

Sistema de ontología para categorías de suplementos y wellness

Tesis central del sistema

Después de revisar taxonomías activas de retail y DTC en iHerb, Sephora, Goop, Erewhon, OLLY, Lemme, Bloom, Arrae, Love Wellness, Perelel, Timeline y Grüns, el hallazgo central es que el mercado no organiza suplementos como un árbol simple de “categorías” sino como un grafo de capas superpuestas: beneficio principal, beneficio secundario, audiencia, life stage, formato, ingredientes, claim, emoción, lenguaje, estética y canal. iHerb mezcla tópicos de salud con segmentos como women’s health, men’s health, children’s health, anti-aging & longevity, hormonal health y hasta GLP-1 support; Sephora mete beauty supplements y vaginal probiotics dentro de wellness/beauty; Erewhon separa protein & collagen, probiotics & digestion, sleep & stress e sports & performance; y marcas como Lemme y Bloom clasifican al mismo tiempo por beneficio, formato y bundle. ¹

Además, el mercado actual ya no vende productos “puros” de una sola función. Bloom comercializa combinaciones como **Gut Health & Beauty Duo** y un **Clear Protein** que junta whey isolate, collagen peptides y digestive enzymes; Lemme Greens conecta digestión con cabello, piel y uñas; Love Wellness presenta el microbioma como eje de intestino, vagina y hormonas; y Grüns se posiciona como daily nutrition con gut, energy, immunity, recovery, beauty y focus al mismo tiempo. Si tu sistema obliga a elegir una sola categoría cerrada, la IA va a escribir mal porque el producto real vive en dos o tres nodos a la vez. ²

Por eso, la decisión estructural más importante no es “qué lista de categorías usar”, sino **cómo modelar jerarquía y peso**. La ontología correcta necesita al menos un `primary_need_state`, varios `secondary_need_states`, uno o más `audience_overlays`, un `format`, un `technical_level`, un `emotion_cluster`, un `visual_register` y un `claim_risk_level`. También necesita separar “claim de mercado observado” de “claim regulatoriamente seguro”: en EE. UU. las marcas pueden usar structure/function claims si son veraces, no engañosos y están respaldados; la FTC exige sustento científico para claims de salud; y en la UE los health claims pasan por un régimen más estricto de autorización. ³

```
supplement_ontology
├─ primary_need_state
├─ secondary_need_states
├─ audience_overlays
├─ life_stage
├─ format
├─ ingredient_anchors
├─ claims_observed
├─ emotions
├─ language_style
├─ visual_style
├─ technical_level
```

```

├─ channel_fit
├─ evidence_tier
└─ claim_risk_level

```

En términos prácticos: “women”, “men”, “kids” y “perimenopause” no deberían vivir al mismo nivel que “sleep” o “gut”; deberían funcionar como overlays o modifiers. Eso es exactamente lo que hacen hoy iHerb, Perel y Lemme cuando combinan health topics, benefit shopping y life stages dentro del mismo catálogo. ⁴

Qué muestra el mercado actual

La foto actual del mercado es útil porque revela cómo “piensan” los canales, y eso es justo lo que luego la IA debe imitar al escribir para cada contexto.

Canal	Organización observable	Qué le enseña a la ontología	Fuentes
Sephora	Wellness incluye Beauty Supplements, Glowing Skin Supplements y productos como un Daily Vaginal Pre + Probiotic Supplement	En beauty retail, wellness no es sólo “salud”: también es glow, skin support e intimate wellness	Sephora wellness/beauty. ⁵
Goop	Vitamins & Supplements se divide en beauty y wellness, y usa superpowders para glow, gut y metabolism	El premium lifestyle privilegia ritual, sachet/ powder y promesa “inside out”	Goop vitamins/ superpowders. ⁶
Erewhon	Vitamins & Supplements agrupa protein & collagen, probiotics & digestion, sleep & stress, immunity, minerals y sports & performance	El premium grocery separa por función corporal, pero mantiene halo de superfood/biotech	Erewhon taxonomy. ⁷
iHerb	Lista health topics como immune support, gut health, brain & cognitive, energy, sleep, women’s health, men’s health, anti-aging & longevity, hormonal health, weight management y GLP-1 support	La taxonomía completa necesita nodos exhaustivos, incluidos nichos ya comercialmente visibles	iHerb health topics. ⁸
Amazon y TikTok Shop	Destacan sleep gummies, collagen gummies, electrolytes, greens gummies, probiotics y cortisol gummies	Search/social commerce favorece benefits inmediatos, formatos masticables y lenguaje muy explícito de problema-solución	Marketplace/ social commerce. ⁹

El contexto demográfico también empuja esta complejidad. McKinsey reporta que Gen Z y millennials representan algo más de un tercio de la población adulta de EE. UU., pero concentran más del 41% del gasto anual en wellness; para Gen Z, “better appearance” aparece entre las tres prioridades más altas, y

los consumidores jóvenes muestran necesidades insatisfechas especialmente en gut health, mental health, cognitive health y longevity. En functional nutrition, los beneficios más buscados son energy, gut health, immunity y muscle/bone/joint support, y ya aparecen subcategorías como super greens, mushrooms, adaptogens y pre/probiotic drinks. ¹⁰

Las señales de crecimiento también son claras. Un reporte cubierto por *Nutritional Outlook* sobre tendencias 2026 de Vitaquest señala como focos de crecimiento a nootropics, sports nutrition, gut health, longevity, women's health e hydration. Innova, por su parte, destaca la segmentación creciente hacia skin health, brain health, personalización por skin or hair type, focus para gaming y productos dirigidos a usuarios de GLP-1; además, identifica que collagen sigue entrando en mainstream dentro de healthy aging. En otras palabras: la ontología no sólo tiene que cubrir lo vigente, sino dejar nodos preparados para especialización creciente. ¹¹

