

CÓMO HACER NEGOCIOS CON ARABIA SAUDITA

COMERCIO EXTERIOR

Los datos de importaciones y exportaciones del Reino de Arabia Saudita son relativos al comercio exterior del país durante el año 2010. Las cifras de comercio exterior utilizadas en este informe son recopiladas de la base de datos provista por Trade Map.

1. IMPORTACIONES POR PAÍS DE ORIGEN AÑO 2010

Importaciones de Arabia Saudita 2010

Nº	País	Exportaciones	Importaciones	Importaciones
		En US\$	En US\$	En %
1	EE.UU	32,650,735	11,590,302	13.58%
2	China	32,818,218	10,367,550	12.14%
3	Alemania	845,493	7,645,909	8.96%
4	Japón	35,971,971	6,486,627	7.60%
5	Francia	3,531,691	5,190,531	6.08%
6	Reino Unido	646,874	4,756,449	5.57%
7	Corea del Sur	26,773,175	4,552,763	5.33%
8	Italia	4,287,871	3,532,935	4.14%
9	Brasil	2,059,094	3,098,780	3.63%
10	Turquía	2,437,156	2,219,407	2.60%
11	Noruega	3,232,548	2,118,836	2.48%
12	Tailandia	5,646,047	2,118,026	2.48%
13	Suiza	95,684	1,565,674	1.83%
14	Egipto	2,120,138	1,548,992	1.81%
15	Suecia	175,983	1,502,851	1.76%
	Subtotal	153,292,678	68,295,632	80.0%
	Resto	60,117,875	17,078,814	20.00%
	Total	213,410,553	85,374,446	100.00%

Fuente: Trade Map

2. IMPORTACIONES POR PRODUCTO:

Importaciones de Arabia Saudita 2010

Nº	Producto	Importaciones	Importaciones
		En US\$	En %
1	Vehículos distintos a ferrocarriles y tranvías	13,402,018	15.70%
2	Maquinaria, reactores nucleares, calderas, etc.	12,923,988	15.14%
3	Equipos eléctricos	7,067,286	8.28%
4	Hierro y acero	3,247,315	3.80%
5	Aeronaves, vehículos espaciales y sus partes	3,107,750	3.64%
6	Productos farmacéuticos	2,949,675	3.45%
7	Artículos de hierro o acero.	2,387,283	2.80%
8	Aparatos ópticos, fotográficos, técnicos, médicos, etc.	2,362,213	2.77%
9	Cereales	2,300,483	2.69%
10	Plásticos y sus manufacturas	1,878,193	2.20%
Subtotal		51,626,204	60.47%
Resto		33,748,242	39.53%
Total		85,374,446	100.00%

Fuente: Trade Map.

El crecimiento en infraestructura que está experimentado Arabia Saudita, así como su gran demanda interna que se sustenta principalmente con productos importados, explican principalmente las importaciones del país. Cabe mencionar que los cereales son el principal alimento de la dieta saudí.

Importaciones de Productos No Tradicionales de Arabia Saudita Año 2010

Nº	Producto	Importaciones	Importaciones
		En US\$	En %
1	Carne y despojos comestibles	2,949,675	3.45%
2	Carne y despojos comestibles	1,524,847	1.79%
3	Mobiliario, iluminación, señales, edificios prefabricados	1,473,440	1.73%
4	Prendas de vestir, accesorios, tejidos.	1,359,378	1.59%
5	Papel y cartón, artículos de pulpa, papel y cartón.	1,226,329	1.44%
6	Productos lácteos, huevos, miel, otros productos de origen animal comestibles.	1,100,113	1.29%
7	Madera y manufacturas de madera, carbón vegetal	1,002,903	1.17%
8	Los aceites esenciales, perfumes, cosméticos, artículos de aseo	947,771	1.11%
9	Prendas de vestir, accesorios, no tejidos.	830,826	0.97%
10	Frutas, frutos secos, cortezas de agrios cítricos, melones, comestibles	618,546	0.72%
Subtotal		13,033,828	15.27%
Resto		72,340,618	84.73%
Total		85,374,446	100.00%

Fuente: Trade Map

El cuadro anterior muestra las principales Importaciones de Productos No Tradicionales que realiza Arabia Saudita, dentro de las cuales existen ítems con potencial de ser exportados desde Chile dado las estadísticas de exportaciones chilenas durante el año 2010 de esos productos. Estas diez principales importaciones de Arabia Saudita representan en conjunto un 15,27% del monto total importado.

