

Tendencias del Mercado

SUSTENTABILIDAD EN LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

Agosto 2013

Documento elaborado por OFICOM DUBAI

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. RESUMEN EJECUTIVO

Este informe tiene por finalidad describir las iniciativas que podrían permitir abordar nichos en el área de productos o servicios orientados a la construcción “Green” y a los segmentos de consumo de alimentos sustentables en EAU.

Emiratos Árabes Unidos es uno de los países más avanzados del Medio Oriente, en cuanto a preocupación por el medio ambiente, a pesar de tener una de las huellas de carbono más grande per cápita, están preocupados por reducir su consumo de energía al permitido por la ONU, por otro lado están desarrollando la primera ciudad ecológica del mundo, reciclan el 90% de sus aguas y tienen la mayor cantidad de edificios verdes de la región MENA. Si bien tienen muchas iniciativas falta mucho para comenzar a ver cifras auspiciosas dentro de los rangos que poseen otros países desarrollados como los europeos.

En el temas de los alimentos sustentables, la tendencia se encuentra muy presente sobre todo en la población extranjera, la gran variedad de productos importados de carácter orgánicos, étnicos (Halal), fairtrade, entre otros, se encuentra fácilmente en cadenas de retail y establecimientos especializados que día a día aumentan su presencia ofreciendo productos más saludables, sobre todo considerando que EAU es un país con altos índices de obesidad y diabetes. A raíz de lo anterior, el gobierno ha desarrollado planes para cambiar la forma de alimentarse de la población, poniendo énfasis en el consumo de alimentos y bebidas saludables.

En términos de regulación, es aún muy poco normada y sólo para los productos cárnicos y sus derivados se exige certificación Halal obligatoria. Cabe mencionar que se espera un cambio en la rotulación de los envases de los productos Halal debido a las modificaciones de la legislación comunitaria en materia de alimentación de peces (se aprobó como ingrediente a las proteínas de animales rumiantes). A partir del 12 de Agosto de 2013 se exige certificación Halal a los productos que provengan de dicho destino. Por ende, vale la pena prepararse en el ámbito de las certificaciones de manera de poder tener más oportunidades de negocios en el mercado a futuro.

En lo referente al consumo de productos orgánicos, este va creciendo pero aún existe mucha confusión dado que no siempre los productos son certificados por agencias reconocidas a nivel internacional.

1. Descripción de la tendencia

Este informe busca describir la tendencia de sustentabilidad en los EAU, por ende al describirla es importante destacar tres áreas que a mi punto de vista son en las que Chile podría tener oportunidad de hacer negocios, éstas son las siguientes;

- Sector arquitectura y construcción

En esta área la tendencia está en alza y sobre todo seguirá hasta alcanzar el pick, si es que Dubai se posiciona como la ciudad para realizar la EXPO 2020. En el ámbito del desarrollo sustentable existen varias iniciativas en EAU, por algo es considerado el país con más cantidad de edificios verdes de la región, la normativa desarrollada por el gobierno “Green Buildings” está comenzando a desarrollarse en todos sus ámbitos sobre todo en Abu Dhabi, donde se requiere presentar un diseño sustentable antes de construir un edificio, en Dubai en cambio se exige solo para los edificios públicos.

Es importante también recalcar el desarrollo de la iniciativa Masdar (Abu Dhabi) y otros proyectos que aún están en papel como el Khalifa City, los cuales también presentan un desarrollo sustentable en diferentes ámbitos.

- Sector alimentos y bebidas

El consumo de alimentos saludables es una tendencia en alza en los países de la región, es posible encontrar gran cantidad de productos sustentables, de origen local e importados, si bien los productos fabricados en los EAU son muy pocos, es importante que este tipo de iniciativas que la mayoría de las veces son apoyadas por el gobierno marca una tendencia a la producción y el consumo de bebidas y alimentos sustentables.

- Sector productos Halal

Es en este tipo de alimentos donde se presenta la mayor cantidad de oportunidades de lograr negocios si se desarrolla un producto para el consumidor musulmán, grupo de mayor presencia en el país. Actualmente este tipo de certificación no posee diferenciación en el precio del producto, pero con el cambio de normativa que se estima ocurrirá el 2015 podría generarse una diferenciación para aquellos que deseen usar la palabra Halal en el envase. Hoy en día existe una amplia gama de productos alimenticios y bebidas que lo usan sin una regulación clara y estricta.

2. Sustentabilidad en Emiratos Árabes Unidos

2.1 Sustentabilidad en el desarrollo como ciudad

Emiratos Árabes Unidos es líder en la región Medio Oriente en sustentabilidad de edificios verdes pues tiene el porcentaje más alto de edificios verdes construidos en esta categoría.

Por otra parte Abu Dhabi, la capital de los EAU está construyendo la primera ciudad Ecológica, ciudad diseñada especialmente para ser abastecida por energía solar y su objetivo es ser sustentable, sostenible y autoabastecida. En ella se reducirán al máximo las cantidades de electricidad necesarias para el funcionamiento de la ciudad.

Para la construcción de edificios verdes EAU ofrece una serie de beneficios a las partes interesadas, desde los promotores inmobiliarios, propietarios de edificios; hasta los arrendatarios, con menores costos arriendo y promoviendo el bienestar de los residentes.

Hay alrededor de 1.200 edificios verdes en MENA que tienen acreditación LEED. De estos edificios, el 65% se encuentra en los Emiratos Árabes Unidos. Qatar ocupa el segundo lugar en la lista, con 173 edificios verdes.

Por otra parte, El Banco Mundial entregó un estudio el 2009 donde países de la zona como Qatar tuvieron el nivel per cápita más alto de emisiones de carbono, con 44 toneladas por persona al año. Kuwait ocupó el segundo lugar, con 30,3 toneladas y los Emiratos Árabes Unidos, con 22,6.

Las estimaciones muestran que electricidad y refrigeración dan cuenta de casi el 40% de los gastos totales de energía para edificios de oficinas en los Emiratos Árabes Unidos. Se cree que la misma tendencia existe en otros mercados de la región.

Se hace mención en el Reporte de Sustentabilidad realizado por la agencia de Medio Ambiente en Abu Dhabi el año 2012, que el sector inmobiliario en MENA se ha desarrollado recientemente, por lo que muchas de las iniciativas actuales dirigidas hacia la sustentabilidad se encuentran todavía en sus primeras etapas. Además citó que algunos de los factores que tienden a limitar el avance de la región en la creación de mecanismos de construcción sustentables son la falta de legislación para aplicar el cambio y la introducción de nuevas prácticas en la mayoría de los mercados, la escasa conciencia de los problemas ambientales, entre otros.

2.2 Sustentabilidad en alimentos y bebidas; una tendencia en alza.

La población de Dubai está compuesta por una gran cantidad de población inmigrante de países occidentales y de la región, por ende las tendencias en el área de consumo de productos saludables y su desarrollo, involucran una preocupación por el medio ambiente cada vez mayor.

La gran cantidad de productos importados de diversas partes del mundo nos abre un abanico muy variado con una infinidad de productos especializados, partiendo por los productos Halal que cada vez se expanden en diversos rubros desde las carnes hasta los cosméticos.

Dentro de la categoría de alimentos y bebidas, destacan los productos orgánicos (10%), fairtrade (12%) y free range (11%). En los últimos años las categorías de productos fairtrade y alimentos del mar sustentables han sido las de mayor crecimiento.

La cantidad de tiendas que desarrollan productos orgánicos va en aumento, se estima que EAU cuenta con más de 10 tiendas de este tipo de productos más todas las ferias que se hacen con productos de toda índole.

El crecimiento regional de productos orgánicos de producción local e importados, mercado de alrededor de USD 300 millones, está siendo conducido principalmente por el sector de los alimentos en los países del Consejo de Cooperación del Golfo, con EAU y Arabia Saudita liderando el crecimiento.

En cuanto al mercado de productos Halal, este es un área de productos muy desarrollada en los EAU debido a que es un país musulmán, por ende la oferta de productos certificados Halal es inmensa, es más, existen normas establecidas para los productos en cuestión como por ejemplo el sacrificio Halal, este es uno de los más importantes y se aplica a todos los productos de origen cárnico a excepción del cerdo, que es un alimento prohibido bajo la ley musulmana. Es muy importante nombrar que nuestro país tiene su Asociación Islámica de Chile acreditada por el Gobierno de EAU para emitir certificados para importar carne Halal y otros, por ende una real oportunidad a corto plazo sería importar carne a este mercado.

