



INFORME
DE FERIA

2024



Gulfood

Dubái

19-23 de febrero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Dubái

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

27 de mayo de 2024
Dubái

Este estudio ha sido realizado por
Gerard Escudero Farell

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

<http://www.emiratosarabesunidos.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	6
2.1. Visitantes	7
2.2. Expositores	7
2.3. Presencia española	7
2.4. Pabellón español	7
2.5. Eventos en el pabellón español	8
2.6. Presencia autonómica y asociaciones.	9
2.7. Participación empresarial fuera del pabellón de España	9
2.8. Actividades complementarias	10
3. Tendencias y novedades presentadas	11
3.1. Tendencias globales	11
4. Anexos	12
4.1. Transporte (a y desde la feria)	12
4.2. Servicios dentro del recinto ferial	12
4.3. Recomendaciones	13
4.4. Planos de distribución de la feria	16
4.5. Enlaces de interés	16



1. Perfil de la Feria

La feria **Gulfood** es una de las principales exposiciones internacionales dedicadas al sector de **alimentos y bebidas**. Reúne a profesionales de la industria alimentaria, chefs, fabricantes de productos alimenticios y proveedores de servicios de todo el mundo para exhibir las últimas innovaciones, tecnologías y soluciones en el campo de la alimentación y la gastronomía. Este evento anual se celebra en Dubái y destaca por su amplia gama de productos y su presencia internacional. Gulfood incluye conferencias y competiciones culinarias, brindando una plataforma integral para el intercambio de conocimientos y la creación de redes en el sector alimentario global.

1.1. Ficha técnica

Nombre oficial: Gulfood

Web: <https://www.gulfood.com>

Fechas de celebración del evento: 29.^a edición Gulfood. 19 al 23 de febrero de 2024.

Fechas de la próxima edición: 30.^a edición Gulfood. 17 al 21 de febrero de 2025.

Frecuencia, periodicidad: Anual

Lugar de celebración: Dubai World Trade Center (DWTC)

Horario de la feria:

- Lunes, 19 de febrero: 10:00-18:00
- Martes, 20 de febrero: 10:00-18:00
- Miércoles, 21 de febrero: 10:00-18:00
- Jueves, 22 de febrero: 10:00-18:00
- Viernes, 23 de febrero: 10:00-17:00

Precio de las entradas: El precio de las entradas para visitantes es de 595 AED (equivalente a 148 € aproximadamente). Sin embargo, hay oferta de *early-bird* de 345 AED (equivalente a 86 € aproximadamente).

ENTRADA DE LA FERIA



Fuente: Interna

1.2. Sectores y productos representados

En esta edición, la feria se encontraba sectorizada por categorías básicas de productos. La feria estaba categorizada en los siguiente siete sectores:

- *World Foods*
- Grasas y aceites
- Carnes y aves
- Lácteos
- Cereales y granos
- Bebidas
- *Powers Brands*

En la sección de World Foods se exponía una amplia y variada gama de productos alimenticios:

- Conservas
- Galletas
- Frutos secos
- Mermeladas, mieles y confituras
- Productos Halal
- Alimentos deshidratados
- Productos orgánicos y saludables
- Salsas
- Comidas preparadas



2. Descripción y evolución de la Feria

Desde su primera edición en 1987 hasta el año 2005 su celebración fue bienal, pero ante el gran desarrollo de la zona, desde el año 2006 se celebra anualmente. Esta feria se ha convertido en la más importante del sector de alimentación en la región y en una de las más relevantes del sector a nivel mundial. Está dirigida exclusivamente a un público profesional: agentes comerciales, importadores y distribuidores.

La participación en la misma es muy recomendable para las empresas españolas del sector de alimentos y bebidas, pero siempre después de haber hecho un análisis previo de lo que demanda el mercado en esta región, especialmente en lo relativo a la calidad y el precio de los productos. La feria permite establecer contactos comerciales de muy variada procedencia geográfica.

Desde el año 2014, con el fin de descongestionar la demanda de *stands* en Gulfood, se empezaron a celebrar en otro momento del año otras ferias que hasta entonces se celebraban junto a Gulfood:

Gulfood Manufacturing, cuya próxima edición se celebrará entre el 5 y 7 de noviembre de 2024 (maquinaria de procesamiento y logística del sector F&B, así como ingredientes, pues engloba la feria antes llamada Ingredients Middle East).

ISM Middle East, cuya próxima edición también se celebrará entre el 24 y 26 de septiembre de 2024 (antigua Sweets and Snacks, dedicada a dulces y aperitivos).

