

MERCADO DE RELLENOS · ÁCIDO HIALURÓNICO Y BIOESTIMULADORES

EL MERCADO DEL RELLENO SE VUELVE REGENERATIVO

El pastel sigue creciendo, pero la jeringa de volumen clásica se estancó. El GLP-1 trae una ola de rostros vaciados que **reactiva la demanda de volumen — pero la canaliza hacia lo regenerativo** (bioestimuladores, polinucleótidos), no hacia el relleno de siempre. Quien venda "rellenar" pierde; quien venda "reconstruir", gana.

MERCADO GLOBAL DE RELLENOS

~\$10B

Proyección 2030 (desde ~\$7B en 2025) · CAGR ~9–12% según firma ♦ dato de consultora

CORRELACIÓN GLP-1

+137%

Más pacientes GLP-1 buscando estética (2023–2024) · encuesta a 406 médicos, AAD 2026

LA JERINGA CLÁSICA SE ENFRÍA

–2.9%

Juvéderm, ventas globales Q1 2026 (base operativa) · Botox +17% en el mismo trimestre · AbbVie

EL RELLENO CRECE MENOS

+1%

Relleno HA 2024 vs. +4% neuromodulador y +6% láser · ASPS 2024

01 EL PASTEL CRECE — EL RELLENO CLÁSICO SE QUEDA ATRÁS

El ácido hialurónico sigue siendo el corazón del mercado (~78-80% de los fillers), pero entró en **meseta**. Dos fuerzas lo frenan: la **"fatiga de relleno"** —pacientes que disuelven trabajos viejos, rechazo a la cara inflada, estudios de migración del gel— y el giro cultural a la **"cara natural / indetectable"**. El líder lo confirma: en Q1 2026 Juvéderm cayó **–2.9%** (base operativa) mientras Botox Cosmético creció **+17%** (AbbVie). Dentro de la misma casa, la toxina sube y el relleno baja. No es colapso: es el fin del volumen-por-volumen.

Pero llega el **GLP-1**. El fenómeno "cara Ozempic" está documentado en la literatura: un estudio en *Otolaryngology–Head & Neck Surgery (2025)* midió una pérdida de **~7% de volumen medio facial por cada 10 kg** bajados (mediana ~9%), sobre todo en las bolsas grasas superficiales. Los pacientes llegan a restaurarlo — y **1 de cada 3 (32%) es nuevo en estética** (Allergan, AAD 2026), con presupuesto de transformación. La demanda de volumen no muere — **migra y se renueva**.

02 QUIÉN JUEGA — Y HACIA DÓNDE MIGRA

PRODUCTO	CASA	PALANCA	POSICIÓN
Juvéderm	Allergan / AbbVie	HA volumen, líder histórico; bajo presión y rediseño de su programa de lealtad	LÍDER · EN PRESIÓN
Restylane	Galderma	HA + combinación con Sculptra; data Fase IV en pérdida de peso por GLP-1	RETADOR · EN ALZA
Sculptra	Galderma	Bioestimulador PLLA regenerativo; "We Are All Sculptra"; ahora también cuerpo (MDR)	REGENERATIVO · EN ALZA
Radiesse	Merz	CaHA bioestimulador con efecto tensor; restauración estructural	REGENERATIVO
HArmoneyCa	Allergan	Híbrido HA + CaHA: relleno inmediato más bioestímulo de colágeno	HÍBRIDO
Profilo	IBSA	Bioremodelador / "skin quality"; alianza con Evolus para EE.UU.	SKIN QUALITY · EN ALZA
Polinucleótidos / PDRN	ExoCoBio y otros	Regeneración y colágeno vía fracciones de ADN; el disruptor que "come" mercado de relleno	DISRUPTOR · EN ALZA
RHA	Teoxane	HA dinámico/resiliente para expresión natural; el HA que sobrevive a la "cara natural"	PREMIUM

03 LAS DOS CAPAS DEL MERCADO

CAPA QUE SE ENFRÍA — RELLENAR

JUVÉDERM · HA VOLUMIZANTE CLÁSICO

Volumen por volumen. Fatiga de relleno, disolución masiva de trabajos viejos y rechazo al sobrellenado. Meseta en procedimientos y caída en las ventas del líder. El paciente ya no quiere "inflar".

CAPA QUE SE CALIENTA — RECONSTRUIR

SCULPTRA · RADIESSE · PROFHILO · POLINUCLEÓTIDOS · PDGF

Bioestimulación y regeneración: el cuerpo produce su propio colágeno. "Skin quality", resultado progresivo y natural. Aquí se está yendo la demanda — y aquí aterriza, sobre todo, la ola GLP-1.

El HA no desaparece: **se usa distinto** — puntos de anclaje óseo, microgotas y soporte estructural, no "relleno". El ganador del GLP-1 no es la jeringa de volumen: **es el plan regenerativo**.

04 CÓMO GANA LA CLÍNICA EN ESTE MERCADO

01

REPOSICIONAR DE "RELLENAR" A "RECONSTRUIR"

Dejar de vender jeringas y mililitros. Vender un plan de restauración estructural (bioestimulador + HA de anclaje + skinbooster). El insumo cambia; el criterio médico es el producto.

02

MONTARSE EN LA OLA GLP-1

1 de cada 3 pacientes GLP-1 (32%) es nuevo en estética y llega con rostro vaciado y presupuesto de transformación. Un protocolo integral —volumen regenerativo + toxina + skin quality — captura al paciente nuevo y ancla recurrencia.

03

HA CON CRITERIO, NO CON VOLUMEN

La "cara natural" es el estándar 2026. Anclaje óseo, microgotas, soporte — no inflar. Diferenciarse del sobrellenado posiciona a la clínica como criterio médico, no como jeringa barata.

04

EDUCAR: REGENERAR ES LA TENDENCIA

Convertir la fatiga de relleno en argumento: "no rellenamos, reconstruimos". Explicar bioestimulación, seguridad y "menos es más". Educación = confianza = ticket, y blinda contra el mercado gris.

LA LECTURA AXIOMA

El filler no está muriendo: está mutando. El error es defender la jeringa de volumen; la oportunidad es liderar la transición a lo regenerativo y montarse en la ola GLP-1 —que trae pacientes nuevos con rostro vaciado— vendiendo reconstrucción, no relleno.

FUENTES

MERCADO: MarketsandMarkets · Fortune Business Insights · The Business Research Company · Grand View Research — rellenos ~\$7B (2025) → ~\$7–10B (2030) según alcance; HA ≈ 78–80% del mercado. · PROCEDIMIENTOS: ASPS, 2024 Procedural Statistics Report — relleno HA +1% (5.33M) frente a neuromoduladores +4% (9.9M) y láser +6% (3.7M). · FINANCIERO: AbbVie, resultados Q1 2026 (29-abr-2026) — Juvéderm \$232M (~2.9% operativo); Botox Cosmético \$668M (+17%); portafolio estético +5.1%. · GLP-1 (encuesta): Allergan Aesthetics, datos presentados en AAD 2026 (encuesta a 406 médicos de EE.UU.) vía Dermatology Times — +137% de pacientes GLP-1 (2023–2024, de 95 a 225 por médico); 81% señala el HA como modalidad no quirúrgica top; 32% nuevos en estética; 52% con preocupación por su rostro. · CIENCIA: Sharma et al., "Radiographic Midfacial Volume Changes in Patients on GLP-1 Agonists", *Otolaryngology–Head and Neck Surgery*, 2025 — ~7% de volumen medio facial por cada 10 kg (mediana ~9%). · REGENERATIVO: Galderma — datos Fase IV Sculptra + Restylane Lyft/Contour en pérdida de peso por medicación (resultados finales a 9 meses); iniciativa "We Are All Sculptra". IBSA / Evolus — alianza Profilho para EE.UU. Business of Fashion ("Filler Fatigue"), Dr. Tim Pearce, Save Face (2026) — PDGF y polinucleótidos. ISAPS Global Survey — inyectables como categoría no quirúrgica #1.

♦ Las cifras de mercado provienen de consultoras (orden de magnitud; las estimaciones varían según alcance y región). Los datos de procedimientos son de asociación médica (ASPS/ISAPS) y los de encuesta GLP-1 son de un estudio patrocinado por la industria (Allergan Aesthetics). Documento de inteligencia de industria; no constituye asesoría regulatoria ni de inversión.