3. EXPORTACIONES POR PRODUCTO:

Exportaciones de Arabia Saudita 2010

Nº	País	Exportaciones En US\$	Exportaciones En %
1	Combustibles minerales, petróleo, productos de destilación, etc.	185,535,583	86.94%
2	Productos químicos orgánicos	10,933,675	5.12%
3	Plástico y sus manufacturas	10,432,621	4.89%
4	Fertilizantes	960,846	0.45%
5	Guata, fieltro, tela sin tejer, hilados, cordeles, cuerdas, etc.	684,093	0.32%
6	Sal, azufre, tierra, piedra, yeso, cal y cemento.	592,461	0.28%
7	Cobre y sus manufacturas	382,682	0.18%
8	Papel y cartón, artículos de pulpa, papel y cartón.	286,780	0.13%
9	Perlas, piedras preciosas, metales preciosos, monedas, etc.	251,163	0.12%
10	Productos químicos inorgánicos, compuestos de metales preciosos, isótopos.	235,178	0.11%
	Subtotal	210,295,082	98.54%
	Resto	3,115,471	1.46%
	Total	213,410,553	100.00%

Fuente: Trade Map

Las principales exportaciones de Arabia Saudita provienen del sector de los hidrocarburos debido a los vastos yacimientos de petróleo y gas natural que posee, representando las diez principales importaciones el 98,54% de las exportaciones totales. Esto último evidencia la baja relevancia relativa que tienen las exportaciones de otros ítems para la economía de este país.

Las exportaciones de Arabia Saudita durante el 2010 fueron destinadas principalmente a países de Asia, Estados Unidos y algunos países de Europa, como España e Italia.

Las exportaciones destinadas a Chile fueron de US\$ 24.960.047, correspondiendo el 89,74% de ellas a polipropileno y polietileno.

RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS VIGENTES – BREVE ANÁLISIS

Arabia Saudita es miembro de la **Organización Mundial de Comercio (OMC)** desde el 11 de Diciembre de 2005.

También el país forma parte del **Concejo de Cooperación del Golfo (GCC)** desde 1981 junto a Bahrein, Emiratos Árabes Unidos, Qatar, Omán y Kuwait. Los objetivos del GCC son crear un mercado común y una unión aduanera, implementado de manera conjunta medidas en las áreas de la economía, turismo, comercio, aduanas, legislación y administración. Este acuerdo prevé un tránsito libre de impuestos a todos los bienes producidos en los estados del CCG, a condición que las mercancías cumplen los requisitos de contenido (al menos el 40% del valor del costo final del producto debe ser añadido en plantas o fábricas localizadas en los países del CCG). En enero de 2003, el CCG puso en práctica un arancel aduanero unificado para facilitar el comercio regional. Como miembro del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), Arabia Saudita aplica un arancel común a los miembros de los países del CCG de 5% para la mayoría de los productos. Uno de los objetivos del CCG es adoptar una moneda común en el largo plazo.

En cuanto a sus relaciones comerciales con el resto del mundo, se puede decir que los países miembros del GCC buscan activamente estrechar sus vínculos de comercio tanto a nivel individual como grupal. A nivel grupal, registran la firma de acuerdos de libre comercio con Jordania, el EFTA y Singapur. En la actualidad se encuentran en negociaciones con la Unión Europea, Japón, Estados Unidos, India, Turquía, China y MERCOSUR, entre otros.

