SUPLEMENTACIÓN

Cómo vender suplementación en Amazon Estados Unidos

GUÍA PRÁCTICA · RG-BIB-SUP-001 · EDICIÓN 02 · NOVIEMBRE 2026

Ragis GROUP DIGITAL

Decisiones precisas que se sostienen

Cómo vender suplementación en Amazon Estados Unidos

Amazon Estados Unidos permite vender suplementos con marca propia, directo al consumidor de todo el país. Es también una categoría con requisitos propios. Esta guía explica, en orden, qué considera Amazon un suplemento, qué tiene que mostrar la página del producto, qué documentos pide y qué productos no admite.

La guía describe lo que exigen la ley y la política de Amazon a la fecha de cada fuente. No reemplaza el consejo de un abogado. Conviene revisar las normas antes de cada lanzamiento.

LO ESENCIAL EN 30 SEGUNDOS

— Amazon trata como suplemento todo producto que lo parezca por su etiqueta o su página, y le aplica la ley de Estados Unidos.

— La página muestra los datos completos y la etiqueta real en inglés. Hay afirmaciones que nunca se permiten, como decir que el producto cura una enfermedad.

— Amazon pide fabricación bajo buenas prácticas con respaldo de un tercero, análisis en algunas subcategorías y un certificado de seguro. Un proveedor autorizado revisa los documentos.

01 EL PUNTO DE PARTIDA

¿SU PRODUCTO ES UN SUPLEMENTO PARA AMAZON?

Para Amazon, un suplemento es un producto regulado por la FDA (Food and Drug Administration, la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos). Por eso Amazon no pide solo un buen producto. Pide que cumpla la ley estadounidense y que el fabricante lo pueda demostrar con documentos.

¿Qué es un suplemento para la ley de Estados Unidos?

Un suplemento es un producto que se ingiere y que contiene un ingrediente dietario. Son ingredientes dietarios las vitaminas, los minerales, las hierbas y otros productos botánicos y los aminoácidos, entre otros.

La ley que fija este régimen es la DSHEA (Dietary Supplement Health and Education Act, la Ley de Salud y Educación sobre Suplementos Dietéticos). Según la FDA, esa ley no le da autoridad para autorizar los suplementos antes de su venta. La responsabilidad inicial por la seguridad y la etiqueta es del fabricante y del distribuidor.

Fuente: FDA, «Questions and Answers on Dietary Supplements», contenido vigente al 27/08/2026, consultada el 22/11/2026.

¿Cuándo trata Amazon un producto como suplemento?

Amazon puede clasificar un producto como suplemento por lo que muestran su página, su etiqueta o su publicidad. Basta con una de estas señales:

- Un panel *Supplement Facts* (información del suplemento).
- Una leyenda como *Dietary Supplement* (suplemento dietario) o *Herbal Supplement* (suplemento herbal).
- Menciones de vitaminas, minerales, hierbas, aminoácidos o productos botánicos.
- Una indicación de dosis, por ejemplo «tomar 2 cápsulas por día».
- Una promesa de beneficio para la salud o una declaración sobre una función del cuerpo.

Un producto con panel *Nutrition Facts* (información nutricional) también puede quedar bajo esta política si su página muestra alguna de esas señales.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

¿Hace falta registrar la planta?

Sí. La planta que fabrica, procesa, envasa o almacena suplementos o ingredientes dietarios se registra ante la FDA antes de empezar esas tareas. El detalle del registro está en la guía general de esta Biblioteca.

Fuente: FDA, «Questions and Answers on Dietary Supplements», consultada el 22/11/2026. Ver también RG-BIB-GEN-001, «Cómo vender en Amazon Estados Unidos».

¿Qué normas tiene que cumplir?

Amazon no inventa los requisitos. Los toma de la ley de Estados Unidos y los aplica a todos los suplementos que se publican en su tienda.

Norma	Qué regula
FFDCA (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos), Título 21	Es la ley marco. La DSHEA la modificó para crear el régimen propio de los suplementos.
21 CFR 101	La etiqueta. CFR (Code of Federal Regulations) es el Código de Reglamentos Federales.
21 CFR 111, 21 CFR 117 o una norma equivalente	La fabricación. Son las buenas prácticas de fabricación vigentes, conocidas como cGMP.
NSF/ANSI 173-2024	La norma estadounidense para suplementos. Amazon la exige en culturismo, salud articular, mejora sexual, nutrición deportiva y control del peso.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

02 LA PÁGINA DEL PRODUCTO

¿QUÉ TIENE QUE MOSTRAR LA PÁGINA DE SU SUPLEMENTO?

La página del producto es lo primero que Amazon revisa. Tiene que dar los datos completos, mostrar la etiqueta real en las imágenes y ofrecer el producto en su envase original. Si falta alguna de esas tres cosas, la página no cumple la política.

¿Qué datos lleva la página?

La página declara cinco datos obligatorios:

- El nombre del producto, con el nombre del suplemento.
- El nombre del fabricante.
- La marca.
- La lista de ingredientes.
- La cantidad de unidades, por ejemplo 100 comprimidos, 5 mg o 6 onzas.

¿Qué muestran las imágenes?

Las imágenes funcionan como prueba. Muestran la etiqueta completa, en inglés, pegada en el producto. Esa etiqueta incluye el nombre del suplemento, la cantidad total, el panel *Supplement Facts* o *Nutrition Facts*, los ingredientes, los logotipos de certificación, las instrucciones de uso y las advertencias.

También se ven los códigos que el fabricante imprime en el envase, como el lote o el número de serie. Y se ve el nombre y la dirección del dueño de la marca, del fabricante, del envasador o del distribuidor. Las imágenes no pueden incluir el logotipo de la FDA.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

¿Cómo se ofrece el producto?

El producto se ofrece nuevo, cerrado en el envase original del fabricante. Además, los suplementos para la mejora sexual y para bajar de peso no se pueden vender en envases de una o dos píldoras.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

¿Qué no puede decir la página?

Amazon prohíbe ciertas afirmaciones en los textos y en las imágenes. Conviene conocerlas antes de escribir la página y de diseñar el envase.

Lo que no se puede afirmar	Qué significa
Que el producto diagnostica, cura, reduce, trata o previene una enfermedad	Son declaraciones de enfermedad. Solo las puede hacer un medicamento autorizado. Tampoco se usan nombres de enfermedades en las palabras clave.
Que el producto está «aprobado por la FDA»	No se puede decir si el producto no tiene esa autorización oficial. El logotipo de la FDA tampoco se usa.
Que el producto tiene el efecto de un medicamento o de una sustancia controlada	Incluye nombres que se confunden con medicamentos, como «GLP-1», y frases como «esteroides legales».
Cantidades de ingrediente que no coinciden con el panel *Supplement Facts*	Por ejemplo, anunciar 10.000 mg de hierba fresca cuando el extracto real es de 500 mg.
Leyendas como «muestra» o «no apto para la venta»	El envase no puede decir que no es para vender.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026. Lo que sí se puede afirmar se explica en RG-BIB-SUP-003, «Qué puede afirmar su suplemento».

¿Qué pide la leyenda «sin transgénicos»?

La leyenda *Non-GMO* (sin organismos modificados genéticamente) necesita respaldo. Amazon acepta tres caminos. El primero es un certificado vigente de Non-GMO Project Verified o de Nutrasource IGEN que nombre el producto. El segundo es un análisis PCR (una prueba que detecta material genético) de un laboratorio acreditado bajo la norma ISO 17025, con menos de 0,9 % de contenido transgénico en cada ingrediente de alto riesgo, como el maíz o la soja. El tercero es un certificado orgánico vigente del USDA (el Departamento de Agricultura) que nombre el producto.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

03 LA DOCUMENTACIÓN

¿QUÉ DOCUMENTOS LE PIDE AMAZON?

Además de la página, Amazon pide pruebas de cumplimiento. La principal es la fabricación bajo buenas prácticas, revisada por un tercero. Algunas subcategorías suman análisis de laboratorio, y todos los suplementos suman un certificado de seguro.

¿Qué es la fabricación bajo cGMP?

Las cGMP (current Good Manufacturing Practices, las buenas prácticas de fabricación vigentes) son las reglas de la FDA para fabricar, envasar, etiquetar y almacenar suplementos. Amazon exige que la planta las cumpla y que una auditoría o una certificación de un tercero acreditado lo respalde.

Amazon no acepta auditorías propias, privadas ni de consultoría. Tampoco acepta las inspecciones de la FDA como prueba. El certificado tiene que estar vigente. Qué programas acepta y cómo se presenta se explica en la guía técnica RG-BIB-SUP-002.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

¿Qué análisis piden algunas subcategorías?

Los suplementos para culturismo, salud articular, mejora sexual, nutrición deportiva y control del peso se analizan para detectar metales pesados y contaminantes microbianos. Según sus componentes, también pueden analizarse pesticidas. Además, se revisa que los ingredientes estén dentro de las tolerancias de la FDA y que no contengan adulterantes conocidos.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026. Normas citadas: NSF/ANSI 173-2024, capítulos de la USP (United States Pharmacopeia, Farmacopea de los Estados Unidos) y 21 CFR 101.36 y 101.9(g).

¿Quién revisa los documentos?

Los documentos no se envían directo a Amazon. Los revisa un proveedor TIC (Testing, Inspection and Certification, es decir, de pruebas, inspección y certificación) autorizado por Amazon. Ese proveedor valida los documentos que el fabricante ya tiene o analiza el producto. Después envía los resultados a Amazon en nombre del vendedor. Los documentos tienen que ser auténticos, estar en su formato original y no ser generados por inteligencia artificial.

Fuente: Amazon Seller Central, «Direct product validation: Third-party testing, inspection, and certification services», ref. GUTZ2R2DD6P2UMVB, consultada el 22/11/2026.

¿Qué seguro pide Amazon?

La política de suplementos pide un certificado de seguro (COI, *Certificate of Insurance*). Se presenta directo a Amazon, en la verificación de seguro del negocio de Seller Central, la plataforma del vendedor.

El Acuerdo de servicios de Amazon fija la cobertura para la tienda de Estados Unidos. Es un seguro de responsabilidad civil de 1 millón de dólares por siniestro y en total. Cubre los daños que puedan causar los productos y suma a Amazon como parte cubierta por la póliza (*additional insured*).

Fuentes: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026. Amazon, «Amazon Services Business Solutions Agreement», ref. G1791, sección Seguro y definición de «Insurance Limits», consultado el 22/11/2026.

04 LO QUE NO SE PUBLICA

¿QUÉ SUPLEMENTOS NO SE PUEDEN VENDER?

Hay productos que Amazon no admite, aunque tengan toda la documentación. Conviene revisarlos antes de invertir en un lanzamiento. La lista de Amazon da ejemplos y no es cerrada.

¿Qué productos están excluidos?

- Los que figuran en un retiro, una alerta o una carta de advertencia de la FDA, o que la FTC (Federal Trade Commission, la Comisión Federal de Comercio) señaló por publicidad falsa.
- Los que contienen sustancias controladas, como el CBD (cannabidiol).
- Los que contienen ingredientes de medicamentos no autorizados o de venta con receta. Por ejemplo, péptidos como el BPC-157 o el TB-500, y los agonistas del receptor GLP-1 (péptido similar al glucagón tipo 1).
- Los parches para la piel que se venden como suplemento o como producto para desintoxicar.
- Los adulterados, como los que contienen raíz de tejocote o semilla de Brasil que puede contener adelfa amarilla.
- Los inseguros, como la cafeína pura en polvo, y los que usan animales protegidos, como el tiburón.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

¿Qué pasa si un producto no cumple?

Amazon puede retirar la publicación. Si el vendedor considera que su producto se clasificó como prohibido por error, puede presentar una apelación desde *Account Health* (Estado de la cuenta), el panel donde Amazon informa los problemas de la cuenta.

Fuente: Amazon Seller Central, política «Dietary supplements» (Suplementos alimenticios), ref. G201829010, tienda de Estados Unidos, consultada el 22/11/2026.

¿Cuándo conviene preparar el cumplimiento?

Antes de publicar. Amazon puede pedir una verificación en cualquier momento y fija una fecha límite para responder. Por eso conviene tener listos la planta bajo cGMP, la etiqueta en regla y los documentos ordenados. Ragis Group acompaña al fabricante en esa preparación y coordina con los laboratorios y los proveedores que intervienen.

Por qué Ragis Group

Somos una Compañía de Inteligencia Comercial. Administramos el negocio digital de fabricantes de suplementación, alimentación y cosmética en Amazon Estados Unidos. La marca y la cuenta son del fabricante.

12642 Grey Eagle Ct, Suite 41, Germantown, MD 20874, Estados Unidos · Mendoza, Argentina · contact@ragisgroup.com · ragisgroup.com · +54 (9261) 212-7355 · +1 (305) 946-1496 · +1 (240) 306-6684