

Nutracéuticos en Emiratos Árabes Unidos

A. CIFRAS CLAVE

Para los próximos años, se anticipa un período de notable fortaleza en el ámbito de los nutraceuticos en los Emiratos Árabes Unidos (EAU). Se espera que diversas categorías experimenten un sólido crecimiento en ventas, lo cual estará respaldado por un incremento en la disponibilidad de canales de distribución en línea. Además, se observa una tendencia en aumento hacia una población cada vez más informada y consciente de la importancia de la salud, lo que se traduce en una disposición a invertir en prácticas de autocuidado y en la promoción de la salud preventiva. Es importante tener en cuenta que definir este sector puede resultar complicado. Por ello, para este informe hemos optado por centrarnos en las siguientes categorías de producto: nutrición deportiva, suplementos dietéticos, vitaminas, gestión del peso y bienestar.

Este sector ha experimentado un crecimiento sólido durante el último año, y las proyecciones futuras hasta 2028 también sugieren un panorama favorable. Sin embargo, se anticipa que este crecimiento sea ligeramente más moderado en comparación con años anteriores.

DATOS GENERALES EAU	
PIB 2023 (MUSD a precios corrientes)	555.000
Población 2023 (millones habs.)	10,2
PIB per cápita 2023 (USD)	54.630
Sector nutraceuticos EAU	
Valor del sector (MUSD)	395,13
Crecimiento del sector (CAGR 22/23) *	3,44 %
Predicción crecimiento (CAGR 23/28)*	3,36 %

* El crecimiento del sector se ha calculado mediante una media ponderada de todos los apartados mencionados.
Fuente: Economist Intelligence Unit.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El enfoque de análisis de este informe se centra en la partida arancelaria 2936 y la subpartida 210610. Aunque estas clasificaciones no abarcan la totalidad del mercado de nutraceúticos, sí incluyen una porción significativa y representativa del mismo.

Partida y subpartida	Descripción
2106	Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.
210610	Concentrados de proteínas y sustancias proteicas texturadas.
2936	Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis, incluidos los concentrados naturales, y sus derivados utilizados principalmente como vitaminas, mezclados o no entre sí o en disoluciones de cualquier clase.

B.2. Tamaño del mercado

En relación con las categorías de producto mencionadas, es crucial destacar que poseen diversos tamaños y perspectivas individuales. Por lo tanto, resulta fundamental desglosarlas para analizar sus distintos resultados.

DATOS POR SECTOR		
Nutrición deportiva	Valor del sector (MUSD)	25,13
	Crecimiento del sector (CAGR 22/23)	4 %
	Predicción crecimiento (CAGR 23/28)	4,3 %
Sup. dietéticos	Valor del sector (MUSD)	163
	Crecimiento del sector (CAGR 22/23)	4 %
	Predicción crecimiento (CAGR 23/28)	3,7 %
Vitaminas	Valor del sector (MUSD)	159
	Crecimiento del sector (CAGR 22/23)	2 %
	Predicción crecimiento (CAGR 23/28)	2 %
Gestión del peso y bienestar	Valor del sector (MUSD)	48
	Crecimiento del sector (CAGR 22/23)	6 %
	Predicción crecimiento (CAGR 23/28)	6,2 %

Fuente: Euromonitor International, *Consumer Health in the United Arab Emirates*.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES A EAU DE LA PARTIDA 2936 Y SUBPARTIDA 210610

En miles de USD

Ranking	Proveedores	2019	2020	2021	2022	Cuota 2022	Crecimiento 2019-2022
1	Estados Unidos	52.149,49	38.454,77	58.911,87	70.946,74	53,52 %	36,04 %
2	China	3.960,47	10.587,57	17.126,23	17.230,20	13,00 %	335,05 %
3	India	5.498,87	9.350,49	8.310,29	15.285,15	11,53 %	177,97 %
4	Reino Unido	3.695,54	3.576,97	6.438,35	8.653,38	6,53 %	134,16 %
5	Sudáfrica	357,69	255,87	459,75	2.943,11	2,22 %	722,81 %
6	Polonia	428,28	343,38	1.754,14	2.041,27	1,54 %	376,62 %
7	Rumanía	579,06	251,84	969,68	1.982,29	1,50 %	242,33 %
8	Países Bajos	667,34	1.268,80	1.290,84	1.933,93	1,46 %	189,80 %
9	España	495,80	1.344,94	919,88	1.547,53	1,17 %	212,13 %
10	Canadá	1.089,42	1.032,40	2.042,95	1.507,91	1,14 %	38,41 %
	Total	68.921,96	66.467,02	98.223,98	124.071,50		

Fuente: Mundiatacom, junio 2024.

La tabla muestra que Estados Unidos lidera el mercado de nutracéuticos con más del 50 % de las exportaciones. China ocupa el segundo lugar, pero muy por detrás. España está en el noveno puesto, con una participación modesta, pero en crecimiento, lo que sugiere un buen potencial para sus productos.

B.3. Principales actores

Los actores clave en el ámbito de los nutracéuticos varían según la categoría de producto. Sin embargo, en líneas generales, se puede afirmar que este mercado es altamente competitivo, con un reducido número de empresas que controlan una parte considerable del mismo.

	Compañía	Cuota de mercado 2023 %	Descripción
Nutrición deportiva	Glanbia	27%	Glanbia es un líder global en nutrición con sede en Irlanda y presencia en 32 países. Sus productos abarcan nutrición deportiva, lácteos, ingredientes especializados y premezclas de vitaminas y minerales. Con ventas en más de 130 países y una expansión continua en diversas regiones, Glanbia emplea a más de 7,000 personas en todo el mundo.
Sup. Dietéticos	Sanofi gulf	17%	Sanofi-Aventis es una destacada empresa farmacéutica a nivel mundial, líder en Europa y tercera a nivel global. Con presencia en más de 100 países y más de 80 plantas industriales, cuenta con cerca de 100,000 empleados en todo el mundo. Su actividad de investigación se enfoca en siete áreas terapéuticas principales, con una amplia red de centros de investigación en tres continentes.
Vitaminas	Gsk	10,4%	GSK, líder británico en productos farmacéuticos y salud dental, nació de la fusión de Glaxo Wellcome y SmithKline Beecham. Es reconocido por su investigación en áreas como el sistema nervioso, oncología y antibióticos. Clasificada como la décima compañía farmacéutica más grande, en 2022 ocupó el puesto 294 en Fortune Global 500 y emplea a cerca de 110,000 personas globalmente.
	Bayer Middle East	10,3%	Bayer es una empresa farmacéutica y química alemana que se especializa en la producción y venta de medicamentos, productos de cuidado de la salud, productos agrícolas y materiales de alta tecnología. Ofrece una amplia gama de productos farmacéuticos de venta con receta, productos para el cuidado de la salud, como vitaminas y suplementos, y productos agrícolas, como herbicidas, insecticidas y semillas genéticamente modificadas.
Gestión del peso y bienestar	Atkins	17,8%	Atkins Nutritionals produce y vende alimentos y suplementos nutricionales basados en la dieta baja en carbohidratos de Robert Atkins. Ofrecen barras de proteínas, batidos y snacks diseñados para seguidores de esta dieta y el estilo de vida cetogénico, buscando proporcionar opciones convenientes y sabrosas para mejorar la salud y el estado físico.
	21st Century Healthcare	12,3%	Líder mundial en suplementos dietéticos con más de 30 años de experiencia en Tempe, Arizona. Presente en 7 ubicaciones internacionales con más de 500 empleados. Sus productos, bajo la marca 21st Century y otras marcas asociadas, se venden en 50+ países.

Fuente: Euromonitor International, *Consumer Health in the United Arab Emirates*.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Aunque la oferta española de productos nutracéuticos no tiene gran relevancia en el mercado de EAU, se percibe como europea y, por lo tanto, de calidad superior frente a otros competidores, gracias a la reputación internacional de los productos europeos. Además, los nutracéuticos españoles son vistos como una opción más económica en comparación con sus equivalentes europeos, lo que les otorga una excelente relación calidad-precio y atrae a consumidores que buscan alta calidad a un coste accesible.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En relación con las oportunidades de mercado, al igual que en otras secciones, es crucial estudiar detenidamente las distintas categorías de nutracéuticos. Cada tipología experimenta diversas dinámicas, tendencias y oportunidades:

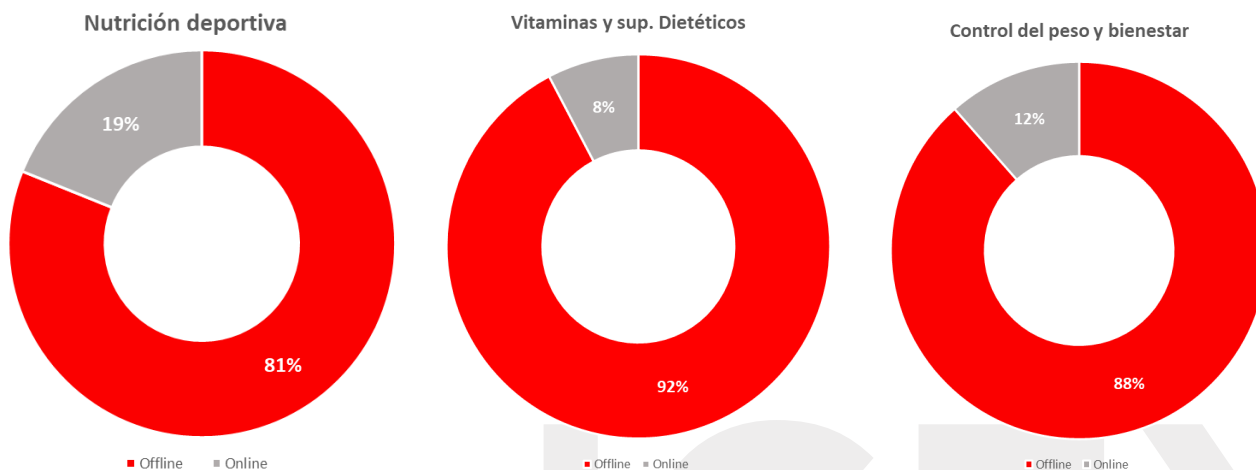
- **Nutrición deportiva:** El mercado de polvos de proteína deportiva en EAU está creciendo con la entrada de nuevos competidores, reflejando una cultura de *fitness* en expansión. La competencia impulsa a las marcas a innovar y adaptarse a las preferencias cambiantes. Las tiendas especializadas y las plataformas en línea juegan un papel crucial para guiar a los nuevos usuarios en la nutrición deportiva. Los *influencers* están ayudando a eliminar estereotipos y a promover la nutrición deportiva entre las mujeres, lo que expande el mercado. La nutrición deportiva personalizada promete un crecimiento significativo al atender necesidades individuales. Iniciativas como el Desafío de Fitness de Dubai, que tiene como objetivo inspirar a los residentes de EAU a realizar 30 minutos de deporte al día durante un mes, también contribuyen a aumentar la demanda.
- **Suplementos dietéticos:** El mercado de suplementos dietéticos está en auge, especialmente los productos enfocados en la belleza y el antienvejecimiento, como la coenzima Q10. La tendencia a la “belleza desde adentro” refleja una mayor conciencia sobre la relación entre la nutrición y la apariencia. La demanda de suplementos personalizados está creciendo, impulsada por la popularidad de la naturopatía y las pruebas genéticas. Sin embargo, las diferencias en la cobertura del seguro médico pueden influir en el consumo de suplementos, como se observa con las pruebas de vitamina D, que no suelen estar cubiertas.
- **Vitaminas:** El enfoque en la personalización está impulsando el crecimiento de las vitaminas individuales. Los consumidores buscan nutrientes específicos para sus necesidades únicas, favoreciendo suplementos dirigidos que aborden deficiencias concretas. Marcas como **Goli Nutrition** y **Fade Fit** están capitalizando la demanda de vitaminas naturales y sin azúcar. Además, vitaminas como la vitamina A se están comercializando como productos de belleza debido a sus beneficios para la piel, mientras que la vitamina C y la vitamina D siguen siendo populares por sus propiedades inmunológicas. **Centrum** lidera el mercado de multivitaminas, aunque se enfrenta a la competencia de las vitaminas individuales.
- **Gestión del peso y bienestar:** La conveniencia está impulsando la popularidad de los reemplazos de comidas en EAU, con un crecimiento dinámico en productos como **Slim Fast**. Estos productos son una solución rápida para quienes buscan controlar su peso. Las comunidades en línea proporcionan apoyo adicional para la pérdida de peso. Sin embargo, la preocupación por la obesidad aumenta la demanda de productos de gestión de peso. La disponibilidad de medicamentos recetados podría limitar el crecimiento de los productos de venta libre. Las marcas líderes en esta categoría deben destacarse para mantener su posición en el mercado.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

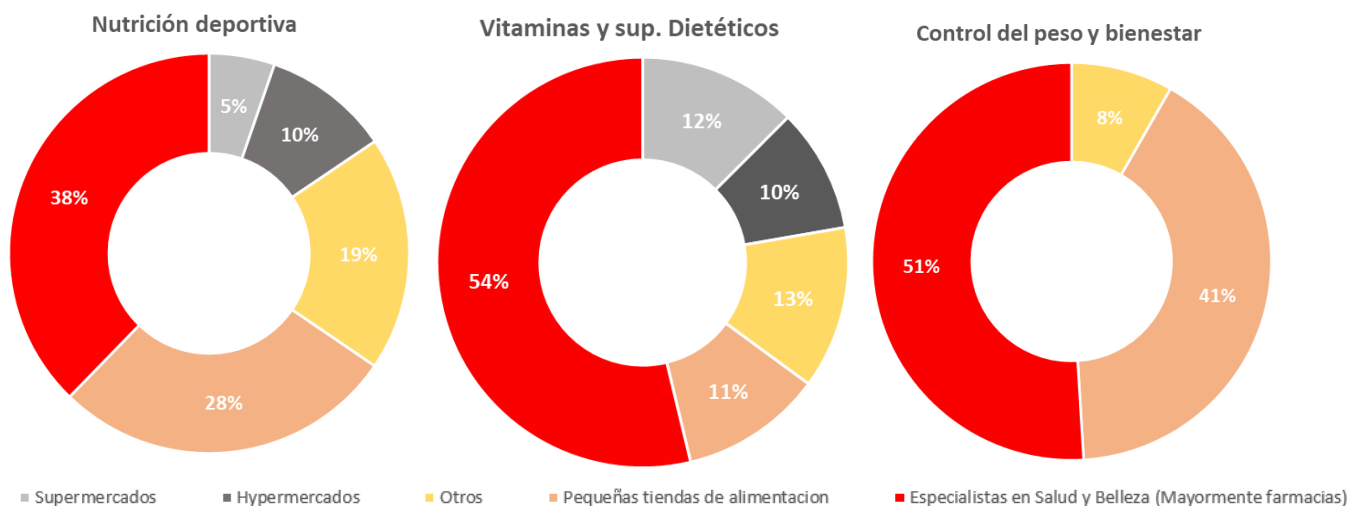
En cuanto a la distribución de nutracéuticos en EAU, **el canal en línea es claramente predominante**, aunque los datos pueden variar según el área que estemos considerando.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE NUTRACÉUTICOS, POR GRUPOS DE PRODUCTOS



Como se ve en los gráficos, el único segmento que muestra un uso más notable del canal en línea es el de nutrición deportiva, aunque sigue siendo minoritario. Esto podría explicarse demográficamente, ya que, en general, el consumo de productos de nutrición deportiva está asociado a una **población más joven** que los otros sectores estudiados, una población con mayor acceso y experiencia en el uso del canal en línea.

DISTRIBUCIÓN OFFLINE DE NUTRACÉUTICOS, POR GRUPOS DE PRODUCTOS



En el ámbito de la distribución *offline*, el punto de venta predominante se encuentra en los especialistas en salud y belleza, que en su mayoría corresponden a farmacias. Este canal se distingue por su relevancia en todos los segmentos de los nutracéuticos, con especial énfasis en los productos destinados al control de peso y bienestar. Además, destacan las pequeñas tiendas de alimentación, aunque su influencia no es tan marcada en el segmento de vitaminas y suplementos dietéticos. Esta diversidad de puntos de venta resalta la importancia de una estrategia de distribución sólida y segmentada para alcanzar de manera efectiva los distintos nichos de mercado.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos.

Aunque existe una regulación federal para los nutracéuticos, la normativa del emirato de Dubái, en particular la de Dubai Municipality, es la que tiene mayor relevancia. Esto se debe a que la mayoría de las mercancías que ingresan al país lo hacen a través del emirato de Dubái, específicamente por el puerto de Jebel Ali. Por lo tanto, seguir la regulación de este emirato puede ser más beneficioso que adherirse a la normativa federal u otras regulaciones de los Emiratos. El principal objetivo de estos procedimientos es asegurar que los suplementos saludables cumplan las condiciones y especificaciones establecidas. Esto es crucial para evitar que las organizaciones que importan, fabrican o comercializan estos productos se enfrenten a rechazos de sus envíos o confiscaciones en el mercado local. Estas normativas se aplican a todas las entidades involucradas en la importación, fabricación o comercialización de suplementos saludables con fines comerciales.

E.2.1. Procedimiento de registro en Dubai Municipality

Para la regulación en el emirato de Dubái, llevada a cabo por Dubai Municipality, el representante de la empresa local (en la mayor parte de los casos, el importador/distribuidor) debe registrar el producto mediante el formulario electrónico disponible en la web **Montaji** (<https://montaji.dm.gov.ae/>) de Dubai Municipality, así como abonar las tarifas correspondientes. Además, es necesario presentar una copia válida de la evaluación de la etiqueta del producto que se va a registrar.

Una vez cumplidos todos los requisitos, Dubai Municipality elabora un informe de registro del producto. El representante de la empresa puede verificar electrónicamente el estado de la solicitud y, cuando el informe esté listo, puede obtener una copia escaneada o recoger el original en persona.

La responsabilidad de asegurar el cumplimiento de estas normativas recae en el Jefe de la Sección de Seguridad de Productos de Consumo, el Jefe del Equipo de Evaluación y Registro, así como en los oficiales principales y de seguridad de la misma sección.

E.3. Ferias

- **Arab Health**

Arab Health es principalmente conocida por cubrir una amplia gama de áreas médicas. Aunque los nutracéuticos no son uno de los focos principales de la feria, esta cuenta con un apartado de *Wellness and Prevention* en el que se pueden encontrar productos nutracéuticos, entre otros. Además, es importante destacar que ICEX organiza un Pabellón España con varias secciones, una de las cuales está dedicada a los nutracéuticos.

Fecha de la próxima edición: 27-30 de enero de 2025.

Lugar: Dubái, Dubai World Trade Center.

Enlace: <https://www.arabhealthonline.com/en/Home.html>

- **Beautyworld Middle East**

Beautyworld Middle East es una de las ferias comerciales más importantes dedicadas a la industria de la belleza y el cuidado personal en la región de Oriente Medio. Este evento reúne a fabricantes, distribuidores, minoristas, y profesionales del sector para exponer y lanzar las últimas tendencias, productos y tecnologías relacionadas con la belleza, el cuidado de la piel, el cabello, el maquillaje, y el bienestar en general.

Beautyworld Middle East ofrece una plataforma para explorar nuevas oportunidades de mercado en el ámbito de los nutracéuticos, ya que la tendencia hacia productos que promueven tanto la belleza como la salud está en aumento. Aunque la feria se centra en productos cosméticos y de cuidado personal, los nutracéuticos pueden encontrar un espacio para destacar si ofrecen beneficios tanto para la apariencia externa como para la salud interna.

Fecha de la próxima edición: 28-30 de octubre de 2024

Lugar: Dubái, Dubai World Trade Center.



Enlace: <https://beautyworld-middle-east.ae.messefrankfurt.com/dubai/en.html>

- **Dubai Active & Muscle Show**

El **Dubai Active Show** es una feria dinámica que tiene por objetivo promover la salud y el bienestar a través de un estilo de vida activo. Ofrece una amplia gama de actividades diseñadas para inspirar a los asistentes a comprometerse con el ejercicio físico y la nutrición saludable. Desde clases de yoga y pilates hasta entrenamientos de alta intensidad, el espectáculo proporciona una plataforma para que los participantes se sumerjan en diversas formas de actividad física y descubran cuál les va mejor. Además de las sesiones prácticas, los visitantes tienen la oportunidad de explorar las últimas innovaciones en tecnología *fitness*, ropa deportiva y productos relacionados con el bienestar.

Por otro lado, el **Dubai Muscle Show** destaca como el principal evento de culturismo y fuerza en la región. Desde competiciones de fisicoculturismo hasta demostraciones de levantamiento de pesas, el espectáculo ofrece una mirada privilegiada al mundo del entrenamiento de fuerza. Los asistentes pueden explorar una variedad de stands que exhiben los últimos productos y servicios relacionados con el culturismo, desde suplementos nutricionales hasta equipos de entrenamiento de vanguardia.

No obstante, el Dubai Active Show y el Dubai Muscle Show son ferias tanto B2B como B2C, por lo que todavía tienen un alcance profesional limitado.

Fecha de la próxima edición: 25-27 de octubre de 2024.

Lugar: Dubái, Dubai Exhibition Centre, Expo City.

Enlaces: <https://dubaiactiveshow.com/> <https://www.dubaimuscleshow.com/>

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

F.1. Enlaces útiles

- Dirección web Ministerio de Salud y Prevención: <https://www.mohap.gov.ae/en>
- Dirección web Departamento de Salud de Abu Dabi: <https://www.doh.gov.ae/en/>
- Dirección web Autoridad de Salud de Dubái: <https://www.dha.gov.ae/en/>
- Dirección web de Montaji: <https://montaji.dm.gov.ae/Consumer/Login>
- Dirección web Dubai Municipality: <https://www.dm.gov.ae/>

F.2. Estudios e informes de interés

- *Guía de Negocios. Emiratos Arabes Unidos 2023:* [Guía de negocios. Emiratos Árabes Unidos 2023 \(icex.es\)](#)
- *Estudio de mercado. El mercado de cosméticos en Emiratos Árabes Unidos 2022:* [Estudio de mercado. El mercado de cosméticos en Emiratos Árabes Unidos 2022 \(icex.es\)](#)

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Dubái** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Emiratos Árabes Unidos**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Emiratos Árabes Unidos, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Emirates Towers Offices, 26th Floor
P.O. Box: 504929
Dubai, UAE
Teléfono: [+971 43 39 0110]
Correo electrónico: dubai@comercio.mineco.es
<http://Emiratosarabesunidos.oficinascomerciales.es>

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](#)

INFORMACIÓN LEGAL: 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.

AUTOR

Eduardo Donaire Téllez

Oficina Económica y Comercial
de España en Dubái

dubai@comercio.mineco.es

Fecha: 26/08/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR EAU



ICEX España
Exportación
e Inversiones