



INFORME
DE FERIA

2024



VITAFOODS ASIA

Bangkok

Del 18 al 20 de septiembre de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bangkok

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

10 de diciembre de 2024

Bangkok

Este estudio ha sido realizado por
Carmen Cuenca Zoroa

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bangkok

<https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/TH/inicio>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Datos de la edición de 2024	6
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Ubicación	7
2.2. Cómo participar como expositor	10
2.3. Pabellones oficiales nacionales, de CCAA o Asociaciones	12
2.4. Participación empresarial en el Pabellón España	12
2.5. Participación empresarial fuera del Pabellón España	14
2.6. Actividades paralelas y eventos	15
2.7. Datos estadísticos de participación	16
3. Actividades de promoción	19
3.1. Actividades de Promoción de la feria	19
3.2. Promoción desde ICEX.	19
3.3. Promoción desde la Oficina Económica y Comercial de Bangkok.	20
4. Tendencias y novedades presentadas	21
4.1. Tendencias globales	21
4.2. Tendencias por producto	21
4.3. Productos destacados en la feria	22
5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes	23
6. Anexos	24
6.1. Transporte (a y desde la feria)	24
6.2. Servicios dentro del recinto ferial	24
6.3. Recomendaciones	25
6.4. Direcciones de interés	25
6.5. Otros datos de interés	26



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica



VITAFOODS ASIA 2024

La última edición de VITAFOODS ASIA se celebró **del 18 al 20 de septiembre** de 2024 en el **Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC)**, Bangkok, Tailandia. Este evento anual es el más destacado en la industria de las vitaminas, suplementos alimenticios y nutracéuticos en la región Asia-Pacífico. Esta feria cuenta también con una edición europea con una larga trayectoria que respalda su relevancia en el sector.

En 2024, **VITAFOODS** reunió a **más de 540 expositores provenientes de de 40 países diferentes**, consolidándose como un escaparate global para la innovación y las nuevas tendencias en la industria vitamínica y nutracéutica. Entre los expositores, contó, además con **10 pabellones internacionales**. Asimismo, atrajo a más de **13.000 visitantes de 80 países diferentes**, subrayando su importancia como punto de encuentro para profesionales y empresas de todo el mundo. Además, esta es la tercera edición que se celebra de este evento en Tailandia, dado el éxito de la edición anterior, en 2023.



El evento se desarrolló en los Hall 5-8 del el Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC). El **horario de apertura** al público de la feria fue de 10:00 a 18:00 los dos primeros días, y de 10:00 a 17:00 el último día, 18 de septiembre.

VITAFOODS ASIA 2024 es organizada por Informa PLC, una empresa registrada en Reino Unido dedicada a la investigación y conocimiento de mercado. Cuenta con dos servicios principales, Taylor & Francis, que selecciona informes y exploraciones de alta calidad revisadas por los principales expertos y creadores de conocimiento; e Informa Markets, Informa Connect e Informa Tech; que son servicios de tipo B2B dedicados a actividades como formación en TICs, conexiones empresariales o estudios de mercado bajo demanda.

El espacio de la feria ofreció, además, zonas especializadas, como un bar de degustación, tours de innovación, y un escenario principal con sesiones sobre tendencias de mercado y avances científicos. Además, contó con iniciativas como la **Vitamina Nutraceutical Awards Showcase** y **Sustainability Square** para promover prácticas sostenibles.

Para asistir como visitante, se requería un registro previo, aunque la entrada es totalmente gratuita. En cuanto al precio de participación como expositor, este depende de los metros de espacio y el tipo de stand, como se detallará en epígrafes posteriores. Por último, la **próxima edición** de VITAFOODS ASIA ya está programada para celebrarse del **17 al 19 de septiembre de 2025**, en Bangkok, lo que garantiza la continuidad de este evento clave en la agenda internacional del sector.

1.2. Sectores y productos representados

VITAFOODS ASIA acoge cuatro sectores que abarcan toda la cadena de suministro nutracéutica, de principio a fin:

- **Ingredientes y materias primas:** enfocada en ingredientes innovadores como extractos naturales, alimentos funcionales y suplementos, mostrando su funcionalidad y aplicaciones. Esta área es fundamental para obtener una visión integral de la funcionalidad, el potencial de aplicación y los beneficios de una amplia gama de ingredientes.
- **Productos terminados:** es decir, suplementos, alimentos y bebidas funcionales ya desarrollados, incluyendo cápsulas, barras sustitutivas de comidas, suplementos masticables, tabletas efervescentes y productos de belleza.
- **Fabricación por contrato y marca blanca:** soluciones técnicas, regulatorias, de análisis, desarrollo de productos, y empaquetado. Brinda acceso a asesoramiento técnico y regulatorio, por parte de expertos; y ofrece soluciones innovadoras.
- **Servicios y equipos:** propuestas de desarrollo a medida y productos listos para marca blanca.



Así, en VITAFOODS ASIA podemos encontrar suplementos dietéticos, ingredientes alimentarios funcionales, alimentos y bebidas saludables, ingredientes naturales y orgánicos, tecnología y equipos relacionados con la fabricación de alimentos y suplementos, empaquetado y etiquetado, servicios de consultoría y regulación e investigación y desarrollo.

1.3. Datos de la edición de 2024

Localización: Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC), Hall 1 al 3.

Superficie: alrededor de 15.000 m2.

Precio para el visitante: Gratuito, previo registro.

Precio para el exhibidor: Depende del tipo de stand y metros cuadrados

Número de exhibidores: 544

Número de visitantes: 10.000

Pabellones internacionales: 10

Fecha de la próxima edición: 17 al 19 de septiembre de 2025.





2. Descripción y evolución de la Feria

VITAFOODS ASIA 2024 superó las cifras de la edición anterior, con más de 13.000 visitantes de 80 nacionalidades diferentes. Los asistentes pudieron disfrutar de 544 expositores de 40 países distintos que mostraron a los asistentes las últimas novedades en el mercado de los nutracéuticos, suplementos alimenticios y vitaminas varían en tamaño y diseño, adaptándose a las necesidades específicas de cada expositor.