EVOLUCIÓN DE LA FERIA GULFOOD

2020 a 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Expositores	5.000	2.531	4.000	5.223	5.543
Número de visitantes	92.902	59.378	102.575	134.460	150.648

Fuente: Gulfood 2024.

2.1. Visitantes

En 2024 el número de visitantes aumentó con respecto a la edición anterior, desde los 134.460 hasta los **150.648** de la edición de este año, un 12 % más que el año pasado. Los visitantes procedían de 195 países, similar a la edición anterior.

El perfil de los visitantes, en su mayoría se trató de importadores, comerciantes y mayoristas, así como visitantes del sector HORECA, distribuidores e incluso minoristas y supermercados.

2.2. Expositores

En la feria hubo un total de **5.543 expositores, procedentes de 190 países**, aproximadamente un 6 % más que la edición anterior. Además, se batió el récord de la feria de pabellones nacionales con un total de 190. En general, el número de expositores en los pabellones de casi todos los países ha aumentado y la feria no se ha visto afectada, como en ediciones anteriores, por las dificultades de viaje y restricciones.

2.3. Presencia española

La presencia española en la feria fue de **170 empresas**. Sin embargo, 135 de ellas formaban parte del pabellón español, mientras que las otras 35 empresas se encontraban fuera del pabellón.

2.4. Pabellón español

El Pabellón Oficial de ICEX estaba formado por **135 empresas** españolas, lo que supone un aumento de 25 empresas con respecto a la edición de 2023. El pabellón español estaba organizado en distintos espacios en función de la categoría de los productos.

HALL	PRODUCTOS	ESPACIO OCUPADO (m2)	N.º EXPOSITORES
WORLD FOOD	Alimentación general	912,00	94
FATS & OILS	Grasas y aceites	235,00	16
BEBIDAS	Productos cárnicos	98,00	10
MEAT & POULTRY	Productos cárnicos	149,00	9
DAIRY	Productos lácteos	96,00	5
TOTAL:		1.490,00	135

PABELLÓN OFICIAL ESPAÑA



Fuente: Interna.

PABELLÓN OFICIAL ESPAÑA



Fuente: Interna.

2.5. Eventos en el pabellón español

El Pabellón de España ha contado con un espacio gastronómico de cata y degustación de productos. La finalidad de este espacio fue la promoción comercial de las empresas participantes, la dinamización de las zonas de exposición (favoreciendo el tráfico de visitantes), y la divulgación de la calidad del producto español en sectores de oportunidad.

El Túnel del Aceite, estuvo localizado en el *Hall* 1 de Zaabeel, donde se encuentra la zona de exposición Grasas y Aceites. La activación contó con la colaboración del chef Iker Zapata del restaurante Tagomago en Palm Jumeirah (Dubái), con larga trayectoria profesional en el sector F&B de los EAU y experiencia en otras campañas de promoción de alimentos.

Entre las 11.30h y las 15.30h del lunes 19 al jueves 22 de febrero, el chef Iker ofreció catas, en demanda, a los visitantes interesados en conocer los 15 aceites participantes en la iniciativa. Como buen conocedor de las variedades y tipología de aceites españoles, el chef informaba a los visitantes sobre los mejores usos y cualidades de cada uno de los aceites.

TÚNEL DEL ACEITE CON EL CHEF IKER ZAPATA



Fuente: Interna.



Fuente: Interna.

2.6. Presencia autonómica y asociaciones.

Diferentes asociaciones sectoriales y gobiernos regionales estaban incluidos en el pabellón España, incluidos AVIANZA (Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola), INTEROVIC (Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino), PROVACUNO (Organización Interprofesional Agraria de Vacuno de Carne), Xunta de Galicia, IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial) e ICE (Instituto por la Competitividad Empresarial de Castilla y León).

2.7. Participación empresarial fuera del pabellón de España

En la feria, se encontraron 35 empresas españolas que no estaban bajo el pabellón de España. Algunas de estas empresas se agruparon a través de PRODECA y la Cámara de Comercio de Cartagena. Las razones detrás de la elección de estas compañías para no participar bajo el pabellón ICEX son diversas. Muchas de ellas tienen un tamaño considerable y prefieren exponer su marca en stands individuales y más grandes, a pesar de que estos sean considerablemente más costosos. Además, es importante mencionar que algunas de estas empresas son españolas, pero solo en términos legales y optan por no utilizar la marca España para promocionar sus productos. Otras

simplemente llegan tarde al proceso de inscripción con el ICEX o desconocen los servicios que este ofrece.

