



“El sector nutraceútico vive un gran momento en el que hay que responder a las demandas de los clientes con rigor y calidad”

Esther Cano

Directora de Nutraceuticals Europe.
Madrid, 27-28 de febrero.
Palacio de Congresos de Madrid

Nutraceuticals Europe cubre toda la cadena de valor de los nutracéuticos, desde el ingrediente hasta el producto terminado. Hablamos con Esther Cano, directora del certamen, para conocer más detalles de una edición con un claro carácter científico y que amplía su espacio expositivo.



¿Qué cifras de participación estiman para esta edición?

Cuando faltaban tres meses para su celebración, ya contábamos con más de 100 marcas participantes, por lo que hemos ampliado la zona de exposición un 30 % respecto a la edición anterior. En cuanto a los visitantes, contaremos con unos 2.500 profesionales que, al ser cargos directivos relacionados directamente con el sector, tienen un alto poder de decisión de compra.

Cambian de ubicación al Palacio de Congresos de Madrid, ¿qué otras novedades trae esta convocatoria?

La apuesta es clara y ya queda reflejada en el lema “Science & Business”, bajo el cual las marcas participantes serán las protagonistas del programa científico del evento. De esta manera, Nutraceuticals Europe quiere contribuir a la difusión de la innovación y la ciencia que acompaña a las empresas del sector nutracéutico, a través de un extenso programa de ponencias y presentaciones que se realizarán en las zonas de NTC Next Conferences y Seminar Theatre.

Hablamos de rigor científico, ¿un factor básico para impulsar el sector?

Los visitantes tendrán la oportunidad

de conocer las novedades, desarrollos e investigaciones de las empresas e interactuar con ellas. Estamos firmemente convencidos de que en el sector nutracéutico, la ciencia y el negocio van unidos, por lo que la mejor manera de contribuir al sector es facilitarles un espacio en el cual puedan exponer sus avances y aplicaciones.

Este año dan una gran importancia al producto terminado. ¿Es por su proyección de crecimiento?

Desde la primera edición de Nutraceuticals Europe han participado empresas que, además de fabricar ingredientes funcionales, tienen división de producto terminado. Los resultados en el evento para esta tipología de empresas eran positivos tanto para el ingrediente como para el producto. Por eso, cada vez más empresas de producto final han estado interesadas en participar. Hay que tener en cuenta que el sector nutracéutico genera mucho interés. No sólo para empresas fabricantes de productos, sino para grandes superficies de distribución y tiendas especializadas en nutrición.

¿Qué buscan estos punto de venta?

Quieren ampliar sus lineales con productos que hoy demandan los clientes, dar respuesta a las recomendaciones que les realizan prescriptores de este campo (nutricionistas, dietistas, médicos...). También disponer de una oferta amplia para aquellos que conocen a fondo esta categoría.

Por tanto, perciben que el consumidor demanda lo funcional y nutracéutico...

Es obvio que el consumidor cada vez está más preocupado por su salud. Por tanto, muestra gran interés en todos aquellos productos que pueden mejorar su calidad de vida. Aunque hace unos años este tipo de artículos se demandaban en farmacias o tiendas de nutrición, cada vez los encontramos en más lineales de grandes superficies de distribución, en tiendas especializadas en nutrición deportiva, parafarmacias, etc. Ahora más empresas fabricantes



de alimentación o farmacéuticas incorporan los productos funcionales a su producción. El aumento de fabricantes de productos nutracéuticos surge de la oportunidad de negocio que cubre un nicho de mercado generado por la creciente preocupación del consumidor por reducir el riesgo de padecer enfermedades, ya que los nutracéuticos aportan un importante valor añadido respecto al producto genérico.

En la industria, ¿cada vez apuestan más por este tipo de producción?


Como decíamos, las empresas fabricantes tienen como objetivo principal satisfacer la demanda de los consumidores. Por tanto, si sus clientes finales están interesados en estos productos, ellos trabajan para ofrecérselos con la máxima garantía. Desde la primera edición de Nutraceuticals Europe somos concededores del trabajo de estas firmas, su investigación y sus innovaciones para ofrecer al consumidor un producto de máxima calidad que cumpla con sus necesidades. Es una tendencia creciente que las empresas de alimentación –no sólo las más grandes o multinacionales– incorporan una gama de estos productos. Lo mismo ocurre con los laboratorios farmacéuticos. Una clara señal de la apuesta de la industria por el producto nutracéutico es que en

Nutraceuticals Europe las salas de conferencias y los stands de los expositores se llenan de visitantes cuyo cargo es de director de I+D+i.

¿Qué tipo de nuevos lanzamientos podremos ver este año?

En Nutraceuticals Europe los visitantes podrán conocer, por ejemplo, un carbohidrato cuya función es obtener una gestión óptima de la energía, o productos para cuidar la salud ocular, mejorar el funcionamiento del aparato respiratorio, entre otros. Serán nuevas funcionalidades y formatos.

¿Cuáles cree que son los principales retos a los que se enfrente este sector en los próximos meses?

Desde la primera edición, nuestro objetivo es contribuir al desarrollo del sector nutracéutico y mostrar toda la investigación, innovación y ciencia que hay detrás de las empresas que desarrollan estos productos. Es la línea en la que seguimos y seguiremos trabajando, facilitando a las empresas participantes un espacio donde mostrar sus logros y contribuyendo al negocio aportando visitantes de calidad, tanto del mercado nacional como internacional. 

Más información:

www.nutraceuticalseurope.com