Otros acuerdos firmados por Arabia Saudita son:

Acuerdo de Promoción de la Inversión y Protección: tiene por objeto promover y proteger las inversiones de los nacionales y de las empresas de una parte contratante en el territorio de la otra parte contratante, proporcionando un entorno legislativo adecuado para estimular y aumentar la actividad de inversión, el comercio y la industria. El acuerdo también prevé garantías adecuadas a los nacionales o a las empresas de la otra parte contratante para transferir sus utilidades, dividendos y otros ingresos corrientes. Arabia Saudita firmó este tratado con Italia, Alemania, Bélgica, Taiwán, China, Francia, Malasia y Austria.

Acuerdo de Cooperación de Económica, Comercial y Técnica: tiene como objetivo desarrollar cooperación económica, comercial y técnica en conformidad con las leyes de cada parte contratante, y crear las condiciones adecuadas para desarrollar la cooperación sobre la base de intereses recíprocos. Este acuerdo permite la libre entrada de mercancías, capitales y servicios, y la libre circulación de personas e inversión entre las dos partes contratantes. Este acuerdo ha sido firmado con 36 países procedentes de África del Norte, Europa, Asia, Medio Oriente y América del Norte, además de Argentina y Australia.

Cabe mencionar que no existen acuerdos comerciales entre Chile y Arabia Saudita.

2. COMERCIO CON CHILE

Los datos de comercio exterior entre Arabia Saudita y Chile han sido recabados de la oficina de Aduanas de Chile, ya que a través de ella es posible acceder a datos más detallados y recientes que permitan proyectar la tendencia en el comercio bilateral entre ambos países. Dado lo anterior, se mostrarán importaciones y exportaciones entre dichos países correspondientes al año 2010, junto a un análisis respectivo a la evolución que han tenido estas desde el 2009 hasta Mayo del 2011.

Importaciones desde Chile 2010

Nº	Producto	En US\$ miles	% Participación
1	Madera de pino insigne simplemente aserrada.	39,684.3	35.84%
2	Manzana, variedad Royal gala, fresca.	23,605.25	21.32%
3	Manzana, variedad Richared delicius, fresca.	10,177.55	9.19%
4	Cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado.	7,626.75	6.89%
5	Pasta química de madera semi blanqueada o blanqueada, de eucaliptus.	7,432.92	6.71%
6	Kiwis frescos.	3,743.28	3.38%
7	Manzana, variedad Granny Smith, fresca.	2,651.86	2.40%
8	Uva, variedad Red Globe, fresca.	2,371.94	2.14%
9	Pera, variedad Coscia, fresca.	1,705.23	1.54%
10	Manzana, variedad Red Chief, fresca.	1,387.06	1.25%
SUBTOTAL		100,386.25	90.67%
RESTO		10,331.18	9.33%
TOTAL		110,717.43	100.00%

Fuente: ProChile, información de Oficina Nacional de Aduana

Las importaciones que realizó Arabia Saudita desde Chile durante el 2010 fueron cercanas a US\$ 110,7 millones, las cuales fueron principalmente de madera, fruta fresca (manzanas, kiwis, uvas y peras) cátodos de cobre y pasta química de madera semi blanqueada o blanqueada de eucaliptus. Estas 10 principales importaciones representan el 90.67% de las importaciones totales procedentes desde Chile.

Las importaciones desde Chile crecieron un 29% entre el año 2009 y el año 2010, y a través de las estadísticas disponibles hasta Mayo de este año es posible saber que el monto total importado de lo que va a la fecha ya ha superado al total importado durante todo el año 2010. Nueve de los diez principales productos importados durante el 2010 crecimiento en relación al 2009, crecimiento que también se evidencia durante este año, viéndose claramente en las importaciones de manzanas royal gala, uva red globe, y peras coscia. Sólo los cátodos de cobre disminuyeron durante el 2010 en relación al 2009 (-68%), pero en según las estadísticas hasta mayo del 2011, durante este año las exportaciones de cátodos a Arabia Saudita ha aumentado un 713%. En general, se proyecta un crecimiento sostenido de las importaciones de Arabia Saudita desde Chile, más aun frente al mayor conocimiento de ese mercado, sus planes de desarrollo y el mayor interés de los empresarios chilenos en diversificar nuevos mercados.