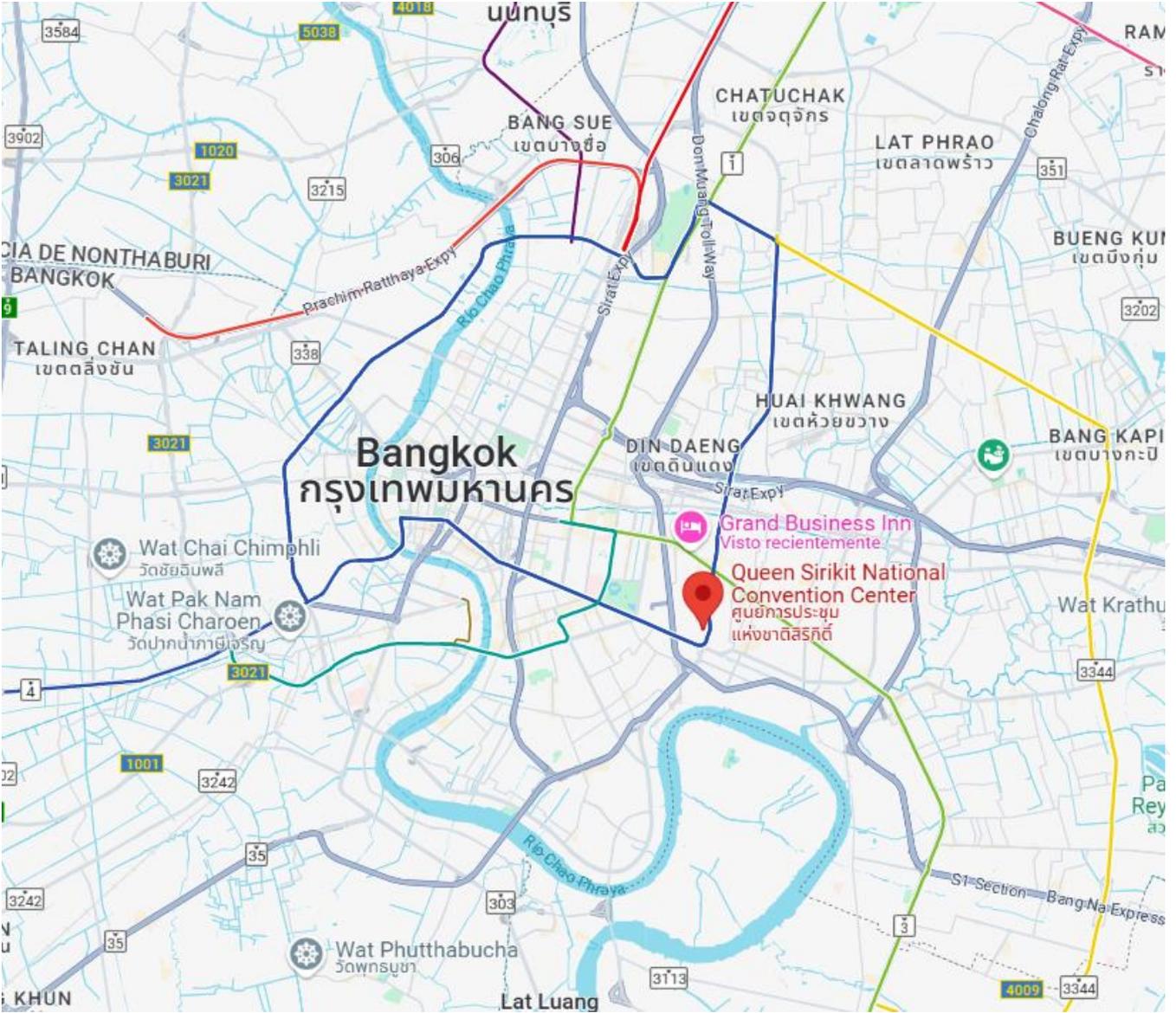
Además, dentro del evento se desarrollaron diferentes actividades como **mesas redondas, charlas, debates y trainings** sobre formulaciones, productos o efectos en la salud del uso de esta categoría de productos.

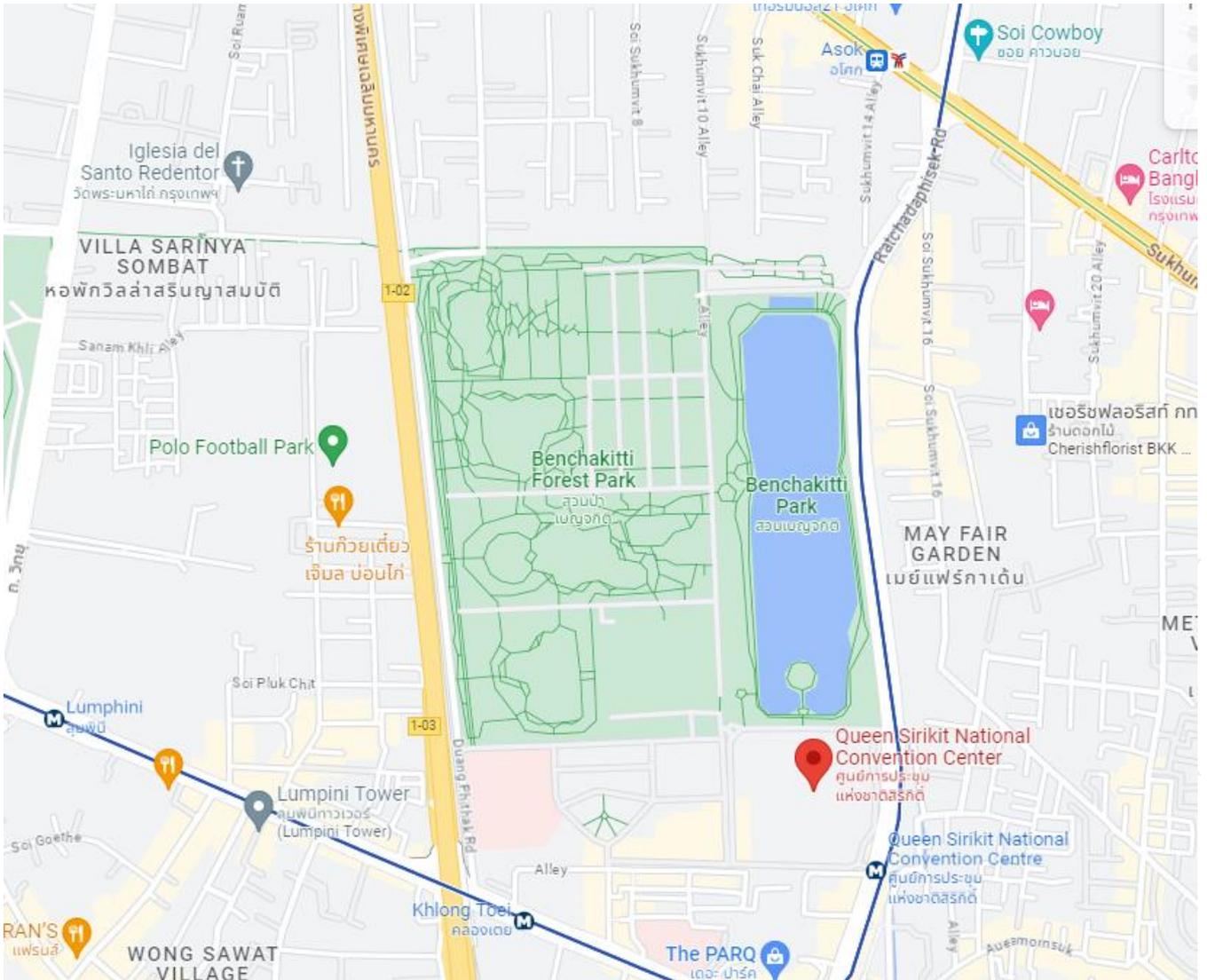
Este año, 10 países contaron con Pabellón Oficial, entre ellos, **España, como ya se hizo en las dos ediciones anteriores**. Dentro del mismo, se agruparon un total de 18 empresas. Asimismo, otras 5 empresas españolas acudieron de manera independiente. El detalle de cada una de ellas, así como una breve descripción de su actividad aparece en epígrafes posteriores.