2.8. Actividades complementarias

Gulfood 2024 se complementó con una serie de actividades de gran interés para las empresas españolas. En primer lugar, en Gulfood Inspire, más de 80 líderes y profesionales del sector de alimentos y bebidas expusieron y debatieron sobre los temas más relevantes y el futuro de la industria. En segundo lugar, en Gulfood Top Table, varios chefs internacionales mostraron sus habilidades y conocimientos a través de exhibiciones culinarias en directo. Entre los destacados se encontraban los chefs españoles Joan Roca, Begoña Rodrigo, Pepe Solla, Patricia Roig, Mariano Andrés, Juan Sobero y Carmen Rueda Hernández. Finalmente, los Gulfood Innovation Awards 2024 reconocieron a los pioneros revolucionarios de la industria, destacando la excelencia en el desarrollo de nuevos productos.

EL CHEF JOAN ROCA DURANTE SU MASTERCLASS EN LA ACTIVIDAD TOP TABLE



Fuente: Interna.

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Tendencias globales

La feria Gulfood 2024 en Dubái ha presentado diversas tendencias y novedades que están definiendo la dirección de la industria alimentaria global. La sostenibilidad y los productos eco-amigables continúan siendo una tendencia dominante, con un enfoque en prácticas sostenibles desde el cultivo hasta el envasado, utilizando materiales reciclables y promoviendo la agricultura regenerativa, todo ello con una transparencia empresarial cada vez mayor.

La alimentación *plant-based* sigue en auge, con una creciente demanda de productos como hamburguesas vegetales, quesos y embutidos veganos, impulsados por su perfil nutricional y sostenible. Se prevé que los alimentos sin procesar y las alternativas al trigo, como el trigo sarraceno, se vuelvan esenciales en las dietas modernas.

En el ámbito del café, se observa una evolución centrada en la sostenibilidad y la calidad del origen, con consumidores que buscan experiencias únicas a través de cafés de origen único, variedades raras y métodos de preparación artesanales. Además, el café descafeinado de alta calidad está ganando terreno, enfocándose en mantener el sabor y las características del café tradicional.

La tecnología en el procesamiento de alimentos ha avanzado significativamente, mejorando la eficiencia y reduciendo el desperdicio a través de innovaciones en maquinaria y soluciones de logística, lo que moderniza la industria. Los alimentos funcionales, como los probióticos y los superalimentos, están en auge debido a sus beneficios para la salud, y la oferta de alimentos libres de alérgenos, gluten o lactosa sigue expandiéndose para satisfacer las necesidades de consumidores con restricciones dietéticas.

La coctelería sin alcohol también se consolida, con innovaciones que permiten la creación de cócteles elaborados que ofrecen experiencias sofisticadas sin los efectos del alcohol, respondiendo a una creciente demanda de opciones más saludables en el ámbito de las bebidas.

Gulfood 2024 ha demostrado cómo la industria alimentaria continúa adaptándose a las tendencias globales de sostenibilidad, salud y tecnología, señalando el camino hacia un futuro más consciente y tecnológicamente avanzado en la alimentación.

4. Anexos

4.1. Transporte (a y desde la feria)

- En Dubái hay diversas opciones de transporte para llegar a la feria Gulfood, que se celebra en el Dubai World Trade Centre (DWTC). Aquí se detallan las más comunes y convenientes:
- Metro: La línea roja del metro de Dubái tiene una estación justo en el Dubai World Trade Centre, lo que hace que sea una de las opciones más prácticas y rápidas para llegar a Gulfood. Los trenes son frecuentes y el metro es una forma eficiente de evitar el tráfico.
- Taxi: Los taxis son ampliamente disponibles y son una opción cómoda si prefieres un transporte puerta a puerta. Puedes tomar un taxi en la calle o reservar uno a través de aplicaciones como Careem o Uber.
- Autobús: Dubái cuenta con una red de autobuses bien desarrollada que conecta diferentes partes de la ciudad. Puedes consultar las rutas que te acercan al DWTC en el sitio web de la Autoridad de Transporte y Carreteras de Dubái (RTA).

4.2. Servicios dentro del recinto ferial

- La feria Gulfood, celebrada en el Dubai World Trade Centre (DWTC), es uno de los eventos más importantes del mundo en la industria de alimentos y bebidas. Para asegurar una experiencia cómoda y productiva para los asistentes, el recinto ferial ofrece una amplia gama de servicios:
- Registro y atención al visitante: Desde el momento en que llegas al recinto, el área de registro está bien organizada para facilitar el acceso rápido al evento. Personal capacitado está disponible para ayudar con cualquier duda o requerimiento, proporcionando asistencia en múltiples idiomas.
- Zonas de *networking* y salas de reuniones: Gulfood ofrece áreas dedicadas para *networking*, donde los asistentes pueden interactuar, establecer contactos y cerrar negocios. Estas zonas están equipadas con asientos cómodos y facilidades tecnológicas para presentaciones y reuniones.
- Restaurantes y cafeterías: Dentro del DWTC, encontrarás una variada oferta gastronómica que incluye restaurantes, cafeterías y puntos de venta de comida rápida. Estas opciones están diseñadas para satisfacer diferentes gustos y necesidades dietéticas, proporcionando desde *snacks* rápidos hasta comidas completas.

- **Wi-Fi y servicios de comunicación:** El recinto cuenta con acceso a internet Wi-Fi gratuito y de alta velocidad, facilitando la conexión de los asistentes para negocios y comunicación personal. Además, hay servicios de soporte técnico disponibles en caso de problemas de conectividad.
- **Instalaciones de conferencias y seminarios:** Gulfood no solo es una exposición, sino también un lugar de aprendizaje. El DWTC está equipado con salas de conferencias donde se llevan a cabo seminarios, talleres y presentaciones de productos. Estas instalaciones están equipadas con la última tecnología audiovisual.
- **Servicios de transporte interno:** Para facilitar el desplazamiento dentro del extenso recinto, hay servicios de transporte interno como carritos eléctricos. Esto es especialmente útil para personas con movilidad reducida o para aquellos que necesiten trasladarse rápidamente entre pabellones.
- **Servicios médicos y de emergencia:** El recinto cuenta con centros de atención médica y personal de primeros auxilios disponible en caso de emergencias. Además, hay puntos de información y seguridad distribuidos por todo el recinto.
- **Áreas de descanso:** Para aquellos que necesiten un descanso entre reuniones y recorridos, el recinto ofrece áreas de descanso con asientos cómodos. Algunas de estas áreas, incluso cuentan con cargadores para dispositivos móviles.
- **Servicios de Información y Asistencia:** En varios puntos del recinto hay puestos de información donde los asistentes pueden obtener mapas, programas del evento y orientación sobre las diferentes actividades y expositores. El personal de estos puntos está capacitado para proporcionar información detallada y asistencia personalizada.
- **Facilidades de negocios:** Para aquellos que necesitan un espacio privado para cerrar negocios o realizar reuniones importantes, el recinto ofrece oficinas temporales y salas de reuniones completamente equipadas. Estos espacios se pueden reservar con antelación.

4.3. Recomendaciones

En cuanto a la preparación previa a la feria por parte de la empresa española, es muy importante tener en cuenta que el ritmo de negocios en el Golfo Árabe es más pausado, la cultura empresarial es distinta a la europea y requiere de un esfuerzo mayor en tiempo y dinero que cualquier otro país europeo. Serán necesarias múltiples visitas al mercado y el establecimiento de relaciones sólidas con los socios, incluso a nivel personal, si se pretende tener éxito. Es necesario un alto grado de compromiso con el mercado para ser valorados y tomados en serio.

Por ello, se recomienda a los expositores considerar el mercado al que se dirigen y, en base a ello, realizar labores comerciales previas a la participación en la feria, tales como visitas a potenciales clientes, envío de invitaciones para la participación en la feria, envío de catálogos de muestras, etc. Más importante aún es, una vez finalizada la feria, el constante seguimiento y contacto con las mismas, fundamental en los países del CCG.

A continuación, se exponen las recomendaciones básicas para la participación en una feria en Emiratos Árabes Unidos:

Antes de la exposición en la feria:

- Realice un *mailing* previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand* (indique dónde se les puede encontrar, tal como aparece en el catálogo de la feria, para que la empresa les pueda localizar). El *mailing* debería realizarse con un mes de antelación, puesto que este plazo es suficiente para que las empresas interesadas tengan tiempo de planificar la visita, estudiar su oferta o consultar su página web.
- Haga un seguimiento del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por su empresa, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles más información sobre su empresa. Esta labor debe realizarse semanas antes de la feria.
- Infórmese de los servicios que ofrece la feria para comunicar y presentar sus productos, asimismo sobre su oferta de seminarios, posibles encuentros con compradores, etc. Estos servicios suelen estar disponibles a través de los respectivos portales web de las organizaciones feriales.
- Solicite información sobre el sector de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país y de toda la región (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.
- Asegúrese de que su material de presentación está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios... El idioma más utilizado en la zona es el inglés.
- Organice con suficiente antelación su estancia en el país, así como todos los aspectos logísticos: billete y reserva de avión, reserva en el hotel. Es importante tener en cuenta que, como se mencionó anteriormente, se trata de una feria con elevada asistencia internacional, por lo que la disponibilidad de transporte y hotel e incluso servicios de asistencia de azafatas en stands, puede ser limitada. En ocasiones resulta casi imposible encontrar habitaciones disponibles en Dubái durante la feria Gulfood.

Durante la feria:

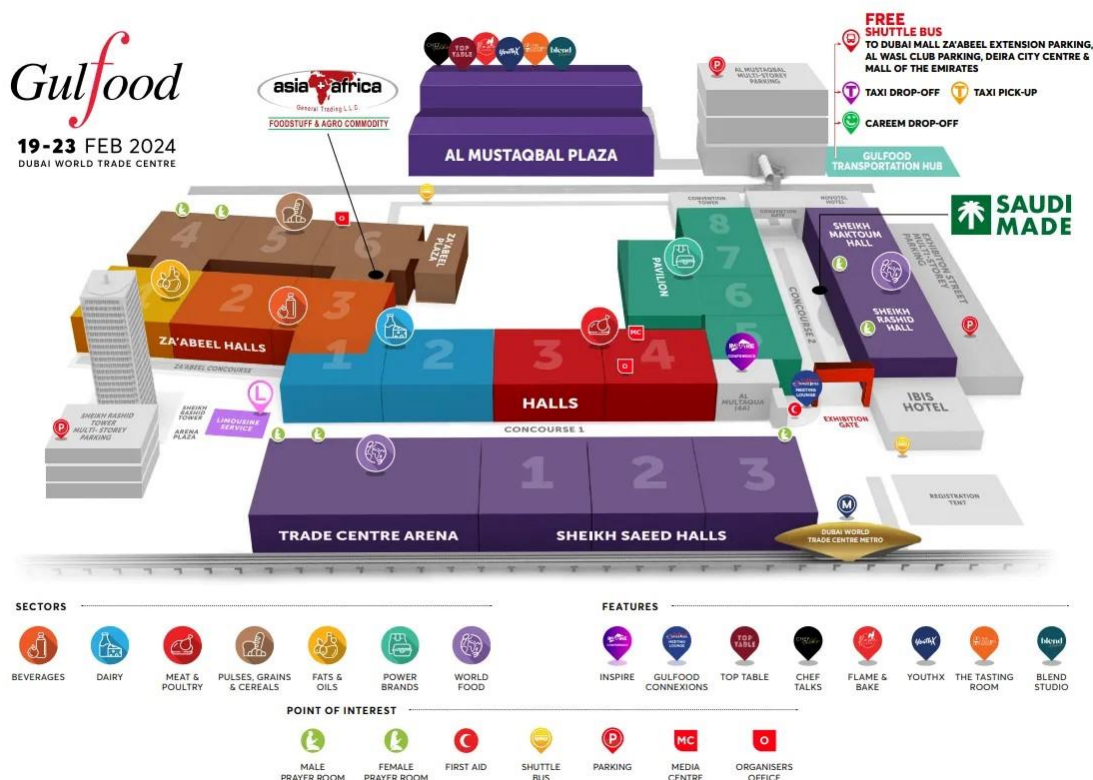
- Consejos generales para las entrevistas: no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.
- Observación de los precios de la competencia. Observe, sobre todo, las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, etc. Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales y ver si su oferta es realmente competitiva.
- Si tiene la posibilidad, al visitar los expositores españoles, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre las posibilidades y dificultades reales que va a encontrar en el mercado.
- Diríjase a los *stands* de las publicaciones profesionales y coja ejemplares: en ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los principales actores, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad). También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas o remitir sus propios comunicados de prensa.
- Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes canales de distribución: observe las características de sus competidores presentes en el comercio, la oferta presentada y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

Después de la feria:

- Cuide los contactos que ha realizado: envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.
- Proceda a las adaptaciones correspondientes que fueran necesarias en precios, material promocional, etc.
- Tenga paciencia en la concreción de contratos.
- Se recomienda tener encuentros presenciales con los potenciales importadores.
- En relación con los acuerdos comerciales y las formas de pago dentro de estos, sería aconsejable actuar bajo el método de carta de crédito o, en su defecto, pago por adelantado.

4.4. Planos de distribución de la feria

PLANO DISTRIBUCIÓN DE LA FERIA GULFOOD 2024



Fuente: Interna.

4.5. Enlaces de interés

Dirección web Gulfood: <https://www.gulfood.com/>

Dirección web Dubai International Convention and Exhibition Center: <https://www.dwtc.com/en>

Dirección web Seguridad Alimentaria Dubai Municipality: <https://www.dm.gov.ae/municipality-business/food-safety-department-2/food-safety-department/>



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

