

'Nutraceúticos, una nueva manía entre los conscientes por la salud

El deseo para llevar una vida sana y la creciente evidencia científica sosteniendo alimentos naturales continúa a impulsar el mercado de "nutraceúticos". Las tendencias que influyen la demanda para productos nutricionales incluyen la demografía cambiante del consumidor, consciencia creciente sobre la relación entre dieta/enfermedad y aceptación creciente de prácticas alternativas de asistencia sanitaria.

Nutraceúticos aumentan las capacidades del cuerpo para resistir al estrés y las tensiones que desafían nuestra salud por un estilo de vida cambiado e impulsivo. Esta industria consiste en varias categorías de productos de nutrición como alimento funcional, suplementos dietéticos (vitaminas, los minerales, hierbas/botánicos, nutrición deportiva, el reemplazo de comida y especialidad), los alimentos natural/ de cultivo biológico, y los productos cuidado personal y de la casa. Los mercados primarios para el nutraceútico y alimentos funcionales son los países industrializados o las regiones con niveles más grandes del desarrollo económico como los EEUU, Suecia, Suiza y el RU.

El mercado indio de nutraceútico está en una etapa naciente y crece a un ritmo más rápido. El tamaño de mercadotecnia del mercado indio nutraceútico es de casi US\$ 43,80 millones (R 1,840 millones). Las rentas disponibles más altas y el conocimiento más grande sobre la salud son uno de las razones por lo que el sector de nutraceúticos crezca a 40 por ciento.

La dependencia de la comida rápida y la dieta desequilibrada complica aún más el ciclo de la salud haciéndola incompleta. Este cambio refleja en la salud se ve infartos en los 30 y tantos, el colesterol a fines de los 20's, la acidez crónica, la diabetes, etc.

La pauta de la demanda en la industria global de asistencia sanitaria cambia apreciablemente, donde soluciones impositivas y sostenedoras de asistencia sanitaria han ganado la importancia. El conocimiento sobre los beneficios de utilizar las medicinas alternativas aumenta debido al conocimiento más grande sobre la relación entre estilo de vida y enfermedades. La población envejeciendo, el aumento en gastos médicos y aumento en enfermedades causadas por desnutrición son otros factores que contribuyen a la demanda creciente para el nutraceúticos.

Según Peter Zambetti de la Alianza Internacional de la Asociación del Suplemento



Dietético/Alimento (IADSA) el departamento de asuntos de mercadotecnia global en India, los productos con venta más alta en la categoría de nutraceúticos en 2006 fueron los minerales, que registraron las ventas de casi \$ 120 millones. Las vitaminas estuvieron muy cerca, con ventas de casi \$100 millones. El polvo de la proteína fue el tercero, con ventas de alrededor de \$90 millones. Cuarto en la línea era Chyawanprash, que contiene 48 diferentes ingredientes que cruza la marca de \$60m. Multivitaminas fueron vendidas por casi \$60 millones, y polvo de glucosa era próximo a justo sobre \$40 millones. El ginseng experimentó las ventas de alrededor \$30 millones, la vitamina B y el calcio fueron vendidos alrededor de \$20 cada uno, mientras el mercado de vitamina C valió justo sobre \$10 millones.

India en el escenario futuro global

El mercado global de nutraceúticos es estimado en EU \$120 mil millones en 2007 a crecer a 7% (CAGR) y es proyectado a experimentar el crecimiento sano a cruzar EU \$187 mil millones en ventas para 2010. Los EEUU han sido el mercado mayor para el nutraceúticos con India y China llegando a ser los mercados creciendo más rápidamente. Nutraceúticos gana la aceptación por su capacidad de atender a varias enfermedades. Las vitaminas, los Minerales y los Alimentos Nutritivos constituyen casi 85% del mercado mientras que antioxidantes y anti-agentes representan 10%, otros segmentos como los extractos de hierbas ocupan 5% del mercado, globalmente.

India tiene biodiversidad rica y muchos ingredientes naturales, basado en la especie de planta que están localmente disponibles, que son utilizados en la producción de nutraceúticos. La mayor parte de las especias cultivadas en India tiene características medicinales, y son valorados en mercados internacionales.

Los participantes claves en el mercado indio de nutraceúticos Glaxosmithkline consumer healthcare, Dabur India, Cadila Health care, EID Parry's, Zandu Pharmaceuticals, Himalaya herbal Healthcare, Amway, Sami labs, Elder pharmaceuticals y Ranbaxy.

Problemas y desafíos

Las dificultades mayores encaradas por el sector de nutraceúticos incluyen la armazón regulativa, la disponibilidad de materias primas de calidad, la infraestructura para el almacenamiento y transporte, los asuntos asociados con la calidad, y la estandarización.

Otro problema es la falta del conocimiento adecuado entre las masa. "El conocimiento mismo es un riesgo, porque nosotros apenas tenemos siete a ocho por ciento de personas que están enteradas, mientras que casi 82 por ciento no sabe lo que el término nutraceútico significa. Ellos los llaman alimentos funcionales, suplementos dietéticos y son de la opinión que nutraceúticos son para enfermos.

La mayoría de los nutraceúticos tienen precios muy altos, que es uno de los factores disuasorios, ya que el consumidor del objetivo es limitado al urbano élite.

Sugerencias

Hay una necesidad de tomar la industria nutricional de suplemento de "basado en creencia" al estatus de "basado en evidencia". La industria debe iniciar la asociación activa con instituciones académicas para sostener los reclamos del producto con datos apropiados.

Los fabricantes indios deben centrarse en la calidad para emparejar la arena internacional. Posicionamiento innovador y estrategia de comunicación adoptados por las compañías dirigidas ayudarán aún más en aumentar la equidad de la industria de nutraceúticos.

Aunque los mercados urbanos tengan el potencial muy alto, el mercado rural también ensancha rápidamente lo que conducirá estrategias futuras de la expansión de marcas de nutraceúticos. El conocimiento aumentado, las rentas disponibles y el acceso mejorado a la asistencia sanitaria estrecharán la brecha entre el consumidor rural y urbano. El futuro del mercado indio de nutraceútico parece muy brillante y sube a estar entre los primeros tres mercados globales de nutraceútico en el futuro próximo. ■