2.1. Ubicación

VITAFOODS ASIA 2024 se lleva a cabo en el **Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC), un centro de conferencias situado en el centro de la ciudad** de Bangkok, Tailandia. Se trata de **uno de los centros de exposiciones más grandes y modernos del Sudeste Asiático**. Este recinto es ideal para eventos de gran escala, y, además cuenta con una posición estratégica, dada sus buenas conexiones con el transporte público (Skyline BTS, Metro MRT y Bus), así como por la superficie de parking adyacente para llegar con vehículo privado.

Para esta feria se utilizaron **los Halls 1 al 3**, sumando un total de **15.000 metros cuadrados**. Asimismo, los pabellones nacionales están estratégicamente ubicados dentro del recinto para maximizar la visibilidad y facilitar el acceso a los visitantes interesados en productos de países específicos. Estos pabellones son zonas clave dentro del plano del recinto, y suelen estar agrupados según la región geográfica para que los visitantes puedan explorar fácilmente productos de áreas similares.







2.2. Cómo participar como expositor

Las empresas interesadas en participar pueden hacerlo rellenando [este formulario](#). Si se necesita más información sobre el evento se puede contactar con:

- Sra. Lakkana Chuvichien - lakkana.c@informa.com (+66 95 595 4693)

Los expositores cuentan con **varios tipos de paquetes para participar: solo espacio, paquete 1, paquete 2, paquete ecológico y paquete 'new in the market'**. Cada uno de ellos incluye una serie de elementos, que se detallan a continuación.

TIPOS DE PAQUETES PARA EXPOSITORES

SOLO ESPACIO	<ul style="list-style-type: none">• Alquiler del espacio (stand, electricidad y alfombra no incluidos)
PAQUETE 1	<ul style="list-style-type: none">• Alfombra, estructura del stand, tablero con nombre, 1 armario con cerradura, 1 mesa redonda, 4 sillas, cubo de basura, 2 focos y toma de corriente.
PAQUETE 2	<ul style="list-style-type: none">• Alfombra, estructura del stand, tablero con nombre, 1 armario con cerradura, 1 mesa redonda, 4 sillas, 1 gran vitrina, 1 expositor para folletos, cubo de basura, 2 focos y toma de corriente.
PAQUETE ECOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none">• Alfombra, estructura del stand, 1 armario con cerradura, 2 mesas redondas, 8 sillas, 1 trastero, impresión por inyección de tinta, decoración, cubo de basura, 4 focos y toma de corriente.
PAQUETE NEW IN THE MARKET	<ul style="list-style-type: none">• 1 mostrador de quiosco tamaño (D) 1,50 x (An) 1,00 x (Al) 2,40 m (An) 1,00, 2 sillas de bar con taburetes, 1 cartel de tamaño de impresión 100 x 140 cm, foco y toma de corriente.

Fuente: VITAFODDS ASIA 2024.



Cada paquete y tipo de estructura lleva unos **costes asociados**, así como unas tasas que hay que pagar obligatoriamente. Los precios de la edición de 2024 no son públicos, con lo que se ha tomado como referencia los de la edición de VITAFOODS ASIA 2023, que se detallan en la siguiente tabla:

COSTES DE PARTICIPACIÓN PARA EXPOSITORES EN VITAFOODS ASIA

TIPO DE ESPACIO	CLASIFICACIÓN	PRECIO EN USD
Solo espacio	Precio por m ²	612
Paquete Walk On	Paquete 1 – precio por m ²	738
Mínimo 9 m ²	Paquete 2 – precio por m ²	789
APERTURAS		
Lateral abierto	2 laterales abiertos	525
	3 laterales abiertos	795
	4 lados abiertos	825
TASAS OBLIGATORIA		
Tasa de evaluación del espacio bruto	Importe por contrato	150
Derechos de inscripción	Importe por contrato	550
Tasa por productos de soluciones digitales	Importe por contrato	480

Fuente: VITADOODS ASIA 2023.

Por su parte, ICEX pone a disposición de las empresas interesadas un **Pabellón España**. Algunas de las ventajas de este servicio son la agilidad en los trámites burocráticos o el precio. La convocatoria para la próxima edición aún no está abierta. Previsiblemente, esta se publicará en enero de 2025, pero puede consultarse la [Convocatoria de 2024](#), a modo de ejemplo. Las empresas interesadas en participar en VITAFOODS ASIA 2025 pueden acceder a la [web de ICEX](#) para más información.

La **cuota básica de participación** para las empresas españolas en el Pabellón España en 2023 fue de **745 €/m² + 10% IVA**, es decir, **819,50€/m²; en dos pagos**, la mitad al momento de la inscripción y el 50% restante una vez adjudicados los metros cuadrados reales por ICEX.