Otros productos importados que ya han superado el monto importado durante el 2010 según los datos hasta mayo de este año son tableros de fibra de densidad media, ciruelas frescas y otras variedades de uvas frescas.

Importaciones de Productos No Tradicionales desde Chile 2010

Nº	Producto	En US\$ miles	% Participación
1	Manzana, variedad Royal gala, fresca.	23,605.25	21.32%
2	Manzana, variedad Richared delicius, fresca.	10,177.55	9.19%
3	Kiwis frescos.	3,743.28	3.38%
4	Manzana, variedad Granny Smith, fresca.	2,651.86	2.40%
5	Uva, variedad Red Globe, fresca.	2,371.94	2.14%
6	Pera, variedad Coscia, fresca.	1,705.23	1.54%
7	Manzana, variedad Red Chief, fresca.	1,387.06	1.25%
8	Mantequilla (manteca)	0,325.00	1.07%
9	Las demás manzanas frescas.	0,106.99	0.53%
10	Naranjas frescas o secas.	0,089.09	0.45%
SUBTOTAL		46,163.27	41.69%
RESTO		64,554.16	58.31%
TOTAL		110,717.43	100.00%

Fuente: ProChile, información de Oficina Nacional de Aduana

Como es posible apreciar en el cuadro anterior, Arabia Saudita importa desde Chile principalmente fruta, la cual como se dijo anteriormente está en consistente crecimiento, y desde el 2010 ha comenzado a importar mantequilla. Nuevas frutas que también han comenzado a ser importadas por Arabia Saudita desde el 2010 son las naranjas y los limones, además de pequeñas cantidades de nueces, nectarines, membrillos y arándanos.

Exportaciones a Chile 2010

Nº	Producto	En US\$ miles	% Participación
1	Polipropileno.	10,060.76	40.31%
2	Polietileno de densidad superior o igual a 0,94, en forma primaria.	6,114.63	24.50%
3	Polietileno de densidad inferior a 0.94, lineal, en forma primaria.	5,068.11	20.30%
4	Polietileno de densidad inferior a 0.94, de alta presión (convencional), en formas primarias.	1,154.57	4.63%
5	Los demás recipientes con pie para beber, excepto los hechos a mano, tallados o decorados de otro modo.	857.21	3.43%
6	Tejidos fabricados con tiras o formas similares.	584.89	2.34%
7	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, con mechón insertado, incluso confeccionados, de polipropileno.	219.34	0.88%
8	2,2-oxidietanol (dietilenglicol), (éteres-alcoholes y sus derivados halogenados, sulfonados, nitrados o nitrosados).	189.59	0.76%
9	Trepanos, con parte operante de cermet.	150.04	0.60%
10	Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte, de polímeros de etileno, de densidad inferior a 0,94.	128.98	0.52%
	Subtotal	24,528.13	98.27%
	Resto	431.92	1.73%
	Total	24,960.05	100.00%

Fuente: ProChile, información de Oficina Nacional de Aduana

Las principales exportaciones de Arabia Saudita a Chile corresponden a polipropileno y polietileno de distintas densidades. Las exportaciones crecieron 226% entre el 2009 y el 2010, y se espera continúen aumentando durante el 2011.

3. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS

El Gobierno de Arabia Saudita a destinado un gasto récord en el presupuesto para los próximos cinco años, el cual se centrará principalmente en el desarrollo de infraestructura (US\$ 155 billones), y está alineado con los esfuerzos por diversificar la economía del país del sector petrolero, así como también para crear más fuentes de empleo e impulsar el papel del sector privado distintos al de los hidrocarburos. La evolución del transporte (ferrocarriles, aeropuertos y puertos), la construcción inmobiliaria y la construcción de plantas independientes de agua y energía, serán el foco principal para los inversores locales y extranjeros en los próximos años. Desde el 2010 hasta 2015, Arabia Saudita requerirá 7.500 km de tuberías para el transporte de agua dulce y más de 28.000 km para tubos de evacuación de aguas residuales.

La industria minorista está en auge en Arabia Saudita y esta expansión está creando enormes oportunidades para nuevos productos y servicios, que a su vez, ha creado una intensa competencia entre marcas, distribuidores, vendedores y otros proveedores de servicios.

Otro sector que está siendo fuertemente impulsado es el sector de la salud a través de la construcción de más hospitales y el mejoramiento de los existentes. El sector privado saudita es un gran contribuyente al crecimiento de este sector.

Arabia Saudita es el mayor importador de productos agrícolas, del mar y forestales entre los miembros del CCG. El potencial para la producción agrícola está limitado en Arabia Saudita debido a la falta de tierras cultivables (menos del 2%) y la escasez de recursos hídricos. Por lo tanto, las importaciones de alimentos seguirán siendo fuertes y crecerán proporcionalmente con la población. Especial consideración merecen los productos lácteos, la fruta fresca y los frutos secos.



PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Dado el acuerdo suscrito con la Unión Aduanera de los países del CCG, Arabia Saudita impone un arancel de importación del 5% sobre el valor C.I.F. (costo, seguro y carga) de la factura para la mayoría de los productos importados, incluyendo aquellos alimentarios.

El GCC ha aprobado exenciones para aproximadamente 400 productos incluidos los productos alimentarios básicos, tales como: animales vivos, frutas frescas y verduras, productos del mar, te, azúcar, trigo, harina, arroz, cereales forrajeros, especias, semillas para la siembra y leche en polvo, las importaciones diplomáticas y consulares, militares y de productos de seguridad, aviación civil, efectos personales y artículos de uso doméstico, equipaje y regalos de pasajeros, bienes destinados a la beneficencia, buques y otras embarcaciones para el transporte de pasajeros, plataformas flotantes, metales preciosos sin trabajar, computadoras, entre otros productos, y aquellos que se utilizarán para proyectos industriales. Además, algunos productos también pueden ser admitidos temporalmente sin arancel de importación, como: productos semi-terminados, productos y maquinarias a ser utilizados en exposiciones y eventos de carácter temporal, equipos importados para su reparación, y muestras comerciales.

Aranceles protectores del 12, 20 o 25 por ciento son aplicables a productos de fabricación local, como son jabones, leche de larga duración, harina de trigo, cementos, tuberías de acero, aceites lubricantes, algunos muebles, dulces y galletas.

Existe también arancel especial del 100% que grava las importaciones de cigarrillos y tabacos.

Determinadas importaciones requieren un permiso especial y se refieren a los siguientes productos: Semillas y plantas vivas de la agricultura, libros, periódicos, películas y cintas, especialmente las de carácter religioso, ciertos productos químicos y farmacéuticos, perfumes.

Las únicas restricciones que actualmente se imponen al comercio internacional en Arabia Saudita son por motivos religiosos, sanitarios y de defensa (prohibida la importación de alcohol, cerdo, juegos de azar, material pornográfico, drogas, armas, etc.).

Chile no posee aranceles preferenciales de ingreso de productos al Reino de Arabia Saudita. El arancel para las partidas analizadas en este estudio es del 5%, teniendo todos los productos libre acceso a cualquier país del Consejo de Cooperación del Golfo en la medida que el 40% del costo de los productos sea atribuible a procesos realizados en Arabia Saudita.

En Arabia Saudita no existe el Impuesto a la Renta de las Personas Físicas, ni Impuesto de Valor agregado a los productos. El país ha reducido el gravamen de Impuesto de Sociedades aplicable a los proyectos de inversión extranjera aprobados del 45% al 20%.

Desde enero de 2004, el Impuesto de Sociedades es del 20% para inversiones extranjeras a través de establecimiento permanente. Para inversiones relacionadas con gas natural, el tipo impositivo es el 30%. En extracción de hidrocarburos el tipo impositivo es del 85%. Las posibles pérdidas se pueden trasladar al año siguiente a efectos de reducir la base imponible.

2. NORMATIVAS

El importador, los agentes y representantes han de ser de nacionalidad Saudita. Su actividad y contratos de agencia deben registrarse en el Ministerio de Comercio.

Actualmente, la Organización de Estándares de Arabia Saudita (SASO)¹ es la única organización saudita encargada de establecer los estándares nacionales para commodities (materias primas) y productos, medidas, métodos de prueba, símbolos meteorológicos y terminología, definiciones de commodities, medidas de seguridad, y pruebas medioambientales.

Mientras los estándares son fijados por SASO, los laboratorios del Ministerio de Industria y Comercio Saudí, se encargan de examinar la mayoría de los productos alimenticios procesados y empaquetados en los diferentes puertos de entrada.

Es conveniente recabar información ante el importador local o bien directamente a SASO sobre las normas y requisitos técnicos y de calidad a los que está sometido el producto a exportar.

Para la exportación a Arabia Saudita de mercancías afectadas por normas y estándares sauditas, las partidas han de venir acompañadas por un certificado de conformidad emitido por laboratorios especializados y acreditados en Chile.

Todos los bienes importados deben cumplir con las normas sauditas aprobadas. En ausencia de normas locales, los países del CCG adoptan generalmente los estándares internacionales como “Codex Alimentarius” o las normativas de la Unión Europea. Muchas de estas normas sauditas son aplicables en otros países del Golfo.

¹ SASO: Saudi Arabian Standards Organization. Website: www.saso.org.sa

3. CERTIFICACIONES

Los certificados requeridos son:

- Certificado del país exportador que indique que el envío está en conformidad con las especificaciones aprobadas para Arabia Saudita o especificaciones internacionales.
- Certificado de origen (versión original) legalizado por la Cámara de Comercio en el país exportador.
- Certificado sanitario: Este certificado se debe solicitar a las autoridades veterinarias competentes para ser certificado posteriormente por la Cámara de Comercio pertinente.

Chile en este momento está en proceso para obtener la certificación del Centro Islámico de Chile como centro autorizado para extender la certificación Halal a las exportaciones de carne de vacuno y ovina. Todas las importaciones de este tipo requieren certificación Halal de la matanza acreditado por un Centro Islámico en el país de origen.

4. ETIQUETADOS

Los requisitos relativos al etiquetado vienen regulados por el Gulf Standard 9/1995, que es una amplia norma del Consejo de Cooperación del Golfo, y que fue preparado por el Estado de Kuwait.

La ley que regula los requisitos generales sobre envasado de alimentos fue emitida en Saudí Arabia en el año 1997 N°. SSA 1149/1997.

Adicionalmente, la norma N°. SASO 1301/1997 trata de especificaciones para envases de plástico para envasar alimentos. Sus tres páginas establecen límites entre los que se encuentra que la concentración de monomer cloridio vinilo del material del plástico no debe superar 1 mg por Kg, o 0.01 mg por Kg si el envase es de PVC.

Requisitos Generales:

- Las etiquetas de los productos de alimentación envasados deben estar en lengua árabe.
- Cuando se emplea alguna lengua más, aparte de la árabe, en el etiquetado, la información descrita en los otros idiomas debe ser la misma que la descrita en lengua árabe. En la práctica, una etiqueta adhesiva incorporada al etiquetado original del producto es suficiente, aunque debido al clima del país se recomienda el uso de la serigrafía.
- En caso de productos de alimentación que contengan grasas animales, carne y derivados de la carne, secreciones y sus productos (como la gelatina), debe declararse el tipo de animal del que procede, recordando declarar también en la etiqueta que están legalmente permitidos.
- En caso de alimentos envasados preparados para la alimentación de animales, se debe señalar: “NO APTO PARA CONSUMO HUMANO” o “ESPECIAL PARA LA ALIMENTACIÓN DE ANIMALES”.
- Los contenidos mínimos que deben tener las etiquetas son:
 - Nombre del producto: específico y no genérico. No deben ser usados nombres y frases provocativas para la religión islámica, así como símbolos y marcas prohibidas en los países islámicos, como la señal de la cruz, etc.

- Lista de ingredientes: completa en orden descendiente de proporción, incluyendo los aditivos permitidos según los estándares y legislación saudíes o internacionales como los conservantes, colorantes, etc.
 - Contenido neto en unidades métricas (volumen para los líquidos).
 - Nombre y dirección del fabricante, envasador, distribuidor, importador, exportador o vendedor.
 - Instrucciones especiales de almacenamiento, transporte y preparación, si proceden.
 - Aditivos.
 - País de origen.
 - Vida útil: la vida útil sólo puede ser expresada declarando de forma clara y no ambigua las fechas de producción y de caducidad. Está permitido el empleo de las siguientes maneras de expresar fecha de caducidad:
 - Fecha de caducidad (dd/mm/aa)
 - Use by (fecha)
 - Fit fordesde la fecha de producción
 - Use before.....(fecha)
 - Sell by.....(fecha)
 - Se entiende que la fecha de producción es el primer día del mes especificado y la fecha de caducidad el último día del mes especificado en último lugar (ejemplo: un producto con vida útil de 1 año sería mostrado como Jan.08 - Dec.08).
 - Las sobreimpresiones, impresiones o estampados que se puedan borrar, de cualquiera de las fechas que tengan relación con las fechas que señalan la vida útil de los productos, no están permitidas. De todas formas (si bien se recomienda el uso de la serigrafía) un único adhesivo que proporcione en árabe toda la información contenida en la etiqueta original está permitido en un producto envasado, siempre y cuando el adhesivo no cubra u oculte los detalles de la etiqueta original. Los materiales y métodos de envasado deberían ser adecuados para evitar cualquier reacción del material con que se envasa y su contenido.
 - Productos que no tienen una fecha específica de caducidad. Para aquellos productos que no tienen una fecha específica de caducidad como la sal, las especias, el arroz, etc. solamente se mostrará la fecha de producción como dd/mm/aa.
- A modo de consejo, se recomienda que, a la hora de organizar un pedido para un importador saudita, el exportador contraste con él la información contenida en su propia etiqueta, incluyendo fechas de producción y caducidad.

Requisitos específicos:

Además de los requisitos establecidos en el reglamento GCC 9/1995, para aditivos alimentarios y antioxidantes usados en alimentación se debe declarar en el etiquetado la siguiente información:

- Para colorantes, sus mezclas, preparaciones y diluyentes empleados en alimentos, se debe declarar la siguiente información adicional:
 - Nombre común.
 - Número índice del color.
 - Nombre del disolvente o diluyente.
 - Fechas de producción y caducidad en una manera no codificada (día-mes-año).

- Pureza del tinte.
- La declaración “Free from alcohol” (“Libre de alcohol”).
- La declaración “Color matter for use in foodstuffs” (“Colorante para uso alimentario”).
- Para los aromas permitidos para uso alimentario, deben declararse en los envases de los alimentos el nombre común y código numérico (si está disponible) de los aromas contenidos.
- Para los conservantes permitidos para uso alimentario, nombre común o número EEC y la declaración “Preservative for use in food products” en caso de recipientes que los contengan.
- Para emulsificantes, estabilizantes y espesantes permitidos para uso alimentario, se debe declarar la siguiente información adicional:
 - Nombre común o número EEC.
 - En caso de gelatina, lecitinas y mono y diglicéridos, se debe mencionar el origen de los mismos.
- Para los edulcorantes permitidos para uso alimentario:
 - El nombre de los edulcorantes o números INS.
 - Alimentos formulados específicamente para su uso por diabéticos o para otros usos nutricionales especiales deben contener la declaración “Food for special dietary use or Food for diabetic” (“Alimento para diabéticos o para uso dietética especial”).
 - La cantidad de materias edulcorantes, mg/litro o kg. En caso de usar una combinación de edulcorantes, la cantidad de cada uno de ellos en esa combinación debe ser declarada.

5. TRÁMITES ADUANEROS

Para desaduanar las mercancías en los puertos o fronteras de Arabia Saudita, los importadores deberán presentar la siguiente documentación de importación a la Aduana:

- Licencia de importación.
- Sólo en el caso de containers, orden de entrega. (Delivery order)
- