



INFORME
DE FERIA

2024



Natural Products Expo West

Anaheim

13-16 de marzo de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Los Ángeles

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

20 de marzo de 2024
Los Ángeles

Este estudio ha sido realizado por
Lucía Luque y Naiara Alarcón

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Los Ángeles

<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Ubicación (general y de la participación española)	7
2.2. Servicios ofrecidos (generales y del pabellón español si procede)	9
2.3. Pabellones Nacionales	10
2.4. Participación empresarial fuera del pabellón de España	12
2.5. Datos de participación	12
3. Actividades de promoción	13
3.1. Actividades de Promoción de la feria	13
4. Tendencias y novedades presentadas	14
4.1. Tendencias globales	14
4.2. Tendencias por producto	15
4.3. Productos destacados en la feria	18
5. Anexos	21
5.1. Transporte (a y desde la feria)	21
5.2. Servicios dentro del recinto ferial	22
5.3. Recomendaciones	22
5.4. Direcciones de interés	23
5.5. Otros datos de interés	24



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2024

Fecha de celebración del evento	Anaheim Convention Center Level 3 & North Halls: 12 a 15 de marzo de 2024 Anaheim Convention Center Halls A-E & Arena: 14 a 16 de marzo de 2024
Fecha de la próxima edición	4-8 de marzo de 2025.
Frecuencia	anual
Lugar de celebración	Anaheim Convention Center (800 W Katella Ave, Anaheim, CA, 92802, USA)
Horario de la feria	Fresh Ideas Organic Marketplace Miércoles 11:00am - 4:00pm ACC Level 3 & North Halls Miércoles 12:00 - 6:00pm Jueves 9:00am - 6:00pm Viernes 9:00am - 6:00pm ACC Halls A-E & Arena Jueves 10:00am - 6:00pm Viernes 10:00am - 6:00pm Sábado 10:00am - 4:00pm
Perfil de la feria	Feria de carácter profesional dirigida fundamentalmente a minoristas, <i>retailers</i> y distribuidores de productos naturales, orgánicos y de estilo de vida saludable
Sectores y productos representados	Alimentos naturales y gourmet, orgánicos, saludables, cosméticos, vida natural, suplementos y productos para mascotas
Tipo de visitante	El acceso a la feria está limitado a los expositores y a visitantes profesionales cualificados (es necesario acreditar que el visitante es un minorista, profesional sanitario, distribuidor de productos terminados, proveedor o distribuidor de materias primas, fabricante, proveedor de servicios empresariales (empresas de embalaje, <i>packaging</i> , etc.), inversor o prensa.
Precio de entrada	El precio de entrada para visitante varía según el tipo de profesional, el momento de compra y paquete de actividades elegido. Para minoristas, distribuidores y profesionales de la salud acreditados, el precio de entrada es 90 USD, mientras que, para fabricantes, distribuidores de ingredientes, inversores y <i>business services</i> , el precio alcanza los 1.395 USD.
Otros datos de interés	Natural Products Expo organiza dos ediciones al año: la edición de invierno, Natural Products Expo West, y siempre ha tenido lugar en Anaheim en marzo; y la de otoño, Natural Products Expo East, que se celebraba en Philadelphia en el mes de septiembre. 2023 fue el último año de celebración de esta última.

**Precio expositor independiente:**

El coste para los expositores depende del tamaño y ubicación del *stand*. Los tipos de *stand* y precios ofrecidos en 2024 son los siguientes:

2024 Booth Pricing	
ACC Halls A-E & Arena, ACC North Halls	
5x10	\$4,555
Inline (10x10, 9x10, 8x10)	\$9,110
Inline (10x15, 8x15)	\$13,665
Inline (10x20, 8x20)	\$18,220
Corner (10x10, 9x10, 8x10)	\$10,610
Corner (10x15, 8x15)	\$15,165
Corner (10x20)	\$19,720
Peninsula (10x20)	\$23,220
Peninsula (20x20)	\$46,440
Peninsula (20x30)	\$69,660
Peninsula (20x40)	\$92,880
Peninsula pricing	\$116.10/sq. ft.
Island (10x20)	\$23,710
Island (10x30)	\$35,565
Island (10x40)	\$47,420
Island (20x20)	\$47,420
Island (20x30)	\$71,130
Island (20x40)	\$94,840
Island (30x30)	\$106,695
Island (30x40)	\$142,260
Island (30x50)	\$177,825
Island (40x50)	\$237,100
Island pricing	\$118.55/sq. ft.

Estos precios no incluyen decoración, mobiliario, transporte ni limpieza.

1.2. Sectores y productos representados

Natural Products Expo West sirve principalmente para descubrir las **últimas innovaciones** del sector de la alimentación con un especial enfoque en todo tipo de productos (alimentos, bebidas, ingredientes, productos de cosmética y complementos/suplementos alimenticios) **naturales, orgánicos y saludables**, así como para estar al día de las tendencias del sector, establecer contactos personales y asistir a conferencias.

El evento se centró en la **sostenibilidad**, la **salud de la mujer**, el **envejecimiento saludable** y los **productos regenerativos**. Expo West destacó su papel como epicentro de las tendencias mundiales en salud y bienestar.



PRODUCTOS QUE SE EXHIBIERON EN LA FERIA

Alimentación	No alimentarios
Aceite, vinagre, aliños de ensalada	Productos de cuidado personal y belleza, también cosmética infantil (cremas, jabones, aceites, etc.)
Productos de panadería (pan, <i>muffins</i> , preparados para hornear...)	Productos para el hogar (jabones, detergente, etc.)
Snacks, galletas y dulces	Vitaminas, suplementos, hierbas y medicamentos naturales
Cereales y alimentos de desayuno	Productos para mascotas
Lácteos	Productos textiles (ropa para bebe, lencería, mantelería)
Productos dietéticos y de nutrición	Calzado
Bebidas (infusiones, café, agua, zumos...)	Juguetes
Comida congelada (pizza, helados, comida prefabricada congelada...)	
Pasta, grano y semillas (quinoa, arroz...)	
Carne, pescado y marisco	
Sopas y productos enlatados (sopas, caldos...)	
Salsas, especias y condimentos	
Alimentos para bebés	

Fuente: Natural Products Expo West 2024.

2. Descripción y evolución de la Feria



Natural Products Expo West es considerada una de las **principales y mayores ferias** mundiales de productos naturales, orgánicos y saludables. Los productos abarcaron desde alimentos y bebidas naturales y especializados, suplementos, cuidado personal, productos ecológicos, estilo de vida y mucho más.

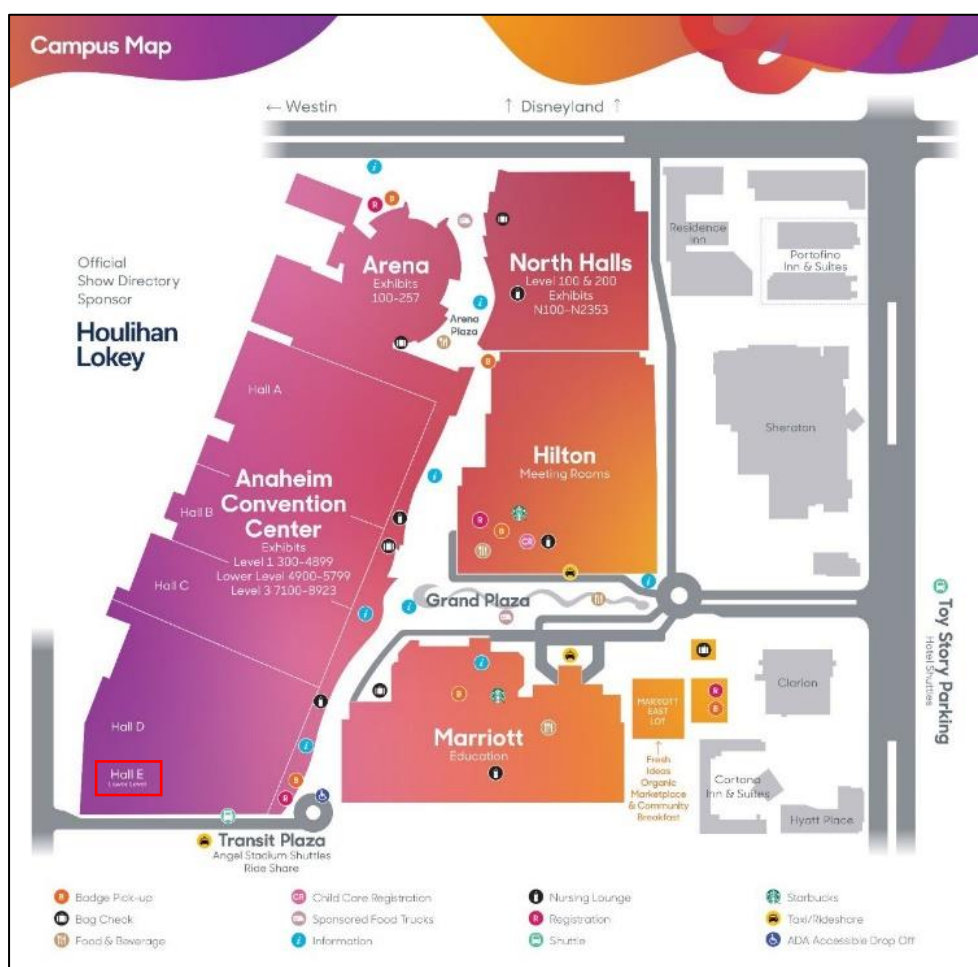
Es una feria en **crecimiento**, que muestra la creciente preocupación de la población general por adoptar un estilo de vida sano (*healthy lifestyle*) y patrones de alimentación y consumo responsables. La feria ha ido aumentando en superficie de exposición y en número de visitantes año tras año.

Entre el público asistente a la feria, se pudieron observar **prescriptores, chefs, nutricionistas, distribuidores, canal retail, importadores y otros** profesionales del sector alimentario de todas las nacionalidades. También, la feria ofreció actividades al público como yoga matutino, conciertos durante y después de la feria, y distintas ponencias sobre el cambio climático, la sostenibilidad y tendencias.

2.1. Ubicación (general y de la participación española)

La feria tuvo lugar en el Anaheim Convention Center y contó con un total de **65,000 visitantes** y **3,300 expositores**, divididos en 9 Halls. La mayoría de los expositores se situaron en los Main Halls (A, B, C, D y E).

Los *stands* se caracterizaron por ser muy **atractivos** visualmente, con mucho color, decoración cuidada, con referencias claras a lo saludable, orgánico y natural. Los esfuerzos de captación de la atención de los visitantes fueron elevados, y en muchas de las ocasiones los *stands* se acompañaron de *cooking shows*. Los expositores ofrecieron continuamente **muestras** de sus productos para probar, e incluso en ocasiones, *merchandising* como folletos con el portfolio y valor nutricional de sus productos o bolsas promocionales.



El **Pabellón de España** estaba situado en el *Hall E Natural and Specialty Food* (marcado con un rectángulo en la imagen). La representación de compañías españolas dentro del Pabellón de España fue muy diversa y por ello sus objetivos de la feria eran muy distintos: desde entrar en el mercado estadounidense por primera vez o conseguir un distribuidor/importador mayor, hasta llegar a un público más extenso. El Pabellón España contó con la presencia de 8 empresas: *Acesur*, *Agrosingularity*, *Arasol*, *Camoco Foods*, *Chocolates Valor*, *Euronutra*, *Ingredalia S.L.*, y *Rice in Action*.



2.2. Servicios ofrecidos (generales y del pabellón español si procede)

La feria cuenta con una amplia gama de servicios diseñados para brindar comodidad y apoyo a los asistentes. Algunos ejemplos son la enfermería para atender cualquier emergencia médica que pueda surgir, la sala de prensa para cubrir el evento y acceder a información relevante, autobuses lanzadera para facilitar el transporte a la feria, sillas de ruedas para cualquiera que lo necesite, servicio de objetos perdidos o consigna para poder guardar el equipaje. También cuenta con un centro de negocios, puestos de información sobre la feria, sala *wellness* y una guardería.

Por otro lado, ICEX facilita los siguientes servicios en el Pabellón España: contratación del espacio, decoración del área de exposición y mobiliario básico, transporte de la mercancía, edición de un catálogo de expositores españoles, personal para información general en el *stand* de ICEX y mantenimiento de los *stands* (limpieza, electricidad, agua).

Además, se realizaron conferencias, sesiones educativas y eventos sociales en el hotel Hilton y en la Arena Plaza. Cabe destacar los siguientes:

- U.S. Organic Trade: International Market Opportunities & Trade Policy Updates

Fecha y hora: miércoles 13 de marzo de 2024 11:30am PDT

<https://expowest24.smallworldlabs.com/sessions/item/54/272>

- The Evolution of Sustainability: What CPGs Need to Know

Fecha y hora: miércoles 13 de marzo de 2024 9:00am PDT

<https://expowest24.smallworldlabs.com/sessions/item/54/271>

- Driving Positive Change: Exploring the Role of Regenerative Agriculture in Shaping Responsible Brands

Fecha y hora: miércoles 13 de marzo de 2024 1:30pm PDT

<https://expowest24.smallworldlabs.com/sessions/item/54/285>

- Workshop: Winning at Food Service

Fecha y hora: miércoles 13 de marzo de 2024 2:00pm PDT

<https://expowest24.smallworldlabs.com/sessions/item/54/214>

2.3. Pabellones Nacionales

Pabellón España

Como hemos descrito en el apartado anterior, la representación de compañías españolas dentro del Pabellón de España fue muy diversa y con diferentes objetivos. El Pabellón de España contó con la presencia de 8 empresas: *Camoco Foods*, *Chocolates Valor*, *Ingredalia*, *Acesur*, *Agrosingularity*, *Arasol*, *Euronutra* y *Rice in Action*.



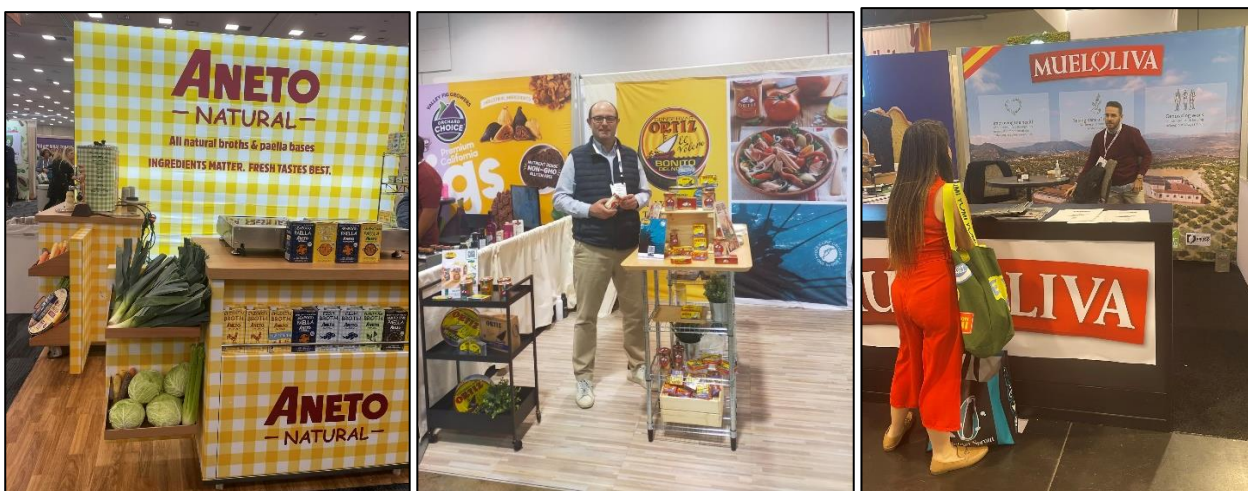
Otros pabellones nacionales

Había otros diez pabellones nacionales: Argentina, Brasil, Corea, Ecuador, India, Perú, Singapur, Tailandia, Taiwán, Turquía.



2.4. Participación empresarial fuera del pabellón de España

Además de las empresas españolas del Pabellón, hubo otras compañías españolas presentes en la feria, tales como *Aneto Natural*, *Patatas Torres*, *Ortiz*, *Mueloliva* y *Minerva S.L.* y *Aceites García de la Cruz*.



2.5. Datos de participación

La feria ha experimentado un **crecimiento notable** en participación y asistencia a lo largo de los años, consolidándose como un evento de referencia en el sector alimentario a nivel mundial. En 2022, tras no haberse celebrado desde 2019 por motivo de la COVID-19, la feria se vio afectada por la incertidumbre generada, y muchas empresas decidieron no acudir. No obstante, tras el éxito en 2023, la edición de 2024 ha crecido más todavía.

Este año se pudieron observar más de 65.000 prescriptores del sector, *chefs*, nutricionistas, distribuidores, canal *retail*, importadores y otros profesionales del sector alimentario de todas las nacionalidades subrayando su importancia como un **punto de encuentro clave** para la industria alimentaria. Además, la presencia de más de 3.300 empresas expositoras de todo el mundo, incluyendo 840 marcas nuevas y casi 700 marcas internacionales en 30 categorías diferentes, destaca la diversidad y **alcance global** del evento.

El aumento de 117 empresas expositoras respecto al año anterior es un indicativo del crecimiento continuo y el interés que genera la feria entre las empresas del sector. Este crecimiento constante refleja la relevancia y el impacto positivo que la feria tiene en la industria alimentaria, ofreciendo oportunidades únicas de negocio, *networking* y aprendizaje para todos los participantes.

3. Actividades de promoción

3.1. Actividades de Promoción de la feria

Desde el pabellón español se repartieron bolsas de rejilla y abanicos con el serigrafiado de *Spain Foodtech Nation* y se dispuso de un *stand* como punto de información y coordinación de las empresas participantes.



4. Tendencias y novedades presentadas

4.1. Tendencias globales

Las tendencias globales en productos de alimentación natural y saludable están en constante evolución, impulsadas por la creciente conciencia de los consumidores sobre la importancia de una dieta equilibrada y sostenible.

Una de las tendencias más presentes fueron los **alimentos funcionales**, los consumidores buscan alimentos que no solo satisfagan el hambre, sino que también ofrezcan beneficios adicionales para la salud. En esta feria están muy presentes compañías de productos con prebióticos y probióticos para mejorar la digestión, empresas de complementos para la reducción del estrés, la mejora del sistema inmunológico y la reducción de los síntomas del síndrome premenstrual (SPM) y la menopausia, entre otros.

Por otro lado, continúa y caracteriza a esta feria la tendencia de los **ingredientes limpios**. Este tipo de productos responde a una demanda que sigue creciendo de alimentos con ingredientes naturales y fáciles de entender, sin aditivos artificiales, colorantes ni conservantes.

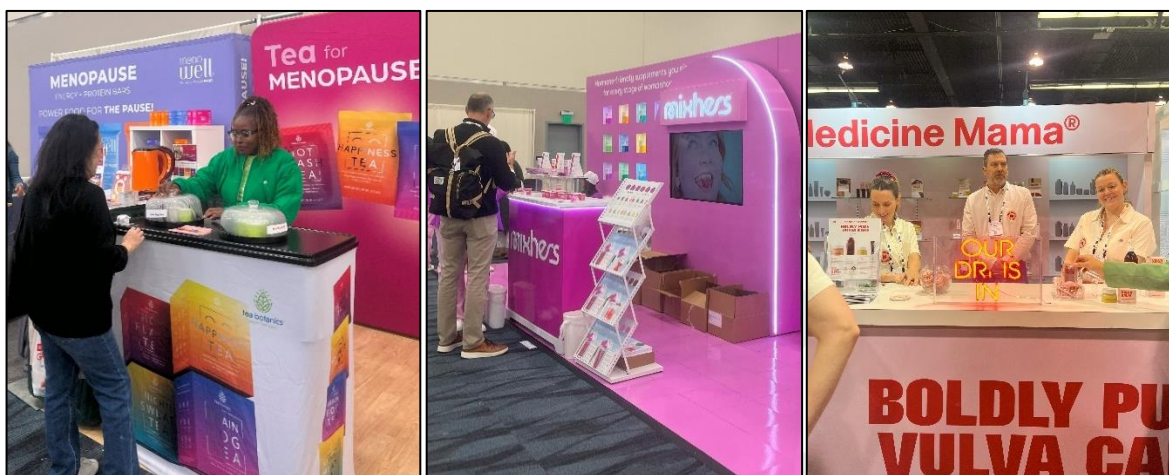
Los **snacks saludables** también fueron numerosos en la feria presentándose de diferentes formas y formatos como frutas deshidratadas, frutos secos, barritas de cereales y *snacks* de vegetales, siendo estas últimas algunas de las novedades presentadas por las compañías de este sector que tradicionalmente no comercializaban este tipo de productos.

Otro tema que destacó bastante en la feria fue la discusión en torno a la decisión de California de definir legalmente la "**agricultura regenerativa**". La "agricultura regenerativa" se refiere a las prácticas agrícolas y de pastoreo que, entre otros beneficios, revierten el cambio climático al reconstruir la materia orgánica del suelo y restaurar la biodiversidad del suelo degradado, lo que resulta tanto en una reducción de carbono como en una mejora del ciclo del agua. La etiqueta "ROC (*Regenerative Organic Certified*®)" está ganando mucha fuerza en Expo West y en el mercado mundial.

Por último, aunque no es una novedad, a medida que aumenta la **preocupación por el impacto ambiental** de la producción de ciertos productos, están ganando popularidad aquellos productos cultivados de manera sostenible, que utilizan envases reciclables o biodegradables o las proteínas alternativas (vegetales o carne cultivada en laboratorio).

4.2. Tendencias por producto

En esta edición de la *Natural Products Expo West* se han observado varias tendencias interesantes en productos de alimentación y bebidas. Una de las tendencias destacada es la inclusión de **productos dirigidos especialmente a las mujeres**, lo que refleja una creciente demanda de productos que aborden las necesidades y preferencias únicas de este grupo demográfico. Desde alimentos hasta productos de cuidado personal, las empresas están desarrollando productos que se centran en la salud y el bienestar de las mujeres.



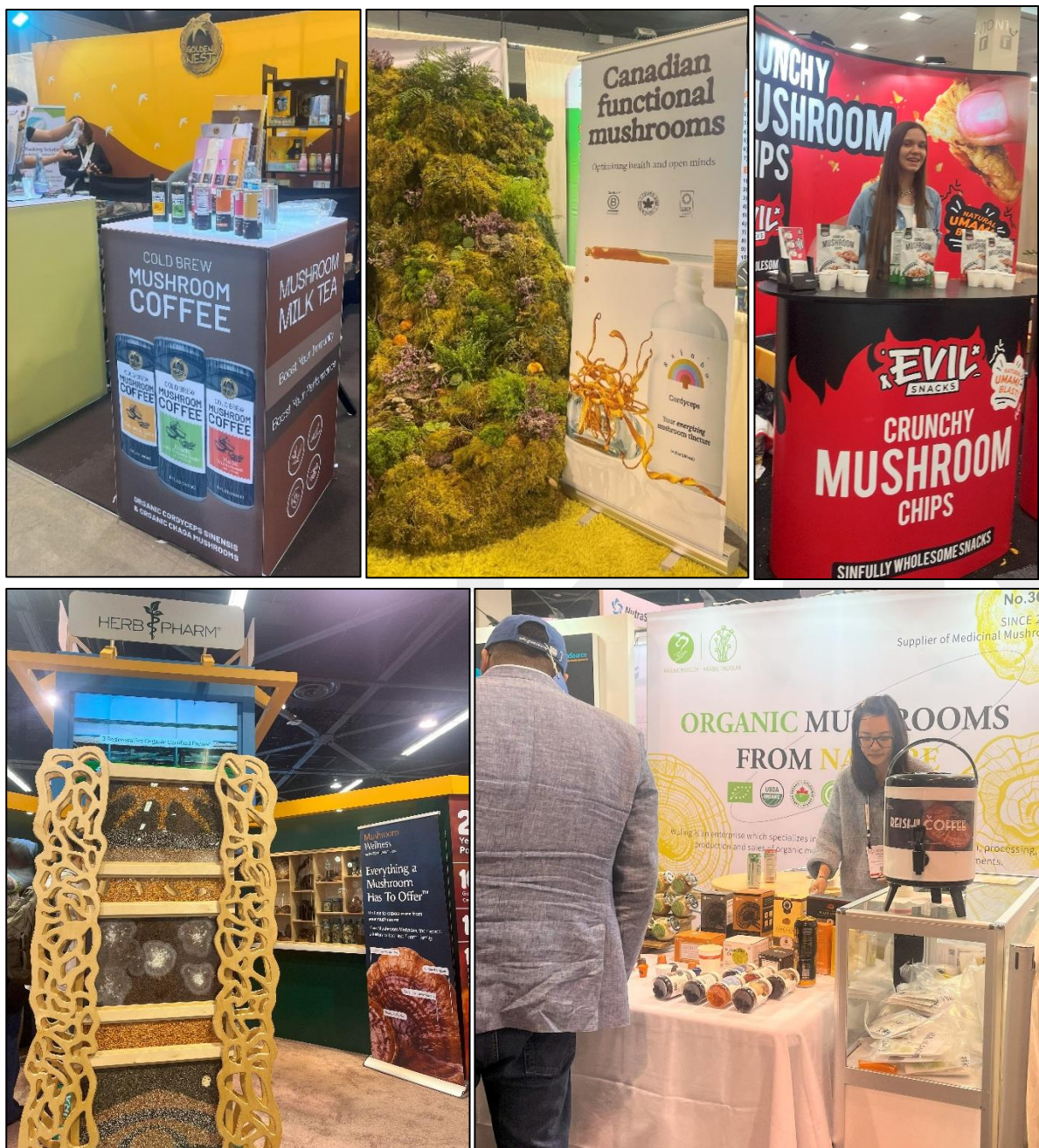
Otras importantes tendencias que se han visto en la feria este año eran las innovaciones respecto a los alimentos *plant-based*, los platos preparados (ready-to-eat dishes) con influencias étnicas, y también se ha visto un importante aumento en el uso y la innovación de sabores de frutas exóticas.

Otra tendencia notable es el aumento de las **bebidas no alcohólicas**, especialmente aquellas que ofrecen beneficios para la salud. Estas bebidas incluyen desde agua infusionada con frutas y hierbas hasta bebidas energéticas naturales y refrescantes sin alcohol. Destacando especialmente la presencia de té espumosos y probióticos con ingredientes que mejoran el estado de ánimo. Los productos que no sólo promueven el bienestar personal, sino que también priorizan la salud del planeta predominaron durante la feria de este año.



Los **productos con CBD** también han ganado popularidad en la feria, con una amplia gama de productos que van desde aceites y cremas hasta alimentos y bebidas infundidos con CBD. El CBD se ha vuelto cada vez más popular debido a sus posibles beneficios para la salud, como la reducción del estrés y la ansiedad, así como el alivio del dolor.

En cuanto a los productos a base de **hongos**, han sido la tendencia más llamativa este año. Los hongos se están utilizando en una variedad de productos, incluidos alimentos, bebidas, suplementos y productos de cuidado personal, debido a sus posibles beneficios para la salud, como el apoyo al sistema inmunológico y la mejora de la salud mental. En particular, el hongo “melena de león” fue el que más se ha visto en numerosos productos alimenticios expuestos en esta edición de la feria.



Finalmente, los suplementos en **formato gominola** también han ganado popularidad, ya que ofrecen una forma conveniente y sabrosa de tomar suplementos nutricionales. Estas gominolas están disponibles en una variedad de sabores y están dirigidas a diferentes necesidades, como la salud digestiva, la salud de la piel y el cabello, y el bienestar general.

4.3. Productos destacados en la feria

La feria presenta productos novedosos prácticamente en todos sus *stands*, no obstante, podemos encontrar “**Hot products**” en las áreas de vitrinas específicamente preparadas con el propósito de reunir todos los productos destacados del año.



Además, todos los años, se organizan durante la feria los **Nexty Awards** en los que se reconocen los productos más progresistas, innovadores, inspiradores y fiables del sector de los productos naturales. Estos premios cuentan con diferentes categorías abiertas a empresas de alimentación, bebidas, suplementos y otros productos.

CATEGORÍAS NEXTY AWARDS

Generales	Suplementos	Alimentos y bebidas
Producto orientado a las personas: Para marcas ponen a las personas en primer lugar, ya sea a través de sus prácticas de abastecimiento transparentes, justas o de comercio directo, apoyo a las comunidades locales o globales, integración vertical, justicia, equidad, diversidad y prácticas de inclusión; apoyo al acceso a los alimentos, salarios dignos, cuidado de los empleados, etc.	Suplemento sostenible: Productos que ponen la sostenibilidad en primer plano, ya sea mediante el uso de ingredientes regenerativos u orgánicos, buenas prácticas de abastecimiento, energía renovable, envases innovadores u otras prácticas ejemplares.	Alimentos o bebidas funcionales: Productos que buscan apoyar el bienestar mediante el aprovechamiento de ingredientes funcionales.
Producto respetuoso con el planeta: Para marcas que tienen compromisos demostrables con prácticas medioambientales sostenibles (energía alternativa, cero residuos, agricultura regenerativa, economías circulares, envases responsables con el medio ambiente, residuos alimentarios, <i>upcycling</i> ...) y muestran un nivel ejemplar de transparencia y comprensión de cómo sus prácticas impactan en el planeta.	Suplemento pionero: productos que muestran un gran rigor científico, el uso de tecnología punta, formatos de administración inventivos o abordar condiciones que aún no se conocen o comprenden ampliamente.	Conservas de despensa, tarros y bolsas: Salsas para pasta, conservas de pescado, conservas de verduras o frutas, sopas, cereales para calentar y comer, legumbres y otras comidas, etc.
Producto ecológico certificado: Para marcas que están haciendo más por la participación en la política para fortalecer las normas orgánicas, la conversión o la ampliación de la superficie o mostrar una profunda comprensión del viaje ecológico a sus esfuerzos orgánicos. Las marcas candidatas deben estar certificadas como ecológicas (normas USDA NOP o equivalentes).	Suplementos para la mente: Productos formulados y posicionados para tratar afecciones de la mente, como el estrés, el estado de ánimo, el sueño, la relajación, el humor, el enfoque, la concentración, etc.	Especias y condimentos (hierbas, sales, condimentos tradicionales, guisos, condimentos, encurtidos...)



Producto regenerativo certificado:

Para marcas que están haciendo más por la participación en la política para fortalecer las normas regenerativas, la conversión o la ampliación de la superficie o mostrar una profunda comprensión del viaje ecológico a sus esfuerzos regenerativos. Las marcas candidatas deben estar certificadas por un programa acreditado por terceros.

Suplementos para el cuerpo:

Productos formulados y posicionados para tratar afecciones del cuerpo como la piel, los huesos, el rendimiento, el control del peso, la salud de las articulaciones y el corazón, la digestión, el microbioma, etc.

Despensa Pastas, cereales, alubias y arroz (sin cocer):

Alimentos como artículos para el desayuno, productos secos, mezclas para hornear, cereales integrales, ayudantes de comidas, pastas, etc.

Party Plant!: Para productos que ayudan a promover y educar sobre los beneficios de poner las plantas en primer plano y responden a una creciente demanda de los consumidores de productos centrados en las plantas que apoyen el clima, la salud y/o el bienestar de los animales.

Alimento de dieta especial:

Keto, vegetariano, Paleo, FODMAP, *Whole 30*.

Producto de vida natural:

Incluye productos naturales para el hogar, como productos de limpieza, ropa, productos para mascotas, ropa, equipamiento, etc.

Pan y bollería (refrigerados, congelados o de larga duración)

Producto natural para niños:

Equipamiento, suplementos, alimentos o bebidas diseñados pensando en los niños.

Productos congelados

preparados: Pizza, cenas congeladas y otros productos congelados salados.

Envases: Productos con un envase que destaca por su sostenibilidad, mensaje, marca, diseño o innovación.

Postres congelados: Helados, polos y novedades.

Alternativa cárnica

Alternativa láctea

Salsas y pastas para untar

Producto sin gluten

Productos envasados (deshidratados, frescos y congelados): *Kits* de ensalada, germinados, remolachas preparadas, *smoothie* congelado de frutas y *acai bowls*, champiñones envasados, etc.

Aperitivos salados

Aperitivos dulces y postres: Chocolate, galletas, gominolas, *snacks* de fruta y otros dulces.

Producto cárnico



Producto vegano

Bebidas

Café o té

Bebidas no alcohólicas para adultos: Cerveza, vino, cócteles y otras bebidas sin alcohol.

Bebidas alcohólicas: Cerveza, vino, licores y otras bebidas alcohólicas.

Fuente: Natural Products Expo West 2024.

También encontramos las categorías para productos de cuidado personal y belleza:

- **Productos de cuidado personal**
- **Productos de belleza y/o cuidado de la piel.**

Y categorías adicionales, que se deciden a lo largo de la feria:

- **Premio Editors' Choice**
- **Premio del público**

Para ver los finalistas de la edición de 2024: [Introducing the Natural Products Expo West NEXTY Award finalists for 2024 \(newhope.com\)](https://newhope.com/introducing-the-natural-products-expo-west-nexty-award-finalists-for-2024)

5. Anexos

5.1. Transporte (a y desde la feria)

Los aeropuertos más cercanos son el John Wayne Orange County Airport (SNA) y el Los Angeles International Airport (LAX).

Existe un servicio de autobuses (ART *shuttle*) que conecta la feria con los principales hoteles de la zona. El recinto ferial cuenta con aparcamiento de pago, con espacio limitado. Se ofrece además un aparcamiento gratuito cercano (Angels Stadium), conectado con la feria con un *shuttle*.

Shuttle Schedule

Hotel Transportation by CMAC Toy Story Lot

MORNING | EVERY 60 MINUTES

Tuesday – Friday: 7:00 – 11:00am

Saturday: 8:00 – 11:00am

AFTERNOON | EVERY 30 MINUTES

Tuesday: 4:00 – 8:00pm

Wednesday – Friday: 4:00 – 9:00pm

Saturday: 3:00 – 6:00pm

Hotel Transportation by ATN Toy Story Lot

EVERY 20 MINUTES

Tuesday: 7:00am – 8:00pm

Wednesday – Friday: 7:00am – 9:00pm

Saturday: 8:00am – 6:00pm

Angel Stadium Transportation by ATN Transit Plaza Shuttle Area

EVERY 20 MINUTES

Tuesday: 7:00am – 8:00pm

Wednesday – Friday: 5:00am – 10:00pm

Saturday: 5:00am – 8:00pm

Hotel	Bus Company	Route
ALO Hotel	ATN	4
Anaheim Majestic Garden Hotel	ATN	3
Anaheim Marriott Suites	ATN	2
Angel Stadium	ATN	Transit Plaza
Atrium Hotel at Orange County Airport	CMAC	9
Ayres Hotel Anaheim	ATN	4
Ayres Hotel Orange	ATN	4
Cambria Hotel & Suites Anaheim Resort Area	ATN	7
Candlewood Suites Anaheim Resort Area	ATN	6
Castle Inn and Suites	ATN	5
Clementine Hotel	ATN	5
Disney's Grand Californian Hotel and Spa	ATN	3
Hotel Zessa a Doubletree Hotel (DoubleTree by Hilton Santa Ana)	ATN	8
Element by Westin Anaheim Resort	ATN	7
Embassy Suites Anaheim Orange	ATN	4
Embassy Suites by Hilton Anaheim South	ATN	1
Embassy Suites by Hilton Irvine Orange County Airport	CMAC	9
Embassy Suites by Hilton Santa Ana Orange County Airport	CMAC	8
Four Points by Sheraton Anaheim	ATN	3
Grand Legacy at the Park	ATN	6
Great Wolf Lodge	ATN	2
Hampton Inn and Suites Garden Grove	ATN	1
Hampton Inn & Suites Hilton Anaheim Resort - Convention Center	ATN	6
Hilton Garden Inn Anaheim Garden Grove	ATN	1
Hilton Irvine Orange County Airport	CMAC	9
Holiday Inn & Suites Anaheim	ATN	3
Homewood Suites Anaheim Maingate Garden Grove	ATN	2
Hotel Fera Anaheim, a Doubletree by Hilton (Doubletree by Hilton Hotel Anaheim)	ATN	4
Hotel Indigo Anaheim	ATN	5
Hyatt Regency Orange County	ATN	1
JW Marriot Anaheim Resort	ATN	5
Sheraton Garden Grove Anaheim South	ATN	2
Springhill Suites Irvine John Wayne Airport	CMAC	8
The Anaheim Hotel	ATN	5
The Viv Hotel, Anaheim, A Tribute Portfolio (Radisson Blue Anaheim)	ATN	7
Wyndham Anaheim	ATN	5

Any host hotels not listed are within walking distance to the Anaheim Convention Center.



5.2. Servicios dentro del recinto ferial

- Enfermería
- Sala de prensa
- Autobuses lanzadera
- Sillas de ruedas
- Objetos perdidos
- Guardería
- Consigna
- Primeros auxilios
- Centro de negocios
- Puestos de información
- Cafetería
- Oficina de ventas
- Sala *wellness*
- Sala de compradores

5.3. Recomendaciones

Participar en Natural Products Expo West puede ser una excelente oportunidad para empresas que deseen dar a conocer sus productos y conectarse con clientes potenciales en la industria de productos naturales y orgánicos. Dado que Natural Products Expo West es una feria muy orientada a las marcas, es aún más importante que el *stand* y los productos se destaquen y reflejen la identidad de la marca de manera clara y atractiva. Algunas de las recomendaciones para la participación en las siguientes ediciones:

1. **Planificación previa:** Define tus objetivos para la feria y planifica tu participación con anticipación. Es muy importante el trabajo previo a la feria identificando a las empresas que a las que quieres dirigirte. Natural Products Expo West atrae un gran número de empresas y visitantes por lo que es importante una buena organización que permita aprovechar el tiempo en la feria al máximo.
2. **Identidad de marca sólida:** Asegura que el *stand* y los materiales promocionales reflejen claramente la identidad de la marca, incluyendo mensaje, valores y estética visual.
3. **Productos destacados:** Destaca tus productos más populares e innovadores en tu *stand*. En Natural Products Expo West se premia la novedad y la originalidad de los productos, por ello es importante asegurarse de que estén bien presentados y que los asistentes puedan verlos y probarlos fácilmente. Esto puede ayudar a generar interés y atraer a más personas a tu *stand*.



4. **Sostenibilidad y medio ambiente:** Dado el compromiso generalizado con la sostenibilidad, el medio ambiente y la vida saludable entre todas las empresas participantes en Natural Products Expo West, es importante que resaltes estos valores en el *stand* y en los productos.
5. **Asistentes:** hay que tener en cuenta que Natural Products Expo West es una feria que está creciendo año tras año, por lo que cada vez hay más afluencia. Saber a quién debes dirigirte y aprovechar los días en los que la feria está exclusivamente abierta a compradores también es importante para aprovechar al máximo la feria.
6. **Congresos:** Es recomendable asistir a los congresos que ofrece la feria, en ellos podrás escuchar experiencias de éxito, información, recomendaciones sobre cómo comercializar tus productos en Estados Unidos y formación sobre temas como *marketing* o legislación, entre otros. No obstante, recomendamos consultar previamente a la feria la planificación de las conferencias ya que algunos años estos congresos comienzan dos días antes del comienzo de la feria.

En conclusión, para participar y destacar en Natural Products Expo West, hay que enfocarse en destacar la identidad de marca y la sostenibilidad de los productos, además de resaltar características innovadoras para atraer la atención de los asistentes. Se recomienda utilizar demostraciones en vivo y colaboraciones estratégicas para generar interés y conectar con el público objetivo de la feria.

5.4. Direcciones de interés

Página web oficial Natural Product Expo West 2024

www.expowest.com

Contacto Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Los Ángeles:

1900 Avenue of Stars, suite 24300, 90037, Los Ángeles

Teléfono: +1 (310) 277-5125

E-mail: losangeles@comercio.mineco.es

Contacto New Hope Network (Organizador de la feria)

5541 Central Avenue, suite 150 Boulder, CO 80301, USA

Teléfono: +1 303/939-440 / Fax: +1 303/998-9020

Email: editor@newhope.com



5.5. Otros datos de interés

Lista de expositores: [Exhibitor Directory - Natural Products Expo West 2024 \(smallworldlabs.com\)](https://smallworldlabs.com/exhibitor-directory)

Programación de actividades: [Sessions - Natural Products Expo West 2024 \(smallworldlabs.com\)](https://smallworldlabs.com/sessions)

La feria dispone también de una aplicación (acceso al mapa de la feria, la lista de expositores, información general, *parking* y *shuttles*, agendar tus reuniones etc.) que puede descargarse para Android e IOS.

Algunos teléfonos de contacto de la organización:

Customer Service:

1-866-458-4935; 303-390-1776

Travel(OnPeak):

1-800-388-8812

Expo Account Managers:

1-800-784-7426; 303-390-1760

Registration:

1-866-458-4935; 303-390-1776





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