Taxonomía maestra

La recomendación más robusta es separar la ontología en **dominios primarios y overlays de audiencia/contexto**. Así evitas el error clásico de mezclar “sleep” con “women” o “kids” al mismo nivel, lo que después vuelve inconsistente la clasificación y la generación de copy. ¹²

Dominio primario	Subcategorías observadas	Ingredientes ancla de mercado	Territorio emocional	Formatos dominantes	Nivel técnico	Evidencia base
Sleep	sleep onset, stay asleep, melatonin-free sleep, bedtime calm, night ritual	melatonin, magnesium, L-theanine, chamomile, lavender, lemon balm, tryptophan, B6	unwind, peace, drift off, rested	gummies, soft chews, bedtime powders	bajo-medio	OLLY, Lemme, goop. ¹³
Stress y mood	calm, chill, mood balance, cortisol support, de-stress	ashwagandha, saffron, GABA, L-theanine, lemon balm, magnesium, holy basil, inositol, passionflower, probiotic	zen, grounded, take the edge off, relax	gummies, capsules, soft chews	bajo-medio en gummies; medio en cápsulas	OLLY, Arrae, Perelel, Lemme. ¹⁴
Focus y nootropics	focus, attention, mental clarity, productivity, flow state, gaming focus	citicoline, alpha GPC, ginseng, lion's mane, B vitamins, ketones	sharp, locked in, clear, in the zone	gummies, capsules, shots, sticks	medio-alto	OLLY, Lemme, Onnit, HVMN, Innova. ¹⁵

Dominio primario	Subcategorías observadas	Ingredientes ancla de mercado	Territorio emocional	Formatos dominantes	Nivel técnico	Evidencia base
Energy	daily energy, no-crash energy, energy metabolism, pre-workout energy	natural caffeine, green coffee bean, B vitamins, matcha, L-theanine	pick-me-up, power through, beat the slump	sticks, drinks, gummies, pre-workout powders	medio	Bloom, Lemme, McKinsey functional nutrition. ¹⁶
Gut health	debloat, digestion, probiotics, regularity, microbiome, digestive comfort	probiotics, prebiotics, digestive enzymes, fiber, L-glutamine, licorice, colostrum	lightness, comfort, relief, less puffiness	gummies, capsules, powders, sachets	medio	Arrae, Bloom, goop, Love Wellness, ARMRA. ¹⁷
Beauty from within	glow, collagen, skin hydration, hair growth, nails, antioxidant skin	collagen peptides, biotin, hyaluronic acid, vitamin C, zinc, ceramides, astaxanthin, antioxidant blends	radiance, confidence, inside-out beauty	gummies, powders, sachets	bajo-medio	Sephora, goop, Bloom, Lemme. ¹⁸
Immunity	daily immunity, immune + gut, throat defense, barrier support	vitamin C, zinc, quercetin, elderberry, propolis, probiotics, colostrum	defense, resilience, protected	gummies, sprays, drink mixes, capsules	medio	OLLY, Erewhon, ARMRA, Lemme. ¹⁹
Hydration	daily hydration, cellular hydration, workout hydration, skin hydration	sodium, potassium, magnesium, electrolytes, trace minerals, collagen, hyaluronic acid	replenished, refreshed, revived	stick packs, powder drink mixes, sachets	medio	LMNT, Liquid I.V., Perelel, Erewhon. ²⁰

Dominio primario	Subcategorías observadas	Ingredientes ancla de mercado	Territorio emocional	Formatos dominantes	Nivel técnico	Evidencia base
Daily wellness	daily multi, nutrient gaps, foundational wellness, whole-body support	broad-spectrum vitamins/minerals, probiotics, superfruits	covered, easy, everyday baseline	gummies, capsules, packs	bajo-medio	OLLY Multi + Probiotic, Lemme Multi, Perelel Daily Wellness, Grüns. 21
Greens y superfoods	super greens, daily nutrition, fiber + greens, synbiotic greens, greens gummies	spirulina, barley grass, fruits & veggies, probiotics, prebiotics, digestive enzymes, fiber, adaptogens	reset, healthy habit, "I'm doing something good"	powders, stick packs, gummies	bajo-medio	Bloom, Lemme, Perelel, Grüns. 22
Performance y recovery	creatine, protein, body composition, pre-workout, recovery, strength	creatine monohydrate, whey isolate, collagen, electrolytes, caffeine	stronger, toned, recover, body goals	powders, gummies, sticks	medio-alto	Bloom, Lemme, Erewhon. 23
Weight management y metabolic	metabolism, cravings, glucose support, body composition, GLP-1 support	apple cider vinegar, chromium, B12, gymnema, Akkermansia, Gynostemma/Actiponin, Morosil, berberine, fiber	control, reset, lighter, cravings handled	gummies, capsules, soft chews	medio-alto	OLLY, Lemme, McKinsey, iHerb. 24
Hormonal health	hormone balance, cycle regularity, PCOS-oriented support, perimenopause, menopause, libido, fertility	myo-inositol, omega-3s, probiotics, iron, choline, adaptogens, berberine	balance, less chaos, support through transitions	capsules, bundles, powders, some gummies	medio-alto	Perelel, Lemme, goop, Love Wellness. 25

Dominio primario	Subcategorías observadas	Ingredientes ancla de mercado	Territorio emocional	Formatos dominantes	Nivel técnico	Evidencia base
Longevity y healthy aging	cellular energy, mitochondrial health, healthy aging, biohacking	uroolithin A, CoQ10, spermidine, NMN en comparativas de mercado	future-proofing, vitality, renewal	softgels, powders, gummies	alto	Timeline, McKinsey, iHerb, Innova. ²⁶

Healthy aging y longevity merecen coexistir como dos nodos hermanos pero no idénticos. **Healthy aging** es la versión consumer-friendly y amplia; **longevity** suele ser la versión más técnica, mecánica y premium. McKinsey describe healthy aging como una prioridad alta para muchos consumidores, mientras Timeline usa lenguaje de Urolithin A, mitochondrial renewal y mitophagy, claramente más técnico. ²⁷