3. Análisis FODA

Estrategia de ingreso al mercado <ul style="list-style-type: none"> Darle valor agregado a los productos que se encuentran bien posicionados en el mercado, certificándolos bajo alguna certificación sustentable y hacer degustaciones con importadores para poder mostrar las virtudes del producto. 		Factores Internos	
		Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> A pesar de la lejanía Chile es capaz de competir por calidad con otros productos, ese es el caso de las frutas frescas, frutos secos y salmón. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> Bajo consumo interno de productos con certificaciones sustentables. La logística de nuestro país no ayuda con los tiempos y encarece los costos de importaciones.
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> EAU es un país que exporta más del 90% de sus productos por ende es un buen mercado para el posicionamiento de productos de toda índole. 	<ul style="list-style-type: none"> Mercado con gran potencial en productos con certificación Halal. Chile es un país conocido por la producción con altos estándares de calidad y en este momento contamos con la certificación Halal para exportar a varios países del Oriente Medio. 	<ul style="list-style-type: none"> Se deben aplicar nuevas técnicas de marketing para promover los productos sustentables en el mercado. Desarrollo de tecnología para asegurar la factibilidad de las certificaciones y sus procesos.

II. SITUACIÓN

1. Situación del sector

El consumidor moderno de EAU no sólo está basando su compra de alimentación y bebidas en el sabor y precio, también está preocupado acerca de dónde provienen sus alimentos, incluyendo factores como: cómo su producción ha impactado el medio ambiente, lo cerca que el producto final está a sus materias primas, y también cómo su compra afecta a los ingresos de los productores en la cadena de desarrollo de productos. Estas preocupaciones pueden resumirse en cinco categorías principales de alimentos y bebidas sostenibles: orgánica, de origen local, el comercio justo, la huella de carbono, y el eco-embalaje.

Las empresas tienen especial interés en desarrollar productos sustentables o étnicos y etiquetar sus productos con ese atributo, ya que es una nueva forma de diferenciarlos fuera de precio, calidad y diseño. Estos se compran porque son vistos como más ecológicos, saludables y/o de mejor calidad, o también debido a las preocupaciones y aspectos religiosos y/o éticos. El tema de la sostenibilidad, a pesar de ser una herramienta utilizada por las empresas, es esencialmente impulsado por los consumidores. Los consumidores tienen la posibilidad de elegir y no van a comprar un producto de una empresa que se considera poco ética.

Aunque la mayor parte del comercio justo y los productos orgánicos se venden en los mercados desarrollados como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Alemania, la sostenibilidad es fundamentalmente un aspecto internacional que el consumidor promedio mundial está preocupado y lentamente es una tendencia que en los países árabes ha entrado principalmente entre los extranjeros residentes.

1.1. Identificación de forma utilización del producto

Actualmente se hace mucho énfasis en el desarrollo económico sustentable, que se refiere a una economía con procesos que generen beneficios tanto en el corto como en el largo plazo. Para lograr esto es necesario utilizar los recursos de la manera más eficiente posible, reutilizándolos y sin desecharlos. Eso ha empezado a verse en varias empresas de EAU.

Algunas empresas usando el modelo de economía sostenible son:

- Carrefour cobra por las bolsas plásticas para generar conciencia en el uso de bolsas reciclables.
- En el Mall of The Emirates implementan basureros de reciclaje para que los empleados se familiaricen con la idea y formen parte del cambio reciclando.
- Otras empresas como Fitness First reducen el consumo de energía de las computadoras siendo conscientes al momento de utilizarla, lo mismo con el agua que se utiliza.

2. Consumidor final

Durante los últimos 10 años el consumo de productos sustentables dentro de los hogares ha aumentado notablemente siendo las principales categorías los alimentos y bebidas, las cuales representan una parte importante del consumo de productos sustentables dentro del hogar. Aunque también cabe destacar que ya se pueden apreciar algunas tiendas enfocadas en la eficiencia energética y otros aspectos como uso de insumos de aseo y limpieza sustentables.

A pesar de la actual crisis económica, el consumo de productos sustentables ha mantenido un crecimiento constante, esto debido principalmente a un aumento de la oferta de este tipo de productos por parte de los retailers y la favorable respuesta e interés de los consumidores expatriados de EAU.

Si bien la población de los EAU es informada acerca de la posibilidad de adquirir productos sustentables, si se compara con otros países de occidente aún falta mayor conocimiento, pero con respecto a los países MENA son pioneros. Dentro de la categoría de alimentos y bebidas, destacan los productos orgánicos, fairtrade y otros. En los últimos años las categorías de productos fairtrade y alimentos del mar sustentables han sido las de mayor crecimiento.

3. Insumo industria para proceso

En este aspecto cabe mencionar los productos para el grupo étnico musulmán deben ser muy rigurosos, donde los insumos a procesar como carne de cordero, ave y vacuno deben poseer certificado, adicionalmente se debe asegurar que el o los ingredientes no contengan residuos de carne de cerdo o alcohol, entre otras medidas. Para eso es que el gobierno está siendo muy estricto sobre todo con los productos del mar, por ejemplo a todos los pescados que provengan de la Unión Europea se les solicitará para entrar el certificado Halal, una nueva regulación porque se descubrió que se alimentaba a los peces con residuos cárnicos y para el gobierno es prioridad garantizar que ese alimento que se les da a los peces no contenga residuos de cerdo u otro producto prohibido.

Por esto, es importante tener en claro que en cualquier momento se puede solicitar algún certificado Halal para productos que antes no eran necesarios, hay que estar preparado y cumplir con los estándares solicitados para no tener ningún problema de esta índole.

4. Retail v/s Foodservice

La industria del retail en EAU tiene un rol importante ya que todas ellas están obligadas a plantear ciertos desafíos para transformarse en organizaciones sustentables, como por ejemplo muchas de ellas para Ramadán usan sus cajas para recaudar dinero a beneficio de ciertas instituciones.

Algunos retail especializados como Down to Earth, Organic Café Supermarket y The Change Initiative consideran además el origen de cómo se obtienen los productos, el manejo de pesticidas, textiles sustentables, algodón orgánico, productos naturales y biodegradables y alimentos del mar que sean de fuentes renovables. Por lo tanto, muchos de ellos realizan un proceso de revisión y certificación de proveedores.

Otro aspecto importante es que Emiratos Árabes Unidos se encuentra entre los países con mayor porcentaje de población con diabetes, de un 23%. En este contexto, se están considerando asesores que hablen de balance alimenticio. Con esto se espera generar un beneficio social, al tiempo que se incrementarían las ventas de este tipo de productos.

Ser una empresa con un plan estratégico de desarrollo sustentable es una tendencia mundial que va ocupando la atención de compañías de diferentes industrias. Un ejemplo de Retail es la campaña de Carrefour con Henkel y hay varias otras iniciativas, para ver esto ir a: <http://www.dubaichamber.com/about-us/initiatives/crb-new/crb-insights/toolkits-and-guidebooks/sustainability-network-demonstrating-responsible-business-practice-in-the-uae>

5. Diseño

- El diseño como parte del desarrollo de la urbe

A lo largo de las últimas tres décadas, el Emirato de Dubai no ha sido conocido por su énfasis en la sustentabilidad como principios rectores para su desarrollo. No sólo adoptar una tasa natural de crecimiento de Oriente Medio y

los estándares globales, sino que también ha ignorado durante mucho tiempo las consecuencias ambientales y sociales de su rápida urbanización. El crecimiento de Dubai se basó y fue impulsado económicamente por un modelo de desarrollo utilizando formas de construcciones inadecuadas e ineficaces. El resultado fue una milla cuadrada de la ciudad 1.500 (3.885 km²) con edificios aislados, que no sólo se divorcian de su entorno sino que también requieren una gran cantidad de energía de combustibles para su funcionamiento.

En muchos sentidos, es justo afirmar que el diseño del modelo de desarrollo de Dubai ha sido, en esencia, la antítesis del desarrollo sostenible en las últimas tres décadas. En otras palabras, Dubai ha llegado a representar la culminación de un diseño de desarrollo obsoleto en el que los humanos intentaron subyugar a su entorno en lugar de convivir con él.

En contraste con este modelo de desarrollo insostenible, su vecino, la ciudad de Abu Dhabi ha adoptado un diseño de desarrollo a largo plazo y, por ende, menos extravagante y ambicioso. En las mismas tres décadas, el modelo de desarrollo de Abu Dhabi en general se caracteriza por un ritmo de desarrollo más sostenible. En los últimos años, Abu Dhabi ha sido campeón en el Medio Oriente en cuanto al diseño urbano sustentable, estableciendo un marco orientado a la sostenibilidad de su desarrollo en los próximos 20 años, y principalmente la iniciativa **Masdar**, que incluye un proyecto de ciudad sostenible, la más progresista del mundo en sus alrededores con metas de energía cero y cero residuos.

Si bien se trata de mostrar una serie de conceptos de diseño sustentables para proyectos de construcción, estos solo aportan en un ámbito de la sustentabilidad, pero no son en sí un aporte a la reducción de la huella de carbono ni son tampoco parte de un desarrollo urbano sustentable sino más bien son intentos por sobresalir en un entorno ambicioso pero que carece de una unidad.

6. Etiquetado

Los siguientes sellos corresponden a las certificaciones de instituciones de los EAU en el sector del desarrollo sustentable en áreas de diseño y construcción y de políticas empresariales. El primero corresponde al “Green Buildings” y el segundo es el que otorga la Cámara de Comercio de los EAU.



Por su parte, la mayoría de las empresas importadoras de EAU compran madera que tengan el sello Forest Stewardship Council (última imagen), organismo que promueve el manejo responsable de los bosques a lo largo del mundo. Todo tipo de madera que esté certificado por el FSC viene de un bosque en el que se ayuda a aumentar la biodiversidad y a mantener el medio ambiente. Además, se respetan los derechos de los trabajadores y se crean mercados que agregan valor.

En cuanto a los alimentos y bebidas actualmente se pueden encontrar en los EAU varios de los sellos sustentables, muchas certificaciones provenientes de la Unión Europea dada la gran cantidad de productos importados que llegan a los supermercados y sobre todo, porque en EAU los supermercados son mayoritariamente cadenas extranjeras procedentes de Europa, Reino Unido e India.

Algunos ejemplos de dichas certificaciones son:

Fair Trade

World Fair Trade Organization contribuye al desarrollo sustentable ofreciendo mejores condiciones para el comercio internacional y asegurando los derechos de productores y trabajadores a lo largo del planeta. La organización garantiza que todos los productos certificados con el sello Fairtrade hayan pasado por un proceso de comercio justo, es decir, los productores, especialmente los de países en vías de desarrollo, reciban un trato justo, un precio mínimo que cubra los costos de una producción sostenible y también una prima adicional, la cual se utiliza para invertir en desarrollo sustentable y de la comunidad.



Certified Sustainable Seafood

Marine Stewardship Council es un programa privado y sin fines de lucro de certificación global que reconoce y gratifica la pesca sostenible. Trabaja en conjunto con pesqueras, científicos, grupos ambientalistas y público en general para asegurar que los pescados y mariscos que llevan su sello son sustentables.



Rainforest Alliance

Rainforest Alliance utiliza los poderes del mercado para terminar con la deforestación y la destrucción medioambiental. En cualquier parte del mundo, los consumidores pueden estar seguros de que cualquier negocio certificado es llevado a cabo de manera sostenible y transparente. El Rainforest Alliance Certified certifica específicamente a los negocios en el área de la agricultura.



Organic Farming

El EU Organic Farming es una certificación que garantiza a los consumidores de la Unión Europea que los productos que llevan su logo son efectivamente orgánicos.



Ejemplos de Productos en EAU:

- Ejemplo de compota orgánica marca Carrefour



- Ejemplo de certificación en el pescado



- Ejemplo de sellos Halal que se pueden encontrar en los productos.



III. OPINIONES DE AGENTES RELEVANTES EN EL MERCADO SOBRE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA LOCAL Y EXTERNA

1. Importadores, Retailers y Autoridades de Gobierno

- **Entrevista Mr. Mohamed Badri, Consultor de ESMA**

Cabe mencionar que está en proceso de aprobación una ley que regula la certificación de los estándares de alimentos Halal. La Autoridad Emirati para la Estandarización y Normalización (ESMA) aprobó normas técnicas y las presentó al Gobierno para su aprobación. Las regulaciones ayudarán a que los consumidores de EAU se sientan más seguros que los productos a los cuales acceden en los Emiratos son Sharia, dijo el Sr. Badri.

Además, el Director General de Al Islami Foods, el principal productor de alimentos Halal en el país, mencionó "Los consumidores han estado pidiendo esa regulación y han tenido suficiente con los miles de productos que dicen que son Halal y no lo son", "o el consumidor se entera después de comer el producto que no es 100 por ciento Halal".

En forma paulatina se pretende regular más allá de los alimentos, también a los cosméticos, las compañías navieras, hoteles y las finanzas.

Los Emiratos Árabes Unidos no tenían su propia normativa, habían seguido las directrices establecidas por la Organización de Normalización del Golfo (GSO), con sede en Riyadh. Sin embargo, acorde al Sr. Badri éstas directrices eran anticuadas y no abordaban los procesos de fabricación modernos. Las normas revisadas, aprobadas por la ESMA, van más allá de sacrificio para hacer frente a otras cuestiones tales como si los aditivos son derivados de carne de cerdo, dijo el Dr. Gasim Ahmed, un especialista en normas de alto nivel de la OSG.

- **Importador Khazan Meat, Sr. Maher al Jannan, Jefe de exportación**

Las ventas habían crecido un 200 por ciento en todo el Oriente Medio, y en un 75 por ciento en los Emiratos Árabes Unidos este año, en comparación con el año pasado.

"Se necesita Halal a un nivel mucho mejor, y realmente se mueve hacia arriba partiendo de una pequeña industria no regulada hacia una industria mucho más profesional regulada", dijo desde Kuala Lumpur, donde tiene su sede dicha organización sin fines de lucro. Las normas actualizadas llegan en un momento en que el mercado Halal está creciendo en los Emiratos Árabes Unidos.

- **Cultivar o importar – Entrevista importadores locales de frutas y verduras orgánicas**

Actualmente existe una interesante discusión sobre la conveniencia de cultivar localmente o importar y, por otra parte, se han encontrado diferentes bacterias presentes en los cultivos orgánicos locales por lo que esta discusión se ha tornado en una controversia en que diferentes sectores del comercio tienen una visión bastante disidente al respecto.

Por ejemplo el Sr. Daniel Cabral, gerente comercial de la empresa Kibsons, mencionó que hasta un 10% de los vegetales que ellos venden son adquiridos en el Mercado Local, desde prácticamente cero en el pasado, indicando que actualmente compran un amplio rango de productos, desde perejil y pimentones hasta coliflor y lechugas a una docena de grandes productores locales. "Hay más de ellos (productores) alrededor" menciona Cabral. "Nosotros pensamos que la producción local es bastante más orgánica."

Sin embargo, de acuerdo con Nils El Accad, CEO de Organics Foods and Café, piensa que la opción más sustentable y ambientalmente amigable es importar alimentos orgánicos cultivados de países cercanos que tienen mayor cantidad de insumos necesarios para el cultivo orgánico: mano de obra, buena calidad del suelo y agua. Esto, en vez de desalinizar agua del mar o utilizar la poca agua disponible de napas subterráneas y regar los cultivos que se mantienen en campos abiertos o en invernaderos, ya que esto produce muchos desequilibrios en el medio ambiente.

“Los alimentos orgánicos que nosotros importamos desde Egipto comienzan como Carbono Negativo, debido a que usan mucho compost y el suelo atrapa una gran cantidad de carbono y tampoco usan fertilizantes químicos ni pesticidas que tienen huella de carbono” menciona El Accad. “Entonces esto contrarresta las millas del transporte aéreo, haciendo el alimento Carbono Neutro.

El Accad propone a Pakistán como la respuesta a la pregunta de alimentación sustentable para Emiratos. “Nosotros deberíamos comprar tierra en Pakistán y enseñarles cómo cultivar en forma orgánica. Pakistán tiene una gran cantidad de suministro de agua, suelo y mano de obra, como también buenas relaciones políticas con los Emiratos Árabes Unidos.

Finalmente en el área construcción, se han unificado los estándares para los edificios verdes - estructuras diseñadas, construidas y operadas para minimizar los impactos ambientales - en los Emiratos Árabes Unidos. Noticia anunciada en la última versión del Emirates Green Building Council, conferencia que examinó las diferencias entre el diseño, construcción, operación y mantenimiento de los edificios verdes en el país y la forma de abordarlos.

Una de las principales carencias detectadas en esta área fue la existencia de diferentes normas en los edificios sostenibles. En la actualidad, Abu Dhabi es el único emirato que exige que los nuevos edificios, comunidades y villas deban ser construidos sobre la base de los principios de sustentabilidad a través del programa Estidama ("sostenible" en árabe). Dubai, por su parte, ha hecho cumplir que todos los edificios de gobierno tienen que empezar a adaptar dichas medidas para el año 2014, pero es opcional para los edificios privados.

2. Consumidor final

El consumidor final de EAU que elige el consumo de productos sustentables y además practica esta tendencia de respeto al medio ambiente, es capaz de pagar más por este tipo de alimentos pero a la vez exige que las certificaciones de estos sean 100% confiables. A partir de eso la preocupación de los importadores y retailers por importar productos de calidad con las certificaciones correspondientes.

En el ámbito Halal es un poco diferente ya que al ser EAU un país musulmán, la población local debe tomar alimentos Halal por ende el precio no es un factor incidente en su elección, pero sí lo es la certificación, esto para ellos es lo más importante y están cien por ciento preocupados y han creado diversas estrategias a nivel local y de gobierno para controlar la calidad de los productos Halal tanto en los supermercados y puntos de venta como en los restaurantes y compañías dedicadas al catering.

IV. FUENTES DE INFLUENCIA EN REQUERIMIENTOS Y TENDENCIAS

1. Origen de la tendencia

La población residente en Emiratos Árabes está compuesta por diversas nacionalidades, caracterizando por ser un país muy cosmopolita y, por lo mismo, la mezcla cultural es evidente, notándose fuertemente en los hábitos alimentarios. Dado que la población europea es numerosa y con alto nivel de ingresos, existe cada vez un mayor interés por los productos sustentables, un auge se muestra en la mayor oferta de productos elaborados bajo las certificaciones, Halal, Eco-Friendly, Orgánico, Fair Trade, etc. Es cada vez más común ver supermercados y un número importante de tiendas destinadas a este tipo de productos, no solo en el área de las bebidas y los alimentos sino que también en el vestir y la cosmética, sin dejar de lado los productos para el hogar.

Medio Oriente es considerado como el mercado de mayor crecimiento para los alimentos sustentables, según estimaciones actuales¹ el mercado mundial de esta alternativa a los alimentos convencionales alcanza los 220 mil millones de dólares, mientras que para el mercado asiático en su totalidad, se estima en más de 500 millones de dólares de los cuales 300 de ellos se destinan a Medio Oriente.

De acuerdo a la percepción del sector privado de EAU, el rápido crecimiento en el consumo de productos sustentables en los países del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC) va en línea con el crecimiento que éstos productos han experimentado mundialmente de 20% - 25% anual. En Arabia Saudita, EAU, y Omán hay más de 3.000 puntos de venta que exhiben este tipo de productos en sus mostradores, incluidas farmacias y centros de salud.

Es importante considerar que en EAU la demanda de productos sustentables se encuentra concentrada en Dubai y en Abu Dhabi, donde residen dos tercios de la población del país.

Debido a que el mercado de alimentos saludables aún no es maduro en EAU, el consumidor no suele seleccionar los productos alimenticios en base a su calidad sino que la principal variable de decisión es el precio. Es por esto que un producto para poder entrar en este mercado primero tiene que superar la barrera del precio de mercado y más tarde, soportar la competencia.

Por estas razones, el segmento de alimentos sustentables en Emiratos Árabes aún se encuentra en una fase temprana de desarrollo. A pesar de la imagen de ostentación que vende el país en todos sus sectores, no existe una gran cantidad de consumidores para estos productos, existiendo más puntos de ventas en relación a años anteriores, sin embargo aún son pocos los puntos de venta de alimentos exclusivamente sustentables.

2. Demandas o requerimientos asociados

La mayor demanda en el mercado de los EAU es principalmente por productos Halal, desde carne hasta cosméticos. Estos productos tienen un desarrollo en auge debido a la gran población musulmana en el país y en los alrededores, y sin dejar de lado la gran cantidad de países de occidente que cuentan con una alta demanda de este tipo de productos, es decir, una tendencia global.

¹ Fuente: Sustainable food consumption and production in a resource-constrained world Report 2011 European Commission – Standing Committee on Agricultural Research (SCAR)

En cuanto a los demás productos sustentables como los orgánicos, naturales, etc. existe también una demanda que aún es muy pequeña pero sí reconocida, lo cual nos abre una ventana para nuestros productos chilenos.

También cabe mencionar que existe una pequeña ventana de interés en el campo de la arquitectura y construcción sustentable, si Dubai logra posicionarse como país ganador de la EXPO 2020 este sería un área con un potencial de desarrollo inmenso, y habría una oportunidad para la prestación de servicios de Chile en el área sustentable.

3. Identificar agencias o entidades con influencia en la tendencia

Emirates Wildlife Society en asociación con WWF (EWS-WWF), es una organización nacional ambiental no gubernamental (UAE) que se establece bajo el patrocinio de Su Alteza el Jefe Hamdan bin Zayed Al Nahyan, y este organismo trabaja en asociación con WWF, una de las organizaciones independientes más respetadas del mundo dedicada a la conservación, la cual cuenta con más de 5 millones de seguidores y una red global activa en más de 100 países.



EWS-WWF ha participado activamente en los Emiratos Árabes Unidos desde 2001 y ha implementado varios proyectos de conservación y educación en la región. La misión de EWS-WWF es conservar el patrimonio natural de los Emiratos Árabes Unidos y promover estilos de vida sustentables.

Para mayor información visitar el siguiente sitio web:

<ftp://ftp.abudhabitourism.ae/IPD-Training/Green%20Hotels%20Programme/GHW%2012%20November/4.%20Choose%20Wisely%20-%20UAE%20sustainable%20fish.pdf>

4. Oficiales

Existen varias iniciativas y organizaciones incentivando el desarrollo sustentable en los EAU, a continuación se nombran algunas de ellas:

Al Basma al Beeiya



La iniciativa llamada “Huella Ecológica” se puso en marcha en octubre de 2007 bajo el patrocinio del Ministerio de Medio Ambiente y Aguas, sus socios promueven distintas iniciativas como el “Abu Dhabi Global Environmental Data (AGEDI)”, la “Wildlife Society – WWF” y la “Red Huella Global”.

Las cuales están trabajando en cinco áreas principales:

- Recopilación y verificación de datos para trabajar en representación de la Huella Ecológica en EAU.
- La ciencia y la investigación para la comprensión de los principales motores que mueven la iniciativa.
- El análisis de políticas para trabajar hacia la gestión de la tendencia sostenible en los EAU.
- Garantizar la institucionalización y el desarrollo de herramientas que promuevan la sustentabilidad como la Huella Ecológica en la toma de decisiones.
- Sensibilización y difusión entre todos los sectores de la sociedad para ayudar a motivar cambios inmediatos y duraderos en el consumo de los Emiratos Árabes Unidos.



Red de Sostenibilidad: Práctica Empresarial en los Emiratos Árabes Unidos

La Red de Sostenibilidad Empresarial de la Cámara de Dubai, es una plataforma que sirve como punto focal para desarrollar negocios que incorporen en sus bases prácticas a la comunidad para lograr un desarrollo en el área de la sustentabilidad.

Los objetivos de la Red de Sostenibilidad son:

- Para fomentar la RSE/Sostenibilidad en los Emiratos Árabes Unidos.
- Promover e interiorizar la RSE/Sostenibilidad y mejores prácticas de gobierno y desarrollo competitivo de ventajas y reputación empresarial.
- Ofrecer a las empresas el aprendizaje, la evaluación comparativa y las oportunidades de capacitación en RSE/sostenibilidad y el gobierno corporativo.
- Desarrollar actividades donde las empresas tomen conciencia y aprendan en específico la RSE/sostenibilidad y la gobernanza, resuelvan problemas, construyan redes y recursos de aprendizaje.
- Facilitar un diálogo más amplio entre las partes interesadas, empresas, los responsables políticos, los inversores, la comunidad y también los socios.

La Red de Sostenibilidad trabaja con los miembros claves y las partes interesadas de los Emiratos Árabes Unidos para crear conciencia, construir la capacidad, promover y apoyar el desarrollo y la implementación de la RSE, la sustentabilidad y la gobernanza en las prácticas. A través de la colaboración de la red se refuerza la RSE para dirigir los Emiratos Árabes Unidos y el movimiento regional para incorporar prácticas empresariales responsables y sustentables.

Abu Dhabi Quality and Conformity Council



El Consejo de Calidad Y Conformidad de Abu Dhabi (QCC) es una entidad del gobierno de Abu Dhabi que consiste en un consejo de entes reguladores con el fin de asegurar la provisión de infraestructura de calidad conforme a los estándares mundiales, para apoyar a los reguladores y organizaciones gubernamentales a través del ofrecimiento de servicios de calidad y conformidad, experiencia y recursos además de promover una cultura de consumo sustentable.

Los residentes con conciencia ambiental pronto pueden identificar fácilmente los productos ecológicos en el mercado gracias a una nueva etiqueta otorgada por el QCC. Este organismo es responsable del desarrollo de infraestructura de calidad y aumentar la conciencia sobre la calidad en Abu Dhabi.

Se trata de una nueva aplicación de marca que certifica productos para que cumplan con las normas ambientales y de sustentabilidad, y de esta forma tener un sello de confianza para el desempeño ambiental, el cual es de carácter voluntario. Los productos que no lleven la certificación aún se pueden vender en el mercado. Sin embargo, se pueden tomar como productos que no son seguros para el medio ambiente.

Los productos que logran la certificación a través de pruebas adquieren el derecho a utilizar la marca ambiental en el embalaje del producto, promoción y merchandising.

Para más información visitar el siguiente link: <http://www.qcc.abudhabi.ae>



The Abu Dhabi Sustainability Group (ADSG)

El Grupo ADSG, Abu Dhabi Sustentabilidad, es una organización cuya misión es promover la gestión de la sustentabilidad en Abu Dhabi, proporcionando oportunidades de aprendizaje y el conocimiento compartido por el gobierno, empresas privadas y organizaciones sin fines de lucro, con espíritu de cooperación y el diálogo abierto.

La ADSG se estableció en junio de 2008 como un foro de los miembros que han firmado la Declaración de ADSG, comprometiéndose a adoptar las mejores prácticas de gestión de la sostenibilidad y la presentación de informes y de participar activamente en las actividades de ADSG. La ADSG está abierta a nuevos miembros dispuestos a practicar y defender la sostenibilidad en Abu Dhabi.

Para lograr su misión, la ADSG proporciona servicios a los miembros para ayudarles a mejorar su gestión de la sostenibilidad y las prácticas de presentación de informes.

Estos servicios se centran en:

- Mejorar el conocimiento (a través de un portal, un boletín de noticias, publicaciones y seminarios).
- Desarrollo de capacidades (a través de la capacitación y de uno-a-uno).
- Intercambio de experiencias (a través de foros y reuniones).
- Facilitar la promoción (a través de programas emblemáticos).
- Creación de redes (a través de asociaciones con organizaciones locales, regionales e internacionales).
- El rendimiento de informes (a través de diversos foros del grupo, y un informe anual).

Algunas de estas actividades están abiertas a las organizaciones que no son miembros, con el objetivo de contribuir a promover la gestión de la sostenibilidad y la presentación de informes en el emirato de Abu Dhabi.

Para más información visitar link: <http://www.adsg.ae/SitePages/Welcome.aspx>

5. ONGs

En cuanto a ONG's en EAU podemos mencionar las siguientes:

- 1.- Emirates Environmental Group (EEG): <http://www.eeg-uae.org/>
- 2.- Environment Agency, Abu Dhabi: <https://www.ead.ae/ar/>

3. - WWF UAE: <http://uae.panda.org/>
4. - Air Quality in Abu Dhabi : <http://www.adairquality.ae/home.aspx>
5. - Emirates Marine Environmental Group (EMEG): www.emeg.ae
6. - Breeding Centre for Endangered Arabian Wildlife : <http://www.breedingcentresharjah.com>
- 7.- CDM-DNA UAE : www.cdm-uae.ae/

6. Líderes de opinión

En cuanto a un líder de opinión, el más relevante en este tema es Sheikh Abdul Aziz bin Ali Al Naimi, miembro de una de las familias reales dominantes en los Emiratos Árabes Unidos y es conocido cariñosamente como el "Green Sheikh". Él es un defensor del medio ambiente y actualmente se desempeña como asesor ambiental del Gobierno local del Emirato de Ajmán.

Más información disponible en: <http://www.greensheikh.com/#!home-page/mainPage>

V. DEFINICIÓN CONSUMIDOR Y MERCADO POTENCIAL

1. Tamaño del mercado para los productos halal, orgánicos y otros servicios en el área del diseño y la construcción sustentable.

La población musulmana mundial se acerca a 1.800 millones de personas, o aproximadamente una cuarta parte de la población del mundo entero. Se espera que los musulmanes representen el 36% de la población mundial para el año 2025. En la actualidad, el sudeste de Asia y Oriente Medio son los dos mercados fuertes para los productos alimenticios Halal².

Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos y otros países de Oriente Medio son importadores netos de alimentos procesados y sin procesar. Los musulmanes que viven en los países occidentales y la adición de los occidentales al islam están dando lugar a algunos cambios en el comportamiento. Los musulmanes ahora solicitan alimentos que satisfagan sus necesidades alimenticias y que sean fáciles de identificar.

Especialmente los países miembros del GCC, tienen mayores ingresos y por consiguiente, mayores tasas de consumo per cápita. La región importa el 80% de sus necesidades de alimentos. Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos (EAU) son vistos como los mercados más importantes de la región. Actualmente Brasil es el mayor exportador a estos dos países, seguido por la UE y los EE.UU.

² Fuente: Sustainable food consumption and production in a resource-constrained world Report 2011 European Commission – Standing Committee on Agricultural Research (SCAR)

Los musulmanes tienen un estilo de vida muy ocupado, al igual que cualquier otro segmento de la población, están involucrados con sus trabajos y otras actividades en el hogar y la demanda de su tiempo se ha incrementado. Cada vez en mayor medida las actividades diarias en el trabajo y en casa no les permiten preparar comidas en casa, por lo tanto, la disponibilidad de alimentos Halal preparados y para “vending machines” son otra área en la que existe una gran oportunidad para alimentos Halal.

Con respecto a los productos orgánicos según Global Link, uno de los organizadores de la exhibición más grande de Medio Oriente que congrega a los comercializadores de productos orgánicos (MENOPE 2012), el mercado de alimentos orgánicos en EAU anualmente oscila entre los USD \$100 a USD \$150 millones, mientras que la región en su totalidad alcanza los USD 300 millones.

Dentro de los países del CCG que están dispuestos a producir alimentos; Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Omán, en ellos lidera la agricultura orgánica a pesar de que las regulaciones no se pueden comparar a las Europeas o Americanas. Es en este contexto que el Gobierno de EAU también fomenta la práctica de la agricultura orgánica y de conservación del medio ambiente, junto con el impulso de la medicina y tratamientos alternativos.

En cuanto a la producción local, el Ministerio de Aguas y Medio Ambiente de Emiratos anunció en noviembre del 2012 la puesta en marcha de un sistema de certificación para alimentos orgánicos producidos localmente e importados. Hasta ahora, el Ministerio ha certificado orgánicas a más de 27 granjas a la fecha y su objetivo es certificar a 100 granjas a fines del 2013.

De acuerdo a cifras de gobierno al 2009, el Emirato con mayor importancia en términos de cultivos es Abu Dhabi con su ciudad Al Ain, con 1.300 hectáreas de agricultura orgánica, de hecho es el mayor área dedicada a dichos cultivos en todo el país.

La empresa Abu Dhabi Organic Farms tiene la mayor variedad de frutas y vegetales actualmente disponibles en el mercado, incluyendo coliflores, brócolis, espinacas, pimentones, zanahorias, melones, sandías, naranjas, maracuyá, frutillas, mangos y granadas por mencionar algunos ítems. Esta misma granja orgánica es la única en el país que cuenta con certificación orgánica internacional. Con excepción de algunas pocas frutas y hierbas aromáticas, la mayor parte de los cultivos son cultivados en invernaderos especialmente adecuados.

Como se menciona más arriba los Emiratos Árabes son los mejores posicionados de la región MENA en el tema de la arquitectura sustentable, si bien el desarrollo es notorio, éste no es comparable con los otros países más desarrollados pero existe una posibilidad de que Dubai gane como destino para Expo 2020, lo que acelerará la construcción de muchos edificios e infraestructura que están proyectados, sin dejar de lado la nueva ley de los Green Buildings que ya está siendo totalmente aplicada en los Emiratos Árabes especialmente en la capital.

2. Segmentación de consumidores y tamaño público objetivo

El desarrollo económico experimentado por EAU durante la última década ha sido espectacular y sin precedentes dentro del mundo árabe, especialmente en el caso de sus dos ciudades más importantes: Dubai y Abu Dhabi. Ese crecimiento económico, la decidida apuesta del Gobierno por el desarrollo de planes turísticos, y las multimillonarias inversiones en proyectos inmobiliarios han logrado atraer una gran cantidad de capital humano.

2.1. Socioeconómico

Emiratos Árabes Unidos es un país cuya mayoría poblacional se encuentra compuesta por extranjeros residentes, situación que se produjo a consecuencia del desarrollo antes mencionado y que convocó a millones de personas de todo el mundo (y sus respectivas familias) a instalarse en Emiratos Árabes Unidos para trabajar, aumentando la población extranjera residente en el país a cifras nunca antes vistas, llegando a alrededor de 6 millones habitantes de los cuales 88,5% son extranjeros. Esta es una región con alto poder adquisitivo, no se debe olvidar que existen otras variables socio-económicas importantes de analizar al

minuto de considerar este mercado, como lo son la influencia de las costumbres y tradiciones, el tamaño y composición de los extranjeros.

2.2. Cultural

En EAU existe una gran diversidad cultural, siendo Dubai una de las ciudades más cosmopolita del mundo. Es debido a esto que el perfil del consumidor es diverso, encontrándose al Árabe que ha inmigrado a EAU en busca de mejores oportunidades y con un salario moderado, el Nacional o Emirati que en general tiene un alto nivel de ingresos y tiene una marcada preferencia por lo suntuoso, el Asiático o Indo-asiático que en general tiene un bajo nivel de ingresos y el Occidental que por lo general es profesional y goza de estabilidad económica.

Se estima que los altos ejecutivos que llegan a EAU ganan en una escala 4 veces superior a la del Reino Unido y otros países europeos y a una escala 6 o 7 veces mayor que otros países del Medio Oriente. Esta circunstancia mantiene la creciente tendencia de extranjeros que llegan a trabajar a este país y a su vez se constituye en un elemento dinamizador del comercio en Emiratos Árabes Unidos.

2.3. Religioso

La religión oficial es el Islam, a la que se adhiere casi la totalidad de la población; un 77% de los emiratíes es musulmán suní, un 19% chií, y el resto de la población practica otras religiones, entre ellos un 2% es cristiano³.

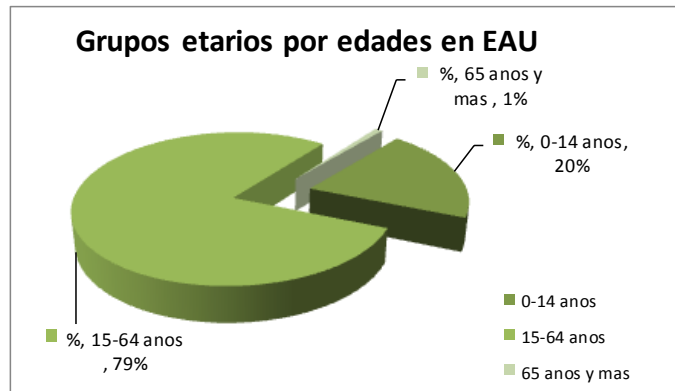
2.4. Grupos étnicos

Nativos del país 19%, otros árabes e iraníes 23%, del Sur de Asia (India, Sri Lanka, Bangladesh, Pakistán) 50%, mientras que los expatriados blancos y del resto de Asia son aproximadamente el 8%.

nota: menos de 20% son ciudadanos de EAU⁴.

2.5. Grupos etario

Demográficamente, los Emiratos Árabes Unidos son una población relativamente joven. Su población crece aproximadamente 3% por año.



Nota: 73.9% de la población del segmento 15-64 son "no nacionales" (Datos estadísticos del 2010)⁵

³ Gobierno de Dubai, pagina Web <http://www.uaestatistics.gov.ae>

⁴ Gobierno de Dubai, pagina Web <http://www.uaestatistics.gov.ae>

⁵ Gobierno de Dubai, pagina Web <http://www.uaestatistics.gov.ae>

2.6. Grado de conciencia de tendencia

El gran aumento de desarrollo de políticas sustentables a nivel de gobierno, han llevado al consumidor a interesarse por el medio ambiente y preferir productos sustentables.

La población del Golfo está comenzando a experimentar nuevos tipos de comida y alimentos, esto es atribuido a los frecuentes viajes de los locales y extranjeros asentados en UAE, quienes han comenzado a explorar las distintas comidas étnicas. Esto está afectando las conductas de los compradores quienes poco a poco han comenzado a ser más sofisticados y educados en sus procesos de decisión de compra.

Otro punto a considerar es el comienzo de campañas de gobierno que apuntan a educar a los consumidores a preferir productos saludables, pues el medio oriente es una de las zonas con mayor número de diabéticos del mundo y con grandes tasas de obesidad.

Los ciudadanos de los emiratos llegan solo al 11,5%. En EAU, especialmente los emiratos más grandes: Dubai y Abu Dhabi, atraen un gran número de extranjeros, obreros y técnicos, los cuales usualmente no reciben un sueldo muy alto y que además no poseen interés en alimentación saludable ya sea por un tema cultural, desconocimiento o falta de presupuesto, sin embargo aquellos profesionales, normalmente occidentales y especialmente con hijos en Emiratos, están dispuestos a consumir alimentos sustentables.

VI. COMPETIDORES O ACTUALES PROVEEDORES

1. Posición de competidores en el mercado

La gran cantidad de productos sustentables que podemos encontrar en el mercado es importado desde Europa, EE.UU y otros, Halal en cambio se encuentran importaciones de Brasil, Australia y Nueva Zelanda, además de la gran cantidad de productos que podemos encontrar procesados en EAU, con varias marcas locales como Al Islami, quienes son líderes en el mercado con productos cárnicos congelados.

En estos momentos en EAU los productos chilenos sustentables no están bien posicionados en el mercado, es más los únicos productos que se pueden encontrar son frutas y verduras orgánicas, como manzanas, kiwis y ajos. También en forma esporádica han llegado ciruelas deshidratadas y se espera la inserción del maqui en polvo.

Por otro lado, en cuanto a los productos cárnicos Halal nuestro país está autorizado para importar carne Halal a los EAU, pero hasta el momento sólo se han hecho algunos envíos de muestras con gran éxito pero no se ha llegado a concretar ningún negocio.

1.1. Normativas

Para los productos sustentables no existen normativas obligatorias, en el caso de los productos orgánicos, se requiere el certificado orgánico al momento de exportar este tipo de productos, este debe venir con una etiqueta en el caso de las frutas y en el empaque en el caso de productos procesados.

En Abu Dhabi se están certificando productos bajo el concepto de “marca de confianza para el desempeño ambiental”, pero es un proyecto nuevo que en estos momentos han recibido muy pocas solicitudes, pero en el

largo plazo esta certificación será muy importante para los productos importados ya que estos serán reconocidos por las autoridades locales.

En el caso especial de los productos Halal, estos deben obtener un certificado de matanza islámica. Este certificado verifica que productos de carne son aptos para el consumo de los musulmanes, esto en el caso de la carne, pero en los otros productos se debe certificar que los procesos de producción y los ingredientes utilizados en la fabricación del producto no poseen restos de derivados de cerdo ni alcohol y para eso también se necesita un certificado.

1.2. Formatos/Envases/Empaques y Diseño

El formato y envase en un producto sustentable es muy importante, no solo por el uso de materiales eco-friendly sino que también por su diseño, porque es una manera de diferenciarse de los otros productos y así tener una mayor oportunidad de venta, a continuación se presentan imágenes de diferentes productos.

Envases ecológicos

Según las encuestas los consumidores sostienen que se debería hacer más por parte de las empresas a nivel de producción para que sus productos sean ambientalmente más sostenibles. No sólo en los ingredientes se espera que sea sostenible, sino que también en el material de embalaje.

En cuanto al consumo, los consumidores están considerando cada vez más su impacto personal en el medio ambiente, lo que lleva a decisiones positivas. Los cambios positivos se pueden ver en los consumidores que compran productos con menos embalaje y la proliferación de las bolsas de supermercado reutilizables, seguido de la introducción de los cargos para los consumidores para utilizar bolsas de plástico. Otros cambios se pueden ver en la creación de bio-plásticos, la reducción de los envases de muchos productos alimenticios, y el uso de envases reciclables o de peso ligero.

Las empresas se están dando cuenta de que cada vez es más importante para los consumidores tener envases sostenibles. El factor principal para las empresas a participar en actividades sostenibles en términos de embalaje del producto son las preferencias del cliente o las necesidades del consumidor. Otros factores son los requisitos normativos, mayor atención de los medios, las presiones de precios, los requisitos de abastecimiento de materiales y el aumento de la competencia global.

- Ejemplos de producción local con envase de bioplástico y papel reciclado.



- Productos Marca Propia de la tienda Down to Earth



- Productos Halal, marca propia supermercados Carrefour



- Productos de limpieza Ecológico



1.3. Etiquetados

Las etiquetas de todos los productos nuevos en el mercado (que llegan al mercado por primera vez), así como aquellas que sean enmendadas, deben ser aprobadas previo a la distribución del producto en Dubai.

Adicionalmente a la aprobación de la etiqueta del producto, podría ser requerida una prueba de laboratorio previo a importar el producto.

Mayor información acceder a: <http://www.dm.gov.ae/wps/wcm/connect/2a153865-07d6-4ed1-a661-68f2990d3ac2/IMPORT+AND+RE-EXPORT+REQUIREMENTS+FOR+FOODSTUFF+Eng.pdf?MOD=AJPERES>

1.4. Estrategias de posicionamiento

Las empresas tienen un papel importante que desempeñar para ayudar a proteger y mejorar el medio ambiente, en línea con los objetivos más amplios del desarrollo sustentable. Algunos ejemplos de empresas que han desarrollado estrategias del desarrollo sustentable en los Emiratos árabes Unidos son:

1. Iniciativa Escuelas Ecológicas y medio ambientales: HSBC Climate Initiative Eco-Schools Programa mundial de educación ambiental.



Los Emiratos Árabes Unidos se enfrentan a una multitud de desafíos relacionados con el cambio climático, la conservación de los recursos y la protección del medio ambiente. Algunos de estos son el resultado de la dureza del clima y otros el resultado de una falta de conciencia de prácticas sostenibles de los ciudadanos y residentes.

La educación y la conciencia ambiental son pilares fundamentales del enfoque de HSBC para la sostenibilidad. Este programa educativo tiene como objetivo llegar a 1 millón de estudiantes en el transcurso de 3 años y participar con más de 1.000 voluntarios y se extiende por 18 países, entre ellos los Emiratos Árabes Unidos.

El programa está diseñado para atraer niños entre 5 y 18 años de edad de 20 escuelas privadas y públicas de los EAU, la iniciativa ayuda a los niños a obtener una comprensión de la gravedad del cambio climático a nivel mundial incluyendo los Emiratos Árabes Unidos y tomar medidas para reducir las emisiones de carbono de su escuela. Este programa tiene como objetivo llenar los vacíos en la educación ambiental.

La iniciativa se introdujo en 20 escuelas en octubre de 2010 a través de un taller de capacitación para los coordinadores docentes facilitados por entrenadores locales de HSBC. A cada escuela participante se le dio un CD que contiene todos los documentos necesarios para la aplicación del programa en sus escuelas. Todo el material se proporciona en inglés y árabe.



2. Iniciativa Axiom: Reducción de Huella de Carbono



Axiom es el principal minorista inalámbrica del Oriente Medio, esta empresa ha tomado una postura firme contra el calentamiento global y la degradación del medio ambiente mediante la incorporación de iniciativas de responsabilidad social en todos los aspectos de sus operaciones. Una de las áreas principales de la empresa se centra en la reducción de su huella de carbono y el ahorro energético.

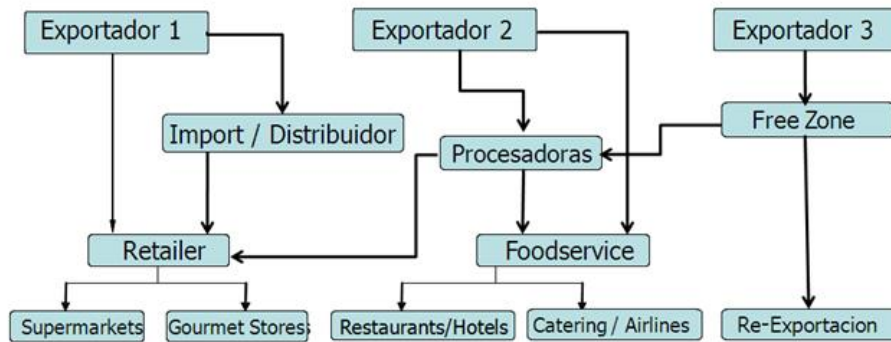
Desde una perspectiva de desarrollo social y de desarrollo económico, Axiom reconoce su impacto y responsabilidad en toda la cadena de valor: en su abastecimiento, bienestar de los empleados, asociaciones empresariales, reciclaje, la participación comunitaria, y las comunicaciones. La empresa ve que al mejorar la

eficiencia en todos los niveles de la organización esto puede traducirse en menores costos de energía, en reducir la demanda en la creación de sistemas de servicios públicos eléctricos limitados y en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

VII. DISTRIBUCIÓN

1. Flujo del producto en el mercado

Los canales de distribución presentes en EAU son los que muestra la figura:



Fuente: Elaboración propia

Como muestra la figura, la distribución en Emiratos Árabes funciona de manera simple, con la figura predominante y simultánea de agente/importador/distribuidor. Si el minorista no es una gran cadena, dependerá a menudo de los importadores/mayoristas/distribuidores para encargarse de la logística de la importación y el almacenaje de productos. Cabe señalar que los importadores/distribuidores cuentan con modernas instalaciones de almacenaje, flotas de camiones y personal especializado.

2. Poder de toma de decisiones, influencia y requerimientos de cada eslabón de la cadena de distribución

En cada nivel de la cadena, la decisión de compra la tiene el gerente de compras, sin embargo cuando hablamos del food service, es el executive chef a cargo del restaurant o la cadena quien tiene que dar su aprobación al producto, tras lo cual se continua negociando con el gerente de compras de dicho establecimiento. Es importante mencionar que la mayoría de las veces se entregan los productos para que los chefs los prueben y si les gustan se genera la etapa de negociación y papeleos con el gerente de compras.

3. Segmentación de punto de venta

Existen varios establecimientos de retails que es difícil segmentar debido a que se proveen entre sí, como por ejemplo el supermercado Waitrose y Spinies, sin embargo sobre todos ellos sobresale uno, el supermercado orgánico más antiguo y más conocido en Dubai y Abu Dhabi; el Organic Foods and Café, al que todos llaman "Organic Supermarket". En este establecimiento no solo se encuentran productos certificados como orgánicos sino que también los productos poseen las certificaciones de Huella de Carbono y Fair Trade.

Organic Foods and Café

Con su principal tienda ubicada en Dubai, otra en Abu Dhabi y con dos tiendas a abrir próximamente también en Dubai, es el lugar con mayor prestigio para adquirir productos sustentables. Además de contar con el supermercado, también ofrecen servicio de catering.

Se caracteriza por tener buena calidad de productos sustentables y gran variedad disponible en el mercado. Entre otras cosas, ocasionalmente provee a las tiendas de retail más pequeñas y es sin duda el líder en el mercado de productos sustentables. El fin de semana tiene descuento de 20%.



Fuente: Redes Sociales Organic Foods and Café

Down to Earth

Es un pequeño almacén ubicado en un sector comercial cercano a oficinas, sin embargo la afluencia de público parece ser mayor durante los fines de semana. Al momento de la visita para realizar el presente informe no contaba con manzanas, ni paltas, ni ajos ni ciruelas deshidratadas. Los precios eran superior a los vistos en Organic Foods and Café.



Fuente: Fotos Oficom Dubai



Blue Planet Green People

Este es un nuevo almacén abierto hace un año en un área residencial. Es más conocido como una tienda de conveniencia para comprar los elementos de urgencia o de compra diaria más que como una tienda de productos orgánicos, sin embargo esa percepción está comenzando a cambiar gracias al trabajo que están realizando todos los días viernes por la mañana, sacando los productos a la calle y realizando las tan de moda “feria libre”.



Fuente: Oficom Dubai

The change initiative

The Change Initiative
Sheikh Zayed Road Dubai



Fuente: Oficom Dubai

The Change Initiative es una nueva tienda con un concepto muy distinto a las antes mencionadas, ya que ofrece una gama de productos sustentables principalmente para el hogar como electrodomésticos y soluciones de construcción que combinan la tecnología y el buen diseño. En ella se pueden encontrar desde ideas para mejorar el aislamiento y reducir el consumo de energía, muebles ecológicos, pinturas, hasta accesorios de moda. Esta tienda ofrece productos que son elegantes y ecológicos, los cuales prometen ofrecer sostenibilidad fácilmente y con estilo.

VIII. POSICIÓN Y OPORTUNIDADES PARA EL PRODUCTO CHILENO

1. Oportunidades detectadas

El mercado para los productos sustentables ha crecido durante los últimos años en los Emiratos Unidos. Si bien los consumidores expatriados sobre todo Europeos se caracterizan por ser informados y cada día ponen mayor atención al origen y certificaciones de los productos que compran, pero la otra parte de la población es muy sensible al precio por ende no consume en gran cantidad productos sustentables, lo que sí es consumido por todos los sectores y mayoritariamente los locales y población musulmana son los alimentos y productos certificados Halal.

Fruta fresca: Dentro de la oferta de fruta fresca en el mercado, la categoría de comercio ha tomado importancia en el último tiempo. En los supermercados es posible encontrar distintas frutas certificadas Fairtrade como plátanos, arándanos, limones y otros y también podemos encontrar de Chile manzanas orgánicas, ajos y kiwis.

Frutos secos y fruta deshidratada: Lo mismo ha sucedido con la oferta de frutos secos. En los supermercados podemos encontrar una variada oferta de productos alimenticios que incluyen ingredientes certificados Fairtrade. Los más comunes son ciruelas secas, nueces, almendras y pasas. Dado que en Chile existe una producción importante de ciruelas secas y pasas, se presenta una oportunidad para los productores que estén en condiciones de certificarse. Actualmente en el mercado local están presentes solamente las ciruelas orgánicas.

Vinos: El mercado del vino también ha adoptado fuertemente las nuevas tendencias sustentables. En los supermercados especializados donde se vende el vino en los EAU se pueden encontrar no sólo vinos certificados con el sello Fairtrade si no que con variados sellos que garantizan su sustentabilidad como los vinos orgánicos.

Productos del mar: Los consumidores locales tienen especial interés por productos del mar sustentables. Es posible encontrar productos, tales como pescados y mariscos que no son producidos en granjas, certificados con el sello del Marine Stewardship Council (MSC) en los supermercados.

Si los productos de mar chileno logran la certificación MSC, se puede abrir una oportunidad para penetrar el mercado con mayor volumen y mejores precios.

Bebidas y Jugos: El consumo de bebidas saludables como jugos 100% naturales y orgánicos es muy alto en estos países. En este momento Chile está posicionando un Jugo 100% natural, sin preservantes con mucho éxito en los EAU, por ende si los demás exportadores del rubro pueden certificarse bajo algún sello sustentable sería muy importante y marca una diferenciación con los otros productos presentes en el mercado.

Conservas de frutas: Nuestro país se caracteriza por la producción de fruta natural y en conserva, por ende existe una gran oportunidad para productos orgánicos o naturales en conserva. En este momento, la Oficina Comercial está tratando de introducir papayas en conserva.

Berries congelados: Existen empresas que están certificando Halal y orgánico los berries congelados. Actualmente los berries congelados, frutillas, arándanos, frambuesas y moras se están exportando a este mercado con gran éxito pero sería muy importante tener alguna certificación sustentable como Orgánico, Halal y/u otras, para abordar el mercado de los restaurantes que venden menús con certificaciones.

Productos cosméticos: A medida que la industria de los cosméticos continúa registrando un sólido crecimiento en el Golfo, es curioso que los productos Halal no han aumentado en relación con el mercado de la belleza en su totalidad.

Según el reporte "Las mujeres musulmanas en los Emiratos Árabes Unidos están cada vez más interesadas en el uso de cosméticos Halal. El conocimiento general de los ingredientes de los cosméticos y sus efectos sobre la salud se ha ido incrementando en los últimos años y ahora más mujeres se están dando cuenta de que sus cosméticos utilizados pueden contener productos animales que no son Halal", "El mercado de los cosméticos Halal certificados por los Emiratos Árabes Unidos es actualmente muy pequeño y muy fragmentado, sin embargo empresas multinacionales de cosméticos ofrecen productos con certificación Halal⁶". Esto ocurre dada la inexistencia de un organismo de certificación Halal local. Si bien los procedimientos de certificación para el mercado de alimentos y bebidas están bien establecidos en el Golfo, no existe tal proceso para productos de cuidado personal.

Para el año 2016 se espera un cambio, ya que la Autoridad Unidos de Normalización y Metrología lanzará las normas Halal para el mundo de las fragancias y cosméticos. Pero hasta entonces, los pocos productos Halal que lo hacen en el mercado de GCC es probable que sean de Europa o América del Norte y certificadas por los organismos reguladores de esos países.

Un buen ejemplo es la compañía Árabe de cosméticos Mikyajy, la marca está desarrollada principalmente para las mujeres árabes pero lo que esas mujeres están buscando son productos de alto rendimiento en primer lugar, por sobre los productos Halal.

Mikyajy - que significa en árabe "mi maquillaje " - es un gigante de los cosméticos en el CCG. Es una marca existente desde hace 14 años con más de 230 tiendas en más de 50 ciudades, reportando un crecimiento del 20 por ciento de las ventas del año pasado y del 30 por ciento el año anterior, impulsado por las 40 nuevas aperturas de tiendas. A principios de este año lanzó su sitio de comercio electrónico, que ha funcionado bien hasta ahora, y tiene la intención de renovar todas sus tiendas con un nuevo concepto de marca.

Pensamos que ahí existe un nicho muy importante para Chile en el desarrollo de cosmética Halal, orgánica y natural. Un ejemplo de esos intentos de prospectar el rubro de la cosmética es la empresa Chilena Coesam, con sus productos orgánicos de aceite de mosqueta y otros de baba de caracol, para la cual sería muy importante conseguir la certificación Halal a modo de lograr ingresar al mercado de CCG.

Madera: El consumo de madera chilena representa uno de los 5 productos con mayor demanda en el mercado local. Cabe destacar que existen productos certificados Forest Stewardship Council, por lo que si la madera chilena pudiera certificarse sería un valor agregado para ella y a la vez podría tener aún más demanda que la que tiene actualmente.

Sector infraestructuras: Abu Dhabi anunciaba a principios de este año un gasto en proyectos por un valor de US\$90 mil millones para los próximos 5 años (2013-2017). La inversión incluye residencias, colegios,

⁶ UAE Halal Cosmetics market opportunity Analysis Report.

carreteras y otras infraestructuras. Según Business Monitor International, EAU está invirtiendo US\$58 mil millones en carreteras y puentes, como parte del Plan 2030.

Sector de la construcción: En los Emiratos han experimentado un crecimiento sin precedentes en la región del Golfo, resultado de una combinación de una economía dinámica, un crecimiento rápido de la población y una mayor atención centrada en el turismo e inversión. Este sector está en constante expansión, sobre todo Dubai y Abu Dhabi, por el gran crecimiento de la población, la fuerte demanda de hoteles e infraestructuras necesarias para llevar a cabo la estrategia de diversificar la economía del país e incluso podría llegar a ser mayor aún si Dubai gana como sede de la EXPO 2020.

2. Necesidades de adaptación y mejoras del producto chileno

La adaptación a las necesidades cambiantes del mercado y sobre todo para sobresalir en el mercado con productos certificados Halal es importante tener en cuenta los siguientes puntos:

- Tener cadenas de suministro Halal que incluyan las etapas de obtención y preparación de auténticos ingredientes Halal, fabricación y entrega de los productos finales a los clientes.
- Realizar una correcta separación de ingredientes Halal de los no Halal, tales como los productos alcohólicos o de cerdo, a lo largo de toda la cadena.
- Poner atención en el transporte de los animales alimentados Halal en su transporte a los mataderos o en el envío de carne Halal refrigerada o congelada en contenedores cerrados y cumpliendo los requisitos.

En resumen para exportar productos Halal al mercado de los Emiratos Árabes Unidos y países del CCG, la logística de la industria de este tipo de alimentos nos muestra un mercado dinámico en el mundo musulmán. La tasa de crecimiento de los productos Halal, sin duda indica ciertas áreas que crean oportunidades para la inversión y la seguridad alimentaria nacional. Esto implica que los importadores de productos y sus proveedores de servicios de apoyo tendrán que trabajar más para asegurar que todos los participantes de la cadena cumplan con los requisitos Halal.

En el caso de los productos con certificaciones sustentables estos deben venir etiquetados en los envases, a pesar de que aún no tiene una norma específica, pero en el caso de los orgánicos, estos deben venir con su certificado correspondiente.

En el tema de los servicios de arquitectura y construcción, lo ideal sería establecerse o asociarse con una compañía pequeña en los Emiratos y así poder ganar proyectos y participar en licitaciones.

3. Identificación de brechas de productos chilenos para abastecer el mercado

Las principales brechas que debe acortar el producto chileno primero es el precio de llegada de este tipo de productos sustentables, ya que si comparamos los productos que actualmente llegan a los EAU; la fruta fresca, la fruta congelada, el salmón y los productos del mar sin dejar de lado los vinos, podrían perfectamente incorporar alguna certificación del tipo sustentable para así abordar este Mercado y posiblemente podrían abordar el mercado de los alimentos y bebidas sustentables.

Lo importante es que este tipo de certificaciones no pueden encarecer demasiado los productos, ya que si vemos el mercado de los productos sustentables podemos decir que la mayoría se importa desde Europa y por logística ellos llegan más baratos que los provenientes de nuestro país, por ende debemos acortar esa brecha del precio para poder posicionarnos. Otro factor importante es el marketing ya que cabe recalcar que mucha de las marcas

que venden productos sustentables, realizan fuertes campañas de marketing que incluyen degustaciones del producto en los puntos de venta.

Finalmente, cabe remarcar la importancia de la calidad de la certificación y la trazabilidad de los ingredientes y procesos para llegar a certificarse sobre todo en los productos Halal.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS O CONTACTOS CON EXPERTOS EN EXTRANJERO

Fuentes de información consultadas:

www.dubaichamber.com/

www.masdar.ae/

<http://www.heroesoftheuae.ae/>

<http://www.thechangeinitiative.com/>

Huella de carbono:

<http://ecologicalfootprint.heroesoftheuae.ae/en/article/ecological-footprint/where-does-stuff-come-from.html>

Cosméticos Halal:

http://www.cosmeticsdesign-europe.com/Market-Trends/Demand-for-Halal-certified-products-boosts-UAE-cosmetics-market?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright

Organizaciones sustentables no Gubernamentales:

<ftp://ftp.abudhabitourism.ae/IPD-Training/Green%20Hotels%20Programme/GHW%2012%20November/4.%20Choose%20Wisely%20-%20UAE%20sustainable%20fish.pdf>

Organizaciones Gubernamentales:

<http://www.adsg.ae/benefits/Pages/Sustainabilitybenefits.aspx>

<http://www.qcc.abudhabi.ae/English/Pages/Home-Page.aspx>

www.dubaicamber.com

www.qcc.abudhabi.ae

<http://www.adsg.ae/about/Pages/In%20a%20nutshell.aspx>

www.government.ae/gov/en/index.jsp

Granjas Sustentables en Dubai:

<http://www.ripeme.com>

<http://www.greenheart.uae.com>

<http://www.organicuae.com>

<http://www.balance-wellness-centre.com>

Tiendas de productos sustentables:

Organic Foods and Cafe (<http://www.organicfoodsandcafe.com>)

Blue Planet Green People (<http://blueplanetgreenpeople.com>)

Down to Earth (<http://www.downtoearthorganic.ae>)

Galerias La Fayette (<http://www.galeriaslafayette-dubai.com/En/Gourmet/Pages/sweet-connection1.aspx>)

Dubai Garden Centre (<http://www.dubaigardencentre.ae/?p=Home/UniFrutti>)

Ripe <http://www.ripeme.com/in-the-press/vidoe-gallery/6/%E2%80%AARipeDubai>

The Green League <https://www.facebook.com/TheGreenLeague>

The change initiative <http://www.thechangeinitiative.com/>