2.3. Pabellones oficiales nacionales, de CCAA o Asociaciones

VITAFOODS ASIA 2024 contó con 10 pabellones oficiales: Bélgica, China, Francia, Alemania, Italia, Japón, Corea del Sur, Noruega, Polonia y España. **Nuestro país es la tercera vez que participa como pabellón agrupador, y ha sido una de las primer naciones en hacerlo dentro de esta feria. Además, cada año el número de empresas que se acogen va en aumento:** en 2022, acudieron 5 empresas de la mano de ICEX. Al año siguiente, 2023, esta cifra aumentó hasta las 11 compañías españolas. Este 2024, el número total de empresas participantes en el Pabellón España ha sido de 20.

Debido a la existencia del pabellón español, ninguna Comunidad Autónoma ni Asociación española contó con pabellón propio.

2.4. Participación empresarial en el Pabellón España

A continuación, se incluye el detalle de las 20 empresas participantes en el Pabellón España de ICEX, así como una breve descripción de cada una de ellas.

- **Advanced Organic Materials Valencia SA:** productor líder de ingredientes naturales derivados de aceites vegetales. Cuentan con productos antioxidantes y nutricionales proporcionan una potente protección y fortificación a muchos productos de consumo en múltiples industrias de todo el mundo, incluyendo alimentos y bebidas, piensos, nutrición y cuidado personal, entre otros.
- **Alvinesa Natural Ingredients:** con sede en Ciudad Real, esta empresa se dedica a la producción sostenible de extractos naturales a partir de subproductos del vino, como polifenoles y antocianinas. Sus ingredientes tienen aplicaciones en alimentos, cosmética y salud.
- **Arandovo SL:** empresa especializada en el desarrollo de un ingrediente funcional, la membrana de huevo, y su aplicación en la alimentación, suplementos dietéticos, cosméticos, nutracéuticos e industria farmacéutica.
- **Aurora Intelligent Nutrition:** con más de 10.000 fórmulas, ofrecen soluciones integrales y a medida en la fabricación de marcas de distribuidor para productos como tabletas energéticas, untables, suplementos, barritas proteicas, galletas, gelatinas, gominolas, etc.
- **Blisscare:** especializada en productos de cuidado personal y bienestar, Blisscare combina ingredientes naturales y tecnología innovadora. Su enfoque incluye cosmética funcional y suplementos dietéticos, promoviendo un estilo de vida saludable.

- **Catalysis SL:** nace en 1989, en Madrid, como una empresa que dirige sus esfuerzos a la investigación y desarrollo de productos dentro de los sectores cosmético y dietético, gracias a la tecnología desarrollada bajo la dirección del Dr. Antonio Martín González en el Centro de Investigaciones Científicas (CSIC).
- **Eladiet SA:** empresa española de suplementos alimenticios basados en plantas medicinales. Con un fuerte enfoque en la innovación, Eladiet ofrece productos para apoyar la salud y el bienestar general, cumpliendo con estrictas normativas de calidad.
- **Eromed SA:** empresa española líder mundial en la fabricación de extractos botánicos estandarizados de primera calidad para las industrias farmacéutica, nutracéutica, cosmética y de alimentos saludables. Cuenta con más de 50 años de experiencia en investigación y control de calidad, las tecnologías más avanzadas y la trazabilidad desde el campo hasta el extracto acabado.
- **Laboratories Grand Fontaine:** empresa de salud ubicada en Barcelona, España, especializada en nutrición médica para diversas necesidades clínicas. Ofrecen productos diseñados para abordar condiciones como malnutrición, desórdenes glucémicos, oncología, disfunciones digestivas y envejecimiento saludable, entre otros.
- **Marnys-Martínez Nieto SA:** productores y distribuidores de complementos alimenticios, vitaminas, aceites esenciales y cosméticos y productos cosmeceúticos. Exportan a más de 60 países de todo el mundo.
- **Mayla Pharmaceuticals:** laboratorio farmacéutico con inversión holandesa que lleva más de una década operando en España. Especializado en productos para dormir, probióticos, alivio del dolor, alivio de los síntomas de la menopausia, sistema inmune, etc.
- **Monteloeder by Suannutra:** empresa especializada en la investigación, desarrollo y comercialización de ingredientes naturales para la industria de la salud y el bienestar, con un enfoque en la producción de extractos de plantas y otros compuestos naturales para su uso en suplementos dietéticos y productos de salud.
- **Neovital Health – Neo Kids;** dedicada al desarrollo de suplementos alimenticios para niños y adultos basados en hierbas medicinales y setas, oligoelementos, vitaminas y minerales. Su línea infantil está pensada para fortalecer y proteger el organismo de los niños.

- **Nutris Ingredients:** especializada en la producción y venta de ingredientes y soluciones para la industria alimentaria (formulación de complementos alimenticios, nutrición deportiva, infantil y médica).
- **Quinton Biotech:** empresa pionera en biotecnología marina. Se especializa en productos basados en agua de mar microfiltrada en frío, utilizados para terapias naturales en salud y bienestar. Sus productos, como sprays nasales, oculares, y ampollas de agua de mar, son 100% naturales, con beneficios en la regulación celular, equilibrio electrolítico, y mejora del sistema inmunológico.
- **Select Botanical SL:** empresa española con sede en Barcelona y planta de producción en Navarra. Se centra en la investigación, desarrollo y comercialización de extractos y principios activos de origen vegetal para las industrias farmacéutica, alimentaria y nutracéutica.
- **Solutex GC SL:** fundada en 2004, ofrece fórmulas y opciones de purificación de aceites de alga y de pescado. Produce y comercializa altos concentrados de ácidos grasos omega-3, EPA y DHA para las industrias farmacéutica, nutricional y cosmética.
- **Terpenic:** focalizada en aromaterapia científica, Terpenic desarrolla productos basados en aceites esenciales y otros activos naturales. Colaboran estrechamente con centros de investigación para garantizar la eficacia y sostenibilidad de sus fórmulas, dirigidas a la salud y el cuidado personal.
- **Tradichem:** empresa integral con centros de I+D, plantas de investigación y oficinas internacionales. Expertos en la industria nutracéutica y farmacéutica con ingredientes para el sistema inmune, salud intestinal, articulaciones, salud de la mujer, envejecimiento, dolor, adelgazamiento o nutrición deportiva.
- **Uriach:** multinacional con más de 180 años de historia, especializada en productos de salud natural y farmacéuticos. Con sede en Barcelona, exporta a numerosos países y ofrece líneas como nutracéuticos, OTC (medicamentos sin receta) y genéricos, fomentando el bienestar a través de soluciones innovadoras.

2.5. Participación empresarial fuera del Pabellón España

En la edición de 2024 de VITAFOODS ASIA, aunque la presencia española se concentró en torno al Pabellón Oficial de España, algunas empresas, por diferentes motivos, decidieron participar



individualmente. En concreto, se encontraron **5 expositores españoles** independientes durante la feria:

- **Ab-Biotics SA:** empresa líder en probióticos inspirada en el desarrollo de soluciones probióticas a la vanguardia de un campo en expansión. Cuentan con cepas únicas y patentadas con mecanismos de acción caracterizados, soluciones probióticas premium dirigidas a áreas terapéuticas específicas y productos acabados con beneficios fácilmente comunicables.
- **EGGNOVO SL:** desarrollo de ingredientes funcionales de alto valor añadido de la cáscara de huevo para las industrias alimentaria, cosmética, nutracéutica y farmacéutica.
- **Fitoplacton Marino SL:** empresa de biotecnología marina fundada en 2002 y centrada en satisfacer las necesidades del mercado de diversos sectores, como la acuicultura, la acuariofilia, la cosmética, la salud y la nutrición, garantizando los mejores estándares de calidad. Su misión es consolidarse como líder en la producción y comercialización de productos derivados de microalgas de alto valor añadido.
- **Pharmactive:** especializada en la investigación, desarrollo y comercialización de ingredientes naturales y productos para la salud y el bienestar, con un enfoque en la salud cardiovascular, cognitiva y la gestión del estrés, respaldado por investigaciones científicas.
- **VITATIGER:** pertenece a VitaTiger Supplements SL, una empresa española especializada en suplementos dietéticos. Cuentan con oficina en Bangkok.

2.6. Actividades paralelas y eventos

En VITAFOODS ASIA 2024, se ofreció una agenda diversificada con **más de 60 temas** enfocados en innovación en nutracéuticos.

Los eventos incluyeron charlas de líderes del sector sobre tendencias clave como la sostenibilidad o los avances en tecnología de suplementos dietéticos, talleres y demostraciones sobre formulaciones y aplicaciones prácticas de las mismas, presentaciones de startups y mesas redondas sobre diferentes temáticas relacionadas con los suplementos y nutracéuticos.

Algunas de las conferencias que despertaron mayor interés fueron:

- **"Prebiotics and Synbiotics – Catch Up on the Latest Developments in These Vibrant Markets”:** donde Mr. Len Monheit, director ejecutivo de la Asociación Global de Prebióticos (GPA), habló sobre el mercado y el uso de prebióticos y simbióticos, incluidos datos de



encuestas de consumidores, tipos de prebióticos, prebióticos emergentes y fórmulas con prebióticos.

- **“How to Put Nutraceuticals Trends in Asia into Action?”**: donde se trataron las últimas oportunidades en complementos dietéticos, destacando las preocupaciones de salud más allá de la inmunidad en la pospandemia.
- **“The Effects and Application of Bacillus coagulans and Heat-Killed Lactobacillus”**: en donde se tratan los beneficios del uso de este probiótico en la salud gastrointestinal y su capacidad para reducir inflamaciones gastrointestinales.
- **“Brain health: Role of evidence-based natural medicines”**: donde se abordó el impacto de los fitonutrientes como ginkgo biloba, omega-3, y curcumina, respaldados por estudios científicos, en la mejora de la memoria y la función cognitiva. Asimismo, se hizo una evaluación del papel de estos compuestos en la mitigación de riesgos asociados con el Alzheimer y otras demencias.
- **“Introduction of the effectiveness of glutathione in the skin”**: se descubrió el papel del glutatión en la neutralización de radicales libres que contribuyen al envejecimiento de la piel. Asimismo, se analizó cómo regula la producción de melanina, promoviendo un tono más uniforme.

Si se quiere acceder al **listado completo de actividades**, éste está disponible en la siguiente web:

<https://www.vitafoodsasia.com/en/whats-on/what-to-expect/agenda.html>

2.7. Datos estadísticos de participación

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES Y VISITANTES

De 2022 a 2024

Datos	2022	2023	2024
Expositores	600	480	544
Países de origen de los expositores	70	38	40
Visitantes	20.000	12.000	13.000
Países de origen de los visitantes	78	70	80
Pabellones Oficiales de un país	11	8	10

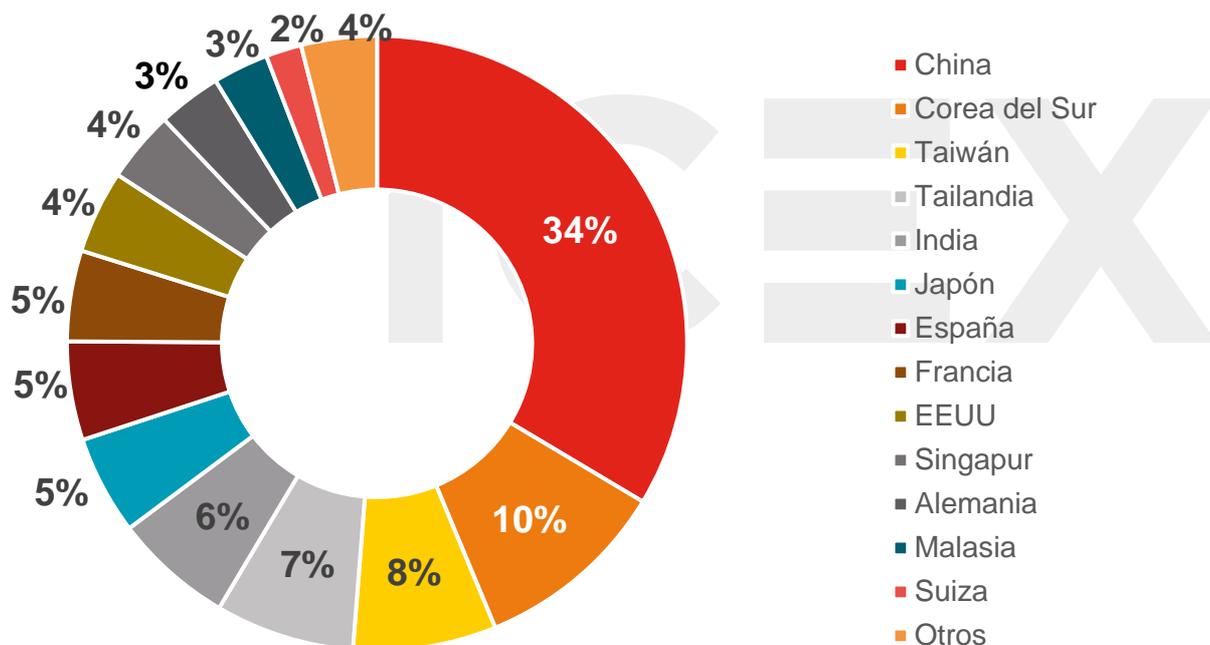
Fuente: THAIFEX-ANUGA Asia 2024

Como se puede observar en la tabla, VITAFOODS ASIA 2024 **ha aumentado sus cifras** tanto en visitantes y expositores, como en el origen de los mismos y el número de Pabellones Oficiales **respecto a la edición anterior**. Esto demuestra que el mercado de los nutraceuticos, suplementos alimenticios y vitaminas está en pleno desarrollo y crecimiento y que cada vez cuenta con un mayor número de potenciales consumidores interesados.

