marcha el *Observatorio de la nutricosmética* con el objetivo de estudiar el conocimiento y evolución de este mercado que sigue creciendo y cada vez seduce a más consumidores.

La primera encuesta² online puesta en marcha desde el Observatorio arrojó interesantes datos: Un 59% de los encuestados conocía la nutricosmética y un 45% la usaba, una cifra que muestra un aumento

importante de consumidores si comparamos con otros datos anteriores que manejábamos. Los datos de la tercera oleada (en marzo de este año 2025) siguen reflejando esta evolución positiva; el conocimiento de la nutricosmética alcanza ya al 76,7% de los encuestados y un 58,1% la ha utilizado alguna vez.

Aunque cada vez se inicia antes el cuidado de la piel, la encuesta desvela que las mujeres maduras son las más interesadas, ya que aquellas con edades entre los 40 y 54 años aglutinan más de la mitad de la muestra. Si bien, el segmento más maduro en España de la cosmética oral es el capilar, la nutricosmética antiedad gana fuerza en la farmacia y el producto Fórmula Proage lidera dicho segmento y se ha convertido en nuestra referencia estrella.

Otro dato interesante para destacar es la fidelidad: Un 50% de los consumidores de cosmética oral lo hace durante todo el año.

NO SE TRATA DE PARAR EL TIEMPO, SE TRATA DE ENVEJECER MEJOR

Vivimos una gran evolución del mundo de la estética, queremos vernos y ser vistos bien. Y el campo de la prevención cobra cada vez mayor importancia: queremos prevenir el envejecimiento. Pero ¿es esto posible? ¿Cómo?

La piel está sometida a un proceso de envejecimiento ligado a la edad que no podemos detener, no podemos parar el tiempo. Pero, sí podemos actuar sobre los factores no genéticos a los que un individuo está expuesto a lo largo de toda su vida y que llamamos exposoma. La nutricosmética puede minimizar el efecto de estos agentes que aceleran el envejecimiento y así conseguir una piel más firme, más luminosa y con menos arrugas. Hoy contamos con activos específicos para atenuar los problemas ligados al envejecimiento de la piel.



ACTIVOS PARA TRATAR LAS MANCHAS

De entre todos los activos despigmentantes destacamos el Pycnogenol®, un activo único ya que ha demostrado su eficacia en el efecto despigmentante; es capaz de reducir un 58% en la extensión de la mancha tras 90 días de tratamiento por vía oral³. Las manchas tienen su origen en una síntesis disfuncional de la melanina (pigmento) en los melanocitos, células que se encuentran a nivel de la dermis.

Para tratar, y también prevenir, las manchas es fundamental recurrir a la nutricosmética para regular la acción de los melanocitos que se encuentran en la dermis, donde la cosmética tradicional no llega.

ACTIVOS PARA TRATAR LAS ARRUGAS

A medida que envejecemos perdemos la capacidad de sintetizar colágeno, la proteína más abundante de nuestro cuerpo y que aporta firmeza a la piel y evita la aparición de arrugas. Por ello, el activo antiedad por excelencia es el colágeno, pero es importante recordar que solo determinadas formulaciones de colágeno son capaces de absorberse; aquellas que presentan biopéptidos, moléculas con el tamaño adecuado. Una vez más, la nutricosmética se revela una herramienta fundamental para estimular la síntesis de colágeno y también elastina, proteínas que se producen en la dermis, capa profunda de la piel. Verisol® es la patente de colágeno con mayor evidencia científica, junto a esta molécula las fórmulas siempre deben ir acompañadas de antioxidantes.

ACTIVOS PARA LA FALTA DE LUMINOSIDAD DE LA PIEL

Una piel deshidratada es una piel apagada y sin luminosidad. Para paliar

este problema el ácido hialurónico es un activo muy interesante ya que es capaz de retener agua y aportar a la piel ese aspecto jugoso que tanto deseamos. Se trata de un agente humectante que podemos utilizar por vía tópica y también por vía oral.

ACTIVOS PARA COMBATIR LA FLACIDEZ

La flacidez o pérdida de firmeza tiene su origen en la pérdida de proteínas de sostén; colágeno fundamentalmente. Por ello, el colágeno sería el activo ideal para este problema, siempre asociado a antioxidantes.

Todos estos activos pueden mezclarse y desarrollar fórmulas a medida. Rioja Nature Pharma⁴, situada en Arnedo (La Rioja), es la mayor fábrica de España y una de las más grandes de Europa con cerca de 20 años de experiencia en la fabricación de complementos alimenticios para terceros. Su gran capacidad tecnológica y productiva, unida a la utilización de las mejores materias primas del mercado, con activos patentados, les permite elaborar productos que cumplen las expectativas de sus clientes, superando

en cada fase de producción las exigencias que marca la legislación sanitaria.

La nutricosmética marca así un cambio de paradigma: no se trata de ocultar los signos del paso del tiempo, sino de acompañar a la piel —y al organismo— en un envejecimiento más saludable, fuerte y luminoso. Gracias a ingredientes activos cada vez más sofisticados, respaldados por evidencia científica y tecnología avanzada, la cosmética oral se consolida como un pilar dentro del cuidado integral de la persona. Una herramienta al servicio de la salud estética que no solo embellece, sino que nutre, protege y refuerza desde dentro 🌿

1. Estudio Ipsos "Actitudes de los europeos hacia los complementos alimenticios"
2. Observatorio de la nutricosmética; encuesta anual on line a más de 600 personas
3. The use of pycnogenol in the treatment of melasma. Pinto, C. A. S., et al. (2015).
4. Rioja Nature Pharma <https://www.riojanaturepharma.com/es>





Build your brand



OEM

The **Contract Manufacturer**

OEM **Full service** for the **design, development, formulation, manufacturing** and **packaging** for Cosmetics and Medical Device.

We are experts in the **comprehensive management** from the initial idea until the **finished goods, ready for its distribution.**

Available Formats



Mesotherapy



Chemical Peeling



Medical Devices CE



Cosmetics

DISCOVER OUR
INSTALLATIONS



Follow us  

www.neftislaboratorios.com



UNI EN ISO
22716:2008



UNI EN ISO
13485:2021