Overlay de audiencia o contexto	Señales típicas	Dónde suele cruzarse	Cómo cambia el copy	Evidencia base
Women's wellness	women's daily, female-focused, women's health	daily wellness, hormonas, beauty, gut	más ritual, autocuidado y funcionalidad cotidiana	Lemme, Perelel. ²⁸
Vaginal e intimate wellness	pH balance, vaginal health, freshness, intimacy	microbiome, hormonas, probiotics	lenguaje de confianza, fresca y balance, no "hardcore"	Lemme Purr, Stripes, Love Wellness. ²⁹
Perimenopause y menopause	perimenopause, estrogen changes, stressful transitions	hormonas, stress, sleep, hydration, protein	autoridad médica, transición de vida, soporte integral	Perelel, goop. ³⁰
Fertility, pregnancy, postpartum	conception, egg freeze, trimester, motherhood, postpartum	women's health, hydration, greens, sleep, iron, protein	doctor-backed, safe, stage-specific	Perelel. ³¹
Men's vitality y testosterone	testosterone, male drive, edge, vitality, sexual performance	hormonas, performance, vitality	más directo, más performance o clínico	Hims, GNC, Amazon/ iHerb. ³²
Kids y family wellness	kids multi, growing kiddos, calm mood, melatonin-free sleep	daily wellness, sleep, calm, greens	copy para padres, seguridad, hábito fácil	OLLY Kids, Grüns Kids. ³³

Overlay de audiencia o contexto	Señales típicas	Dónde suele cruzarse	Cómo cambia el copy	Evidencia base
Busy beginners	no prep, grab-and-go, travel bestie, stash in a purse	greens, hydration, daily wellness, powders/sticks	conveniencia radical, bajo esfuerzo, consistencia	Grüns, Bloom, goop, Perelel. ³⁴
Athletes y high performers	strength, recovery, performance, focus shot, clean energy	creatine, protein, hydration, nootropics	más output, performance, execution	Bloom, HVMN, Onnit, LMNT. ³⁵
GLP-1 users	GLP-1 support, fill nutrient gaps, reduce hunger, side effects	weight management, greens, fiber, daily nutrition	mucho más context-aware y nutrition-support	iHerb, McKinsey, Lemme, Grüns. ³⁶
Healthy agers y biohackers	longevity, anti-aging, biohacking, cellular energy	longevity, hydration, cognition, healthy aging	lenguaje técnico, mecanismo y prueba	iHerb, McKinsey, Timeline. ³⁷

Capas transversales que la IA debe aprender

Los formatos no son neutrales. Cambian el tipo de consumidor esperable, el nivel de fricción, el ángulo emocional y hasta la densidad técnica del lenguaje. Hoy el mercado usa gummies para bajar barreras de entrada y volver "lifestyle" categorías que antes eran clínicas; usa powders y sticks para rituales diarios; y reserva capsulas, softgels y pill packs para categorías más serias o técnicas. ³⁸

Formato	Categorías donde más funciona ahora	Lo que le comunica al usuario	Fuentes
Gummies	sleep, stress, beauty, daily wellness, greens, women's wellness, kids, metabolic	tasty, easy, daily, friendly, low-friction, social-commerce ready	OLLY, Lemme, Bloom, Grüns, Amazon/TikTok Shop. ³⁹
Powders y stick packs	greens, hydration, collagen, clear protein, gut support, glow rituals	ritual, mix-in, premium, repeatable habit	goop, Bloom, Perelel, LMNT, Liquid I.V. ⁴⁰
Capsules y softgels	hormones, longevity, testosterone, debloat, higher-seriousness wellness	eficacia, precisión, seriedad, autoridad	Perelel, Timeline, Hims, Arrae, Lemme. ⁴¹
Shots, chews y fast-acting formats	focus, sleep assist, clean energy	on-demand, fast-acting, "take when needed"	HVMN, goop, Onnit. ⁴²

Formato	Categorías donde más funciona ahora	Lo que le comunica al usuario	Fuentes
Pill packs y bundles	women's life stages, perimenopause, foundational care	system thinking, medical routine, compliance/habit	Perelel, goop Madame Ovary. 43

También cambian muchísimo el naming, las emociones y la estética. La columna visual de abajo es una **inferencia de packaging y merchandising actuales**: no describe una “regla científica”, sino el default creativo que hoy domina en cada familia de categoría. Esa inferencia es útil porque es exactamente el tipo de patrón que una IA debe internalizar para no escribir con la voz equivocada. 44

Familia	Naming dominante observado	Léxico emocional útil	Default visual recomendado	Registro técnico
Sleep y stress gummies	sleep tight, goodbye stress, chill, calm, relax	unwind, peace, night, reset, zen	suave, nocturno, blando, “ritual before bed”	bajo-medio. 45
Beauty from within	glow, morning skin, collagen, radiant, beauty booster	glow, radiance, confidence, luminous	limpio, luminoso, beauty-first, premium amable	bajo-medio. 46
Gut / problem-solution	bloat, debloat, microbiome, digestive comfort	relief, comfort, flat, lighter, less puffiness	fresco, clean, digestivo, utility-led	medio. 47
Women's hormonal / life-stage	balance, support pack, peri, cycle, motherhood	ease, balance, support, transition	soft-clinical, trust-first, expert-led	medio-alto. 48
Performance pero wellness-friendly	brain & body, creatine gummies, clear protein, body goals	stronger, toned, recovery, fuel	activo, limpio, menos “hardcore gym”	medio-alto. 49
Longevity y men's vitality	mitopure, mitochondrial, T levels, edge, doctor recommended	renewal, vitality, edge, future-proof	minimal clínico, biotech premium, blanco/negro/metálico	alto. 50

La capa de claims debería vivir por separado. Si no la separás, la IA va a confundir lenguaje comercial con lenguaje permitido. En EE. UU., claims como “supports relaxation”, “supports healthy sleep cycle” o “supports gut health” entran más naturalmente en structure/function territory; frases que implican tratar enfermedades o condiciones clínicas elevan el riesgo. En la UE, la lógica de health claims es todavía más estricta. Mi recomendación práctica es agregar al objeto ontológico los campos `claims_observed`, `claims_safe_default` y `claim_risk_level`, además de `evidence_tier` para distinguir entre claims basados en marca, claims basados en ingrediente clínicamente estudiado y claims de producto con trial propio. 51

Categorías emergentes que ya requieren nodos propios

Greens gummies y snackable daily nutrition ya no son una rareza; son un nodo propio. Bloom vende Greens & Superfoods para bloat, digestion y energy; Lemme Greens promete beauty, digestion y full-

body wellness en dos gummies; Grüns convirtió greens/daily nutrition en un pack de gummies “grab-and-go”; y TikTok Shop ya tiene páginas enteras para greens gummies. Eso obliga a modelar `greens_gummies` como subcategoría separada de `greens_powders`, porque el tono, la fricción, la estética y el público son distintos. ⁵²

Cortisol support ya es un nodo de mercado, no sólo un subclaim interno de stress. Perelel tiene un producto cuyo claim principal es “supports cortisol levels”; Lemme Chill también usa soporte de cortisol como parte central de la promesa; y TikTok Shop ya muestra páginas dedicadas a cortisol gummies y cortisol detox products. Si tu ontología deja cortisol como simple sinónimo de “stress”, la IA va a perder una categoría emergente concreta con léxico propio. ⁵³

Gut-beauty hybrids también merecen nodos propios. Bloom vende explícitamente Gut Health & Beauty Duo y un Clear Protein que mezcla fitness, beauty y gut; Lemme Greens cruza digestión con hair/skin/nails; Love Wellness construye toda una narrativa microbiome-first donde gut, vagina y hormonas se influyen entre sí; y Grüns suma beauty a gut, energy, immunity y focus en el mismo producto. En otras palabras: ya no alcanza con `gut` y `beauty` separados; necesitas un sistema que pueda generar `primary = greens` y `secondary = gut + beauty`, o `primary = gut` y `secondary = beauty + women's wellness`. ⁵⁴

Women-first creatine es otra señal fuerte. Bloom define creatine gummies y creatine powder como “an essential in every woman’s wellness routine”; Lemme también vende creatine gummies dentro de su universo femenino; y el crecimiento de sports nutrition como categoría relevante para 2026 aparece en el reporte de Vitaquest resumido por *Nutritional Outlook*. Esto sugiere que creatine ya no pertenece sólo al mundo gym/male/performance, sino también a body goals, brain health y women’s wellness. ⁵⁵

GLP-1 support pasó de ser tema médico a categoría comercial visible. iHerb ya tiene GLP-1 Support como health topic; McKinsey describe un wellness ecosystem que crece alrededor del boom de GLP-1; Lemme vende Reset como support para la producción natural de GLP-1; y Grüns se posiciona para llenar nutrient gaps while on GLP-1s. Conviene modelarlo como overlay de contexto terapéutico/nutricional, no como simple weight-loss subcategory. ³⁶

Longevity se está tecnificando rápido y ya exige un registro propio. McKinsey identifica longevity/healthy aging como área de crecimiento; Vitaquest lista longevity entre las categorías relevantes de 2026; e Innova observa segmentación creciente hacia skin health, brain health, personalización y nuevos ingredientes. Timeline, además, usa lenguaje de Urolithin A, mitophagy, mitochondrial renewal, doctor recommendation y human clinical trials. No es el mismo tono de “anti-aging” clásico; es una familia semántica nueva: más biomolecular, más premium y más mecanismo-led. ⁵⁶

Esquema de datos y reglas de clasificación automática

La ontología que mejor te va a servir para alimentar IA es una mezcla de taxonomía y grafo ponderado. El objeto no debería preguntar “qué producto es”, sino **detectar** qué es a partir de señales observables: naming, claim principal, ingredientes ancla, formato, audiencia explícita, canal y technical register. Cuando el producto es híbrido, el sistema debe elegir una categoría primaria y una o más secundarias, en vez de forzar una clasificación única. Ese enfoque está alineado con cómo se presentan hoy Bloom, Grüns, Love Wellness y Perelel. ⁵⁷

```
{
  "product_name": "",
```

```

"brand": "",
"channel_fit": [],
"format": "",
"primary_need_state": "",
"secondary_need_states": [],
"audience_overlays": [],
"life_stage": [],
"subcategories": [],
"ingredient_anchors": [],
"claims_observed": [],
"claims_safe_default": [],
"emotion_cluster": [],
"language_style": [],
"visual_style": [],
"technical_level": "low|medium|high",
"evidence_tier": "brand_claim|clinically_studied_ingredient|
product_clinical|medical_rx",
"claim_risk_level": "low|medium|high",
"naming_pattern": "",
"confidence": 0.0
}

```

Para clasificar automáticamente, conviene que el motor use una jerarquía de señales. Mi recomendación es ponderar más fuerte `claims_observed`, `naming_pattern` e `ingredient_anchors`; después `format`; después `audience_overlays` y `channel_fit`. En híbridos, la regla debería ser: **el beneficio que domina el naming y la promesa principal define el primary need state; los demás entran como secondary need states**. Así, "Greens gummies for gut + beauty" no se vuelve un objeto ambiguo: queda como `primary = greens/daily wellness`, `secondary = gut + beauty`. Esa lógica refleja el comportamiento real de Lemme Greens, Grüns y Bloom Clear Protein. ⁵⁸

```

[
  {
    "product_name": "magnesium sleep gummies",
    "format": "gummy",
    "primary_need_state": "sleep",
    "secondary_need_states": ["stress_relief"],
    "audience_overlays": ["female_wellness", "busy_professionals"],
    "subcategories": ["sleep_onset", "night_ritual", "restful_sleep"],
    "ingredient_anchors": ["magnesium", "melatonin", "l_theanine",
"botanicals"],
    "emotion_cluster": ["unwind", "peace", "deep_rest"],
    "language_style": ["sleep tight", "wind down", "wake refreshed"],
    "visual_style": ["soft nocturnal", "dreamy gradients", "bedtime ritual"],
    "technical_level": "low",
    "evidence_tier": "clinically_studied_ingredient",
    "claim_risk_level": "low"
  },
  {
    "product_name": "debloat capsules",

```

```

    "format": "capsule",
    "primary_need_state": "gut_health",
    "secondary_need_states": ["daily_wellness"],
    "audience_overlays": ["women", "symptom_solver"],
    "subcategories": ["debloat", "digestive_comfort", "microbiome_support"],
    "ingredient_anchors": ["probiotics", "digestive_enzymes", "herbs",
"fiber"],
    "emotion_cluster": ["relief", "lightness", "comfort"],
    "language_style": ["less_bloat", "feel_lighter", "comfort_after_meals"],
    "visual_style": ["clean_utility", "fresh_digestive_cues"],
    "technical_level": "medium",
    "evidence_tier": "brand_claim",
    "claim_risk_level": "medium"
  },
  {
    "product_name": "collagen_glow_powder",
    "format": "powder",
    "primary_need_state": "beauty_from_within",
    "secondary_need_states": ["healthy_aging"],
    "audience_overlays": ["beauty_first", "millennial_gen_z"],
    "subcategories": ["glow", "collagen", "hair_skin_nails",
"skin_hydration"],
    "ingredient_anchors": ["collagen_peptides", "biotin", "hyaluronic_acid",
"vitamin_c", "antioxidants"],
    "emotion_cluster": ["radiance", "confidence", "inside_out_beauty"],
    "language_style": ["glow", "morning_skin", "beauty_boost"],
    "visual_style": ["luminous_minimal", "soft_premium_beauty"],
    "technical_level": "low",
    "evidence_tier": "clinically_studied_ingredient",
    "claim_risk_level": "low"
  },
  {
    "product_name": "greens_gummies",
    "format": "gummy",
    "primary_need_state": "greens_superfoods",
    "secondary_need_states": ["gut_health", "daily_wellness",
"beauty_from_within"],
    "audience_overlays": ["busy_beginners", "tiktok_wellness"],
    "subcategories": ["daily_nutrition", "greens_gummies", "fiber_support",
"gut_beauty_hybrid"],
    "ingredient_anchors": ["spirulina", "greens_blend", "prebiotics",
"probiotics", "digestive_enzymes", "fiber"],
    "emotion_cluster": ["healthy_habit", "easy_wellness", "no_excuses"],
    "language_style": ["daily_nutrition", "superfoods", "grab_and_go"],
    "visual_style": ["friendly_green", "snackable_wellness", "clean
playful"],
    "technical_level": "low",
    "evidence_tier": "brand_claim",
    "claim_risk_level": "low"
  },
  {

```

```

    "product_name": "perimenopause hormone balance capsules",
    "format": "capsule",
    "primary_need_state": "hormonal_health",
    "secondary_need_states": ["stress_relief", "sleep", "daily_wellness"],
    "audience_overlays": ["women"],
    "life_stage": ["perimenopause"],
    "subcategories": ["hormone_balance", "cycle_support",
"stressful_transitions"],
    "ingredient_anchors": ["myo_inositol", "adaptogens", "omega_3",
"probiotics", "iron", "choline"],
    "emotion_cluster": ["balance", "support", "feel_like_myself_again"],
    "language_style": ["doctor-backed", "support pack", "daily support"],
    "visual_style": ["soft clinical", "trust first", "expert-led"],
    "technical_level": "high",
    "evidence_tier": "clinically_studied_ingredient",
    "claim_risk_level": "medium"
  },
  {
    "product_name": "testosterone support soft chews",
    "format": "soft_chew",
    "primary_need_state": "mens_vitality",
    "secondary_need_states": ["performance_recovery", "energy"],
    "audience_overlays": ["men"],
    "subcategories": ["testosterone_support", "male_drive", "vitality"],
    "ingredient_anchors": ["zinc", "ashwagandha", "fenugreek", "boron",
"vitamin_d", "l_arginine"],
    "emotion_cluster": ["edge", "drive", "strength", "vitality"],
    "language_style": ["level up", "get your edge back", "support t levels"],
    "visual_style": ["bold clinical", "dark high-contrast"],
    "technical_level": "high",
    "evidence_tier": "brand_claim",
    "claim_risk_level": "high"
  },
  {
    "product_name": "uroolithin a longevity softgels",
    "format": "softgel",
    "primary_need_state": "longevity",
    "secondary_need_states": ["healthy_aging", "cellular_energy"],
    "audience_overlays": ["biohackers", "healthy_agers"],
    "subcategories": ["mitochondrial_health", "mitophagy",
"cellular_renewal"],
    "ingredient_anchors": ["uroolithin_a"],
    "emotion_cluster": ["future_proofing", "renewal", "vitality"],
    "language_style": ["clinically_proven", "mitochondrial_renewal",
"cellular_energy"],
    "visual_style": ["minimal clinical premium", "biotech aesthetic"],
    "technical_level": "high",
    "evidence_tier": "product_clinical",
    "claim_risk_level": "medium"
  }
]

```

Estos objetos de ejemplo sintetizan patrones observados en OLLY, Lemme, Bloom, Perelel, Hims y Timeline, además de la lógica de clasificación de iHerb, Sephora, Goop, Erewhon y los marketplaces/ social commerce actuales. ⁵⁹

La conclusión operativa es simple: si querés que la IA “entienda qué tipo de producto es” antes de escribir, la ontología debe aprender **beneficio, contexto y estilo al mismo tiempo**. No alcanza con detectar “magnesium” o “collagen”. Tiene que detectar si eso vive como sleep ritual, beauty glow, gut relief, perimenopause support, greens daily habit, testosterone vitality o longevity biotech. Esa es la diferencia entre una IA genérica y una IA con criterio de categoría. ⁶⁰

¹ ⁴ ⁸ ¹² ³⁶ ³⁷ [https://www.iherb.com/c/categories?](https://www.iherb.com/c/categories?srsId=AfmBOorgAxAUmKj3dumHBHbNfZRHmY9jLfCdCAWZFZMPsbLIUowUkS2)
srsId=AfmBOorgAxAUmKj3dumHBHbNfZRHmY9jLfCdCAWZFZMPsbLIUowUkS2
<https://www.iherb.com/c/categories?srsId=AfmBOorgAxAUmKj3dumHBHbNfZRHmY9jLfCdCAWZFZMPsbLIUowUkS2>

² ⁵⁴ [https://bloomnu.com/?srsId=AfmBOoq3pI_W8F18_MVG1-](https://bloomnu.com/?srsId=AfmBOoq3pI_W8F18_MVG1-_12YT0GS9sLeyBLvaCPw2pfy4y3nd6Kmv6)
_12YT0GS9sLeyBLvaCPw2pfy4y3nd6Kmv6
https://bloomnu.com/?srsId=AfmBOoq3pI_W8F18_MVG1-_12YT0GS9sLeyBLvaCPw2pfy4y3nd6Kmv6

³ ⁵¹ <https://www.fda.gov/food/nutrition-food-labeling-and-critical-foods/structurefunction-claims>
<https://www.fda.gov/food/nutrition-food-labeling-and-critical-foods/structurefunction-claims>

⁵ <https://www.sephora.com/shop/beauty-supplements-bath-body>
<https://www.sephora.com/shop/beauty-supplements-bath-body>

⁶ [https://goop.com/vitamins-and-supplements/c?srsId=AfmBOopFI9jgIXYAUUWd-PxtmfReoifaEB--](https://goop.com/vitamins-and-supplements/c?srsId=AfmBOopFI9jgIXYAUUWd-PxtmfReoifaEB--hyFx1qL8frsUBzySnIEy)
hyFx1qL8frsUBzySnIEy
<https://goop.com/vitamins-and-supplements/c?srsId=AfmBOopFI9jgIXYAUUWd-PxtmfReoifaEB--hyFx1qL8frsUBzySnIEy>

⁷ <https://erewhon.com/subcategory/44013/vitamins-supplements>
<https://erewhon.com/subcategory/44013/vitamins-supplements>

⁹ [OLLY Restful Sleep Gummy Supplement with Melatonin & ...](https://www.amazon.com/OLLY-Occasional-Melatonin-L-Theanine-Blackberry/dp/B0145QI700?utm_source=chatgpt.com)
https://www.amazon.com/OLLY-Occasional-Melatonin-L-Theanine-Blackberry/dp/B0145QI700?utm_source=chatgpt.com

¹⁰ ²⁷ ⁵⁶ [https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/future-of-](https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/future-of-wellness-trends)
wellness-trends
<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/future-of-wellness-trends>

¹¹ [https://www.nutritionaloutlook.com/view/vitaquest-identifies-top-dietary-supplement-trends-](https://www.nutritionaloutlook.com/view/vitaquest-identifies-top-dietary-supplement-trends-for-2026-in-annual-report)
for-2026-in-annual-report
<https://www.nutritionaloutlook.com/view/vitaquest-identifies-top-dietary-supplement-trends-for-2026-in-annual-report>

¹³ ³⁹ ⁴⁵ ⁵⁹ [https://www.olly.com/products/sleep?srsId=AfmBOorjtVtLvkwSrAufztE5n-](https://www.olly.com/products/sleep?srsId=AfmBOorjtVtLvkwSrAufztE5n-TNyCcObA8vdBEcOR_p6t3uw0GxbPDG)
TNyCcObA8vdBEcOR_p6t3uw0GxbPDG
https://www.olly.com/products/sleep?srsId=AfmBOorjtVtLvkwSrAufztE5n-TNyCcObA8vdBEcOR_p6t3uw0GxbPDG

¹⁴ [https://www.olly.com/products/goodbye-stress?](https://www.olly.com/products/goodbye-stress?srsId=AfmBOopyNBP9fSYmTjDuET4UkENLIAE6KZlQtd-9hizY6UO91ExJ4Tnq)
srsId=AfmBOopyNBP9fSYmTjDuET4UkENLIAE6KZlQtd-9hizY6UO91ExJ4Tnq
<https://www.olly.com/products/goodbye-stress?srsId=AfmBOopyNBP9fSYmTjDuET4UkENLIAE6KZlQtd-9hizY6UO91ExJ4Tnq>

¹⁵ [https://www.olly.com/products/laser-focus?](https://www.olly.com/products/laser-focus?srsId=AfmBOor0RlBM2n4LoHJ5fHamNlFZDJSXAaYrbDJQy6VmNEmwr_ZiMUni)
srsId=AfmBOor0RlBM2n4LoHJ5fHamNlFZDJSXAaYrbDJQy6VmNEmwr_ZiMUni
https://www.olly.com/products/laser-focus?srsId=AfmBOor0RlBM2n4LoHJ5fHamNlFZDJSXAaYrbDJQy6VmNEmwr_ZiMUni

- 16 [https://bloomnu.com/products/energy-sticks?](https://bloomnu.com/products/energy-sticks?srsId=AfmBOorBCVTgi722JiDafE7oBjg15QM4HbdXfRlyZfidol-FhIvSQblB)
srsId=AfmBOorBCVTgi722JiDafE7oBjg15QM4HbdXfRlyZfidol-FhIvSQblB
<https://bloomnu.com/products/energy-sticks?srsId=AfmBOorBCVTgi722JiDafE7oBjg15QM4HbdXfRlyZfidol-FhIvSQblB>
- 17 47 [https://www.arrae.com/products/bloat?](https://www.arrae.com/products/bloat?srsId=AfmBOopfKqKMsBar80WTHJCqAJ95nQBAdFKaSoF3ZAJLvG7ZQFtxsrZ)
srsId=AfmBOopfKqKMsBar80WTHJCqAJ95nQBAdFKaSoF3ZAJLvG7ZQFtxsrZ
<https://www.arrae.com/products/bloat?srsId=AfmBOopfKqKMsBar80WTHJCqAJ95nQBAdFKaSoF3ZAJLvG7ZQFtxsrZ>
- 18 46 <https://www.sephora.com/buy/glowing-skin-supplements>
<https://www.sephora.com/buy/glowing-skin-supplements>
- 19 [https://www.olly.com/products/extra-strength-probiotics?](https://www.olly.com/products/extra-strength-probiotics?bvstate=pg%3A4%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOopgMXvlL6P6JXWN5_npS33JHKqRhGkScS3ZmZY6A23kV6bohR3g)
bvstate=pg%3A4%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOopgMXvlL6P6JXWN5_npS33JHKqRhGkScS3ZmZY6A23kV6bohR3g
[https://www.olly.com/products/extra-strength-probiotics?](https://www.olly.com/products/extra-strength-probiotics?bvstate=pg%3A4%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOopgMXvlL6P6JXWN5_npS33JHKqRhGkScS3ZmZY6A23kV6bohR3g)
bvstate=pg%3A4%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOopgMXvlL6P6JXWN5_npS33JHKqRhGkScS3ZmZY6A23kV6bohR3g
- 20 <https://drinklmnt.com/products/lmnt-recharge-electrolyte-drink>
<https://drinklmnt.com/products/lmnt-recharge-electrolyte-drink>
- 21 **Adult Multi & Probiotic Vitamins**
https://www.olly.com/products/adult-multi-probiotic?srsId=AfmBOoqaxT8eMI2OGQFI6-H9eIZU9_gyMZiw6qKKLbCFIHG6PzIAqWAF&utm_source=chatgpt.com
- 22 52 [https://bloomnu.com/products/greens-superfoods?](https://bloomnu.com/products/greens-superfoods?srsId=AfmBOop509uVBFHpZfGlv_D3zZBYkNhcAzLtBDDg8p0-GEI04mq8ftci)
srsId=AfmBOop509uVBFHpZfGlv_D3zZBYkNhcAzLtBDDg8p0-GEI04mq8ftci
https://bloomnu.com/products/greens-superfoods?srsId=AfmBOop509uVBFHpZfGlv_D3zZBYkNhcAzLtBDDg8p0-GEI04mq8ftci
- 23 35 49 55 <https://bloomnu.com/products/creatine-gummies?srsId=AfmBOooY4weIC3oX-nnL5jVaIeIDZieMFvt0ecDWpGWB9q1xAkB0TMyZ>
<https://bloomnu.com/products/creatine-gummies?srsId=AfmBOooY4weIC3oX-nnL5jVaIeIDZieMFvt0ecDWpGWB9q1xAkB0TMyZ>
- 24 [https://www.olly.com/products/metabolism-gummy-rings?](https://www.olly.com/products/metabolism-gummy-rings?bvstate=pg%3A6%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOorsl-8tYFAQIYKtQxcw9u-Mf_JZKW9sYzIqf4JHVM2RwN5MfWHP)
bvstate=pg%3A6%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOorsl-8tYFAQIYKtQxcw9u-Mf_JZKW9sYzIqf4JHVM2RwN5MfWHP
[https://www.olly.com/products/metabolism-gummy-rings?](https://www.olly.com/products/metabolism-gummy-rings?bvstate=pg%3A6%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOorsl-8tYFAQIYKtQxcw9u-Mf_JZKW9sYzIqf4JHVM2RwN5MfWHP)
bvstate=pg%3A6%2Fct%3Ar&srsId=AfmBOorsl-8tYFAQIYKtQxcw9u-Mf_JZKW9sYzIqf4JHVM2RwN5MfWHP
- 25 30 43 48 [https://perelhealth.com/collections/perimenopause?](https://perelhealth.com/collections/perimenopause?srsId=AfmBOooytO0j9Iune1P-4hHw4zKSLRuDcKRP0ARpFRNG2vWpXX2PaNX)
srsId=AfmBOooytO0j9Iune1P-4hHw4zKSLRuDcKRP0ARpFRNG2vWpXX2PaNX
[https://perelhealth.com/collections/perimenopause?](https://perelhealth.com/collections/perimenopause?srsId=AfmBOooytO0j9Iune1P-4hHw4zKSLRuDcKRP0ARpFRNG2vWpXX2PaNX)
srsId=AfmBOooytO0j9Iune1P-4hHw4zKSLRuDcKRP0ARpFRNG2vWpXX2PaNX
- 26 50 [https://www.timeline.com/shop?](https://www.timeline.com/shop?srsId=AfmBOoqnw7VgqIJ5Dgu2WowiixvliCkOxBs6gRUEsXgl8_fEXIa-k6Ih)
srsId=AfmBOoqnw7VgqIJ5Dgu2WowiixvliCkOxBs6gRUEsXgl8_fEXIa-k6Ih
https://www.timeline.com/shop?srsId=AfmBOoqnw7VgqIJ5Dgu2WowiixvliCkOxBs6gRUEsXgl8_fEXIa-k6Ih
- 28 https://lemmelive.com/collections/womens-health?srsId=AfmBOorfTVD8X-hZR0Q8s-ec7hs9kg5IXcQ8cb7_u8Vrd4a_3LwjK6KK
https://lemmelive.com/collections/womens-health?srsId=AfmBOorfTVD8X-hZR0Q8s-ec7hs9kg5IXcQ8cb7_u8Vrd4a_3LwjK6KK
- 29 [https://lemmelive.com/pages/purr-lp-2?](https://lemmelive.com/pages/purr-lp-2?srsId=AfmBOooAI12o45cwMIvYibRhh65vEM6x9kh989_7MchH-YubqXaGoc5J)
srsId=AfmBOooAI12o45cwMIvYibRhh65vEM6x9kh989_7MchH-YubqXaGoc5J
https://lemmelive.com/pages/purr-lp-2?srsId=AfmBOooAI12o45cwMIvYibRhh65vEM6x9kh989_7MchH-YubqXaGoc5J

- 31 53 [https://perelehealth.com/products/stress-support?
srsltid=AfmBOopXDIXMws5VZNzvdzwmn0Wtf58xGdi82S4csTgZDmogTW07RCNy](https://perelehealth.com/products/stress-support?srsltid=AfmBOopXDIXMws5VZNzvdzwmn0Wtf58xGdi82S4csTgZDmogTW07RCNy)
[https://perelehealth.com/products/stress-support?
srsltid=AfmBOopXDIXMws5VZNzvdzwmn0Wtf58xGdi82S4csTgZDmogTW07RCNy](https://perelehealth.com/products/stress-support?srsltid=AfmBOopXDIXMws5VZNzvdzwmn0Wtf58xGdi82S4csTgZDmogTW07RCNy)
- 32 <https://www.hims.com/testosterone>
<https://www.hims.com/testosterone>
- 33 [https://www.olly.com/collections?srsltid=AfmBOoob_QwcNIJHB2WqB_gCX8v8-
gJuh03Fan3fxGuUXo5NUIBk8UnN](https://www.olly.com/collections?srsltid=AfmBOoob_QwcNIJHB2WqB_gCX8v8-gJuh03Fan3fxGuUXo5NUIBk8UnN)
https://www.olly.com/collections?srsltid=AfmBOoob_QwcNIJHB2WqB_gCX8v8-gJuh03Fan3fxGuUXo5NUIBk8UnN
- 34 [https://gruns.co/pages/fiber?srsltid=AfmBOopptf-
btkiL0gQog70Hyhb80TFNywfhTQ0kCd3bCN9hS3iS6ECg](https://gruns.co/pages/fiber?srsltid=AfmBOopptf-btkiL0gQog70Hyhb80TFNywfhTQ0kCd3bCN9hS3iS6ECg)
<https://gruns.co/pages/fiber?srsltid=AfmBOopptf-btkiL0gQog70Hyhb80TFNywfhTQ0kCd3bCN9hS3iS6ECg>
- 38 [https://lemmelive.com/es/collections/gummies?srsltid=AfmBOoqYfE2-cHhfj3-
MCPjbEY7KeIe8pDKN1OMp5tSPr41T5LzDKaeG](https://lemmelive.com/es/collections/gummies?srsltid=AfmBOoqYfE2-cHhfj3-MCPjbEY7KeIe8pDKN1OMp5tSPr41T5LzDKaeG)
<https://lemmelive.com/es/collections/gummies?srsltid=AfmBOoqYfE2-cHhfj3-MCPjbEY7KeIe8pDKN1OMp5tSPr41T5LzDKaeG>
- 40 [https://goop.com/wellness/health/superpowders-for-skin-gut-health-metabolism?
srsltid=AfmBOor_CAVnJIU7y0ISDjNokXIRTHLq_X5oE5gWGgk56z3UO0RzrBIO](https://goop.com/wellness/health/superpowders-for-skin-gut-health-metabolism?srsltid=AfmBOor_CAVnJIU7y0ISDjNokXIRTHLq_X5oE5gWGgk56z3UO0RzrBIO)
[https://goop.com/wellness/health/superpowders-for-skin-gut-health-metabolism?
srsltid=AfmBOor_CAVnJIU7y0ISDjNokXIRTHLq_X5oE5gWGgk56z3UO0RzrBIO](https://goop.com/wellness/health/superpowders-for-skin-gut-health-metabolism?srsltid=AfmBOor_CAVnJIU7y0ISDjNokXIRTHLq_X5oE5gWGgk56z3UO0RzrBIO)
- 41 [https://perelehealth.com/products/hormonal-balance-support?srsltid=AfmBOoqtBo0p26zbK2KQC9-
XLIy7GCh4D1qH6dT-GQsrR9mv6F3eF27A](https://perelehealth.com/products/hormonal-balance-support?srsltid=AfmBOoqtBo0p26zbK2KQC9-XLIy7GCh4D1qH6dT-GQsrR9mv6F3eF27A)
[https://perelehealth.com/products/hormonal-balance-support?srsltid=AfmBOoqtBo0p26zbK2KQC9-XLIy7GCh4D1qH6dT-
GQsrR9mv6F3eF27A](https://perelehealth.com/products/hormonal-balance-support?srsltid=AfmBOoqtBo0p26zbK2KQC9-XLIy7GCh4D1qH6dT-GQsrR9mv6F3eF27A)
- 42 <https://hvmn.com/>
<https://hvmn.com/>
- 44 <https://www.sephora.com/shop/wellness-skincare>
<https://www.sephora.com/shop/wellness-skincare>
- 57 60 https://bloomnu.com/products/clear-protein?srsltid=AfmBOorB4VsSbw_p_gzVfbx3qKBihwG1GxWcfedxTLkOaaRQqonSbIW
https://bloomnu.com/products/clear-protein?srsltid=AfmBOorB4VsSbw_p_gzVfbx3qKBihwG1GxWcfedxTLkOaaRQqonSbIW
- 58 [https://lemmelive.com/products/lemme-greens-gummies?
srsltid=AfmBOoq8HVeuCldV11Tn_iYzbl2DGoBo_2yUJoHxKuEJeZNmeUHoxXjj](https://lemmelive.com/products/lemme-greens-gummies?srsltid=AfmBOoq8HVeuCldV11Tn_iYzbl2DGoBo_2yUJoHxKuEJeZNmeUHoxXjj)
[https://lemmelive.com/products/lemme-greens-gummies?
srsltid=AfmBOoq8HVeuCldV11Tn_iYzbl2DGoBo_2yUJoHxKuEJeZNmeUHoxXjj](https://lemmelive.com/products/lemme-greens-gummies?srsltid=AfmBOoq8HVeuCldV11Tn_iYzbl2DGoBo_2yUJoHxKuEJeZNmeUHoxXjj)