Es importante mencionar que, aunque las cifras de 2024 son similares a las de 2022, o, incluso, algo más bajas, **la edición de 2022 tuvo lugar junto con la feria Fi Asia**, de ingredientes. Por lo tanto, ambas ferias generaban una sinergia que atrajo a una cifra mucho mayor de asistentes, aunque en cuanto al número de expositores y Pabellones oficiales se mantuvieran bastante similar. Por eso, **ambas comparaciones no resultan del todo representativas**.

DISTRIBUCIÓN DE LOS EXHIBIDORES POR PAÍS

2024

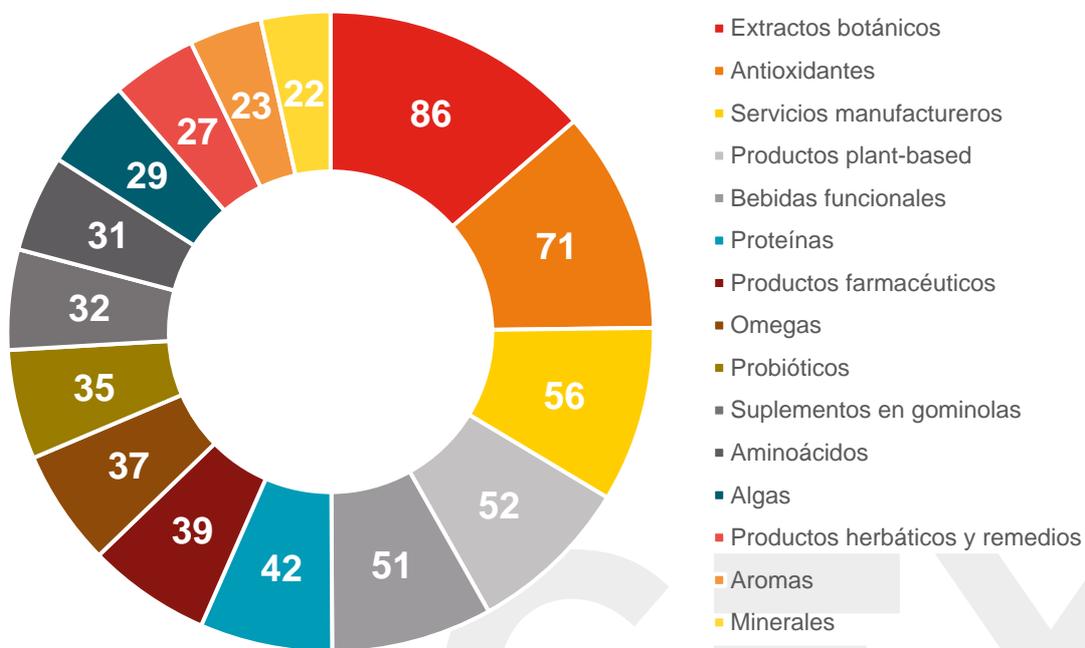


Fuente: VITAFOODS ASIA 2024

En cuanto a la procedencia de los expositores, la mayor representación la encabezan los países de la región: **China, Corea del Sur, Taiwán, Tailandia, India y Japón**, que suman el 70% del total. Esto es debido a su proximidad geográfica y peso comercial en la región. Aun así, hay una gran diversidad internacional, ya que la feria cuenta con **40 nacionalidades diferentes**.

La Unión Europea, en su conjunto, logró captar un 18,2% de los stands, gracias en buena medida a la participación a través de Pabellones oficiales. Dentro de los países UE, **España es el que tiene una mayor representación**, con 23 stands (un 5% de las empresas participantes en la feria), seguida de Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Polonia (estos tres últimos con el mismo número de expositores).

DISTRIBUCIÓN DE LOS EXPOSITORES POR CATEGORÍAS EN 2024



Fuente: VITAFOODS ASIA 2024

Por otra parte, dentro de los productos exhibidos por las empresas participantes, como se puede ver en el gráfico anterior destacan especialmente los extractos botánicos, antioxidantes, servicios manufactureros, productos plant-based y bebidas funcionales. Es importante destacar también algunas **innovaciones cada vez más populares en Asia** como las **algas** o los **suplementos en forma de gominolas**. Por supuesto, es importante destacar que esta no es una lista exhaustiva y que los asistentes pudieron indagar sobre un mayor número de productos.



3. Actividades de promoción

3.1. Actividades de Promoción de la feria

Vitafoods Asia 2024 se promocionó ampliamente a través de diversos canales para llegar a los profesionales del sector y a los asistentes potenciales:

- **Comunicados de prensa y difusión en los medios:** El evento se destacó en destacados medios regionales como el Bangkok Post y Nation Thailand, subrayando su papel como centro clave de la industria nutracéutica. Estos artículos destacaron la asistencia prevista de más de 10.000 visitantes y la participación de más de 650 marcas internacionales.
- **Campañas en redes sociales:** Vitafoods Asia utilizó plataformas como LinkedIn, Twitter e Instagram para atraer al público. Las publicaciones destacaron las zonas exclusivas del evento, como el Innovation Health Hub y la Sustainability Square, así como sus actividades, como los Premios Nutracéuticos y la Carrera 5K.
- **Publicidad digital y marketing por correo electrónico:** Los organizadores del evento se dirigieron a profesionales y empresas del sector nutracéutico a través de boletines informativos, anuncios de pago y difusión directa, con el fin de darlo a conocer en todo el Sudeste Asiático y fuera de sus fronteras.
- **Asociaciones específicas del sector:** La colaboración con organizaciones, revistas y plataformas en línea del sector nutracéutico contribuyó a aumentar su visibilidad. Los artículos en publicaciones específicas del sector, como Nutraceutical Business Review, destacaron su amplia cobertura de las tendencias, los ingredientes y las oportunidades de establecer contactos.

3.2. Promoción desde ICEX.

Antes del evento, difusión del evento a través de la web y redes sociales de ICEX. Durante el evento, stand propio dentro del Pabellón España con folletos que incluyen toda la Información relativa a las empresas españolas aglutinadas bajo el mismo y personal para informar a los visitantes acerca de las mismas. Asimismo, al finalizar, post en LinkedIn con imágenes del evento, valoración del mismo, y agradecimiento a las empresas participantes.

Cabe resaltar que otras Oficinas del Sudeste Asiático hicieron promoción en sus propios perfiles de LinkedIn, como es el caso de la Ofecome de Manila y la Ofecome de Singapur.



3.3. Promoción desde la Oficina Económica y Comercial de Bangkok.

Celebración de una recepción en la Residencia del Embajador tras la finalización del primer día de la feria con transporte desde el QSNCC a la residencia. Al evento asistieron más de 60 invitados, entre empresas españolas y tailandesas. Este acto facilitó los contactos comerciales entre los asistentes en un ambiente más distendido e informal.

Tras el evento, creación de un post con imágenes y un breve resumen y valoración de la feria al perfil oficial de LinkedIn de la Oficina Económica y Comercial de España en Bangkok.



4. Tendencias y novedades presentadas

4.1. Tendencias globales

En **Vitafoods Asia 2024**, se presentaron varias tendencias clave que reflejan la evolución del sector nutracéutico, centrándose en la salud, la sostenibilidad y la innovación tecnológica. Una de las principales tendencias fue la **personalización de los productos nutricionales**. Las soluciones a medida, basadas en análisis científicos y tecnología avanzada, ganaron protagonismo, especialmente en áreas como la salud cerebral, el envejecimiento saludable y la mejora del sistema inmunológico.

Otra tendencia destacada fue el **uso de ingredientes innovadores y locales**. Los expositores presentaron ingredientes tradicionales adaptados a las necesidades del mercado global, con una fuerte orientación hacia la sostenibilidad. Estos ingredientes fueron destacados en los *Nutraceutical Awards*, donde la certificación y la ética en la obtención de los productos tuvieron un papel importante.

La **sostenibilidad** también fue un tema clave, no solo en términos de los productos en sí, sino también en los envases y la cadena de suministro. Varias empresas presentaron productos con un enfoque ecológico y ético, lo que se alineó con la creciente demanda de soluciones responsables.

Por último, se observó un fuerte enfoque en la **salud femenina** y el **envejecimiento activo**, dos categorías que están viendo un crecimiento significativo, lo que se reflejó en la variedad de productos dirigidos a estas áreas.

4.2. Tendencias por producto

En cuanto a las categorías funcionales, los **probióticos** y los **Omega-3** fueron protagonistas. Las innovaciones en probióticos, especialmente aquellas que buscan mejorar la salud digestiva y general, estuvieron muy presentes, al igual que los avances en productos ricos en Omega-3, que se consideran fundamentales para una nutrición equilibrada.

El mercado de las **proteínas alternativas** también estuvo bien representado. Con el aumento de la conciencia sobre el impacto ambiental de las proteínas animales, los productos derivados de plantas y la fermentación microbiana fueron algunas de las propuestas más innovadoras. Estas proteínas son cada vez más utilizadas en suplementos y alimentos funcionales, ofreciendo alternativas saludables y sostenibles.

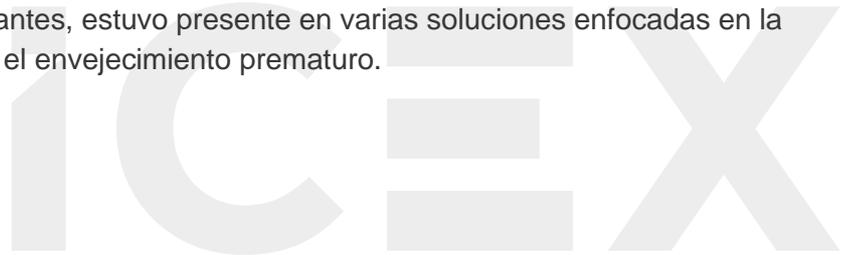


Asimismo, también se hizo un énfasis particular en productos como **suplementos de vitamina C, antioxidantes y otros ingredientes que ayudan a prevenir el envejecimiento celular**. Estos productos están diseñados para apoyar la longevidad y el bienestar general

4.3. Productos destacados en la feria

A parte de los productos ya mencionados, destacaron otros que reflejan las últimas tendencias del mercado. Uno de ellos fue el uso de ingredientes como ***Bacillus coagulans* y *Lactobacillus*** en productos que mejoran la digestión y el sistema inmunológico. Estas soluciones no solo abordan la salud digestiva, sino que también están diseñadas para ser resistentes a las condiciones de calor y procesamiento, lo que las convierte en opciones viables para productos que requieren una vida útil más larga.

Además, se presentó una amplia gama de innovaciones en la belleza y el cuidado de la piel, como suplementos basados en el **glutati6n**, que ayudan a mejorar la salud de la piel. El glutati6n, conocido por sus propiedades antioxidantes, estuvo presente en varias soluciones enfocadas en la mejora de la piel y la protecci6n contra el envejecimiento prematuro.





5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes

Desde ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Bangkok, las sensaciones durante VITAFOODS 2024 fueron **muy positivas**.

Dentro de las empresas españolas, **MARNYS – Martínez Nieto, S.A.** destacó su experiencia en el evento como una oportunidad clave para mostrar sus innovaciones en suplementos alimenticios y cosmética natural. El CEO, Luca D'Ambrosio, resaltó que el evento no solo les permitió exhibir sus más de 400 productos naturales, sino también conectar con socios estratégicos internacionales y explorar nuevas tendencias en el sector nutracéutico.

Por su parte, **Aurora Intelligent Nutrition** expresó que Vitafoods Asia fue un escaparate ideal para presentar sus soluciones de nutrición funcional. La empresa subrayó cómo el evento les permitió interactuar con otros expertos de la industria y posicionar sus productos innovadores, como viales y cápsulas de alta biodisponibilidad, en un mercado competitivo. Además, destacaron el interés generado en su stand y el valor de las interacciones para fomentar colaboraciones futuras.

Pharmactive Biotech Products destacó su participación en el evento como una oportunidad clave para presentar innovaciones en extractos botánicos y soluciones naturales de salud. La empresa señaló que la respuesta de los asistentes fue "excepcional" y elogió el entorno del evento para interactuar con líderes nutracéuticos en Asia y Oceanía.

En cuanto a otros expositores internacionales, los testimonios son también muy positivos. Por ejemplo, **Laboratoires Activa (Francia)** participó en el pabellón oficial francés y valoró el evento como una vitrina de alto nivel para conectar con expertos en investigación y desarrollo, y para fortalecer su posición en el mercado asiático. Resaltaron que el evento les permitió destacar la excelencia de los productos franceses en el sector nutracéutico.

Otro de los participantes, **Dah Feng Capsule Industry (Taiwán)**, fabricante de cápsulas, consideró el evento como una oportunidad estratégica para interactuar con clientes potenciales y fortalecer su red en Asia. La empresa puso énfasis en la calidad y sostenibilidad de sus productos, los cuales generaron interés en el público.



6. Anexos

6.1. Transporte (a y desde la feria)

El recinto de la feria, **Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC)**, se encuentra localizado enfrente del parque Benchakitti, en pleno **centro financiero y económico de la ciudad** de Bangkok. Por ello, es fácilmente accesible en Skytrain BTS, metro MRT, taxi, autobús y coche. Asimismo, el Aeropuerto Internacional de Suvarnabhumi está a 45 minutos en coche del lugar.

A continuación, se desarrolla en detalle las indicaciones para llegar a VITAFOODS ASIA 2024 en los distintos medios de transporte.

- **Autobús:** número 136 y 185.
- **Taxi:** introducir la siguiente dirección: Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC), 60 Ratchadaphisek Rd, Khlong Toei, Bangkok 10110 Tailandia.
- **Coche:** el QSNCC tiene su propia zona de estacionamiento y un estacionamiento adicional en el adyacente Thailand Tobacco Monopoly.
- **Skytrain BTS:** línea verde hasta la estación de Asok. Allí se puede hacer un intercambio, donde se tomará el metro hasta la estación MRT Queen Sirikit National Convention Center. Para acceder al recinto, salida n.º 3.
- **Metro MRT:** la estación MRT Queen Sirikit National Convention Center está justo enfrente del centro y se llega siguiendo la salida n.º 3.

6.2. Servicios dentro del recinto ferial

- Cajero automático
- Cafeterías y restaurantes
- Baños
- Tomas de corriente
- Estacionamiento de motos y coches
- Baterías portátiles para móvil
- Lounge para reuniones
- Salas para llamadas



6.3. Recomendaciones

La construcción de relaciones a medio y largo plazo es un factor fundamental para el éxito de los negocios en Tailandia. A la hora de desarrollar esas conexiones, es necesario tener en cuenta que la sociedad tailandesa es muy jerárquica y los diferentes cargos esperan relacionarse con posiciones del mismo nivel.

A la hora de acudir al evento, si se opta por pedir un taxi, se recomienda utilizar las aplicaciones Grab y/o Bolt, ya que ofrecerán un precio cerrado y evitará posibles estafas respecto al precio. Además, estas aplicaciones permiten programar viajes, reduciendo los tiempos de espera.

6.4. Direcciones de interés

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bangkok

159 Serm Mit Tower, 26th Fl., Sukhumvit 21 Rd., Klongton Nua, Wattana, Bangkok 10110

Tel. (+66) (0) 22 589 020/1 Fax (+66) (0) 22 589 990

E-mail: bangkok@comercio.mineco.es

Web: tailandia.oficinascomerciales.es

Horario: 9:00-17:00 (lunes a viernes)

Embajada de España

Lake Rajada Office Complex, 23rd Fl., Suites No. 98-99, 193 Ratchadapisek Rd., Klongtoey, Bangkok 10110

Tel. (+66) (0) 26 618 284-6 Fax (+66) (0) 26 619 220

E-mail: emb.bangkok@maec.es

Horario: lunes y jueves 9.00-16.00, martes, miércoles y viernes 9.00-13.00

Ministerio de Salud Pública, Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA)

88/24 Tiwanon Road, Mueang District, Nonthaburi, Bangkok 11000

Tel. (+66) (0) 25907000 Fax (+66) (0) 25907116

E-mail: saraban@fda.moph.go.th

Web: <https://en.fda.moph.go.th/>

Horario: 8:30-16:30 (lunes a viernes)



6.5. Otros datos de interés

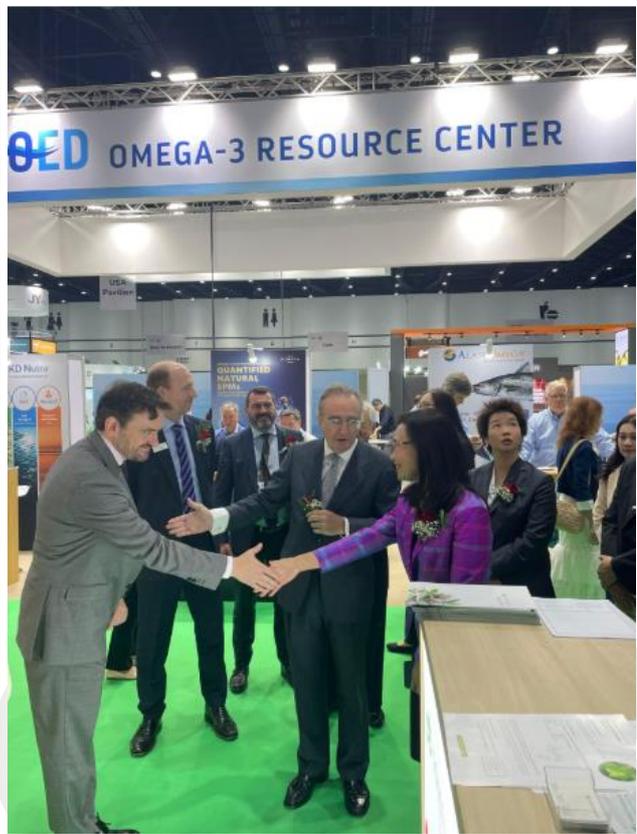
- Enlace al sitio web de la feria: <https://exhibitors.vitafoodsasia.com/2024vfa/>
- Enlace a la lista de empresas asistentes: <https://www.vitafoodsasia.com/en/home.html>
- Fotos del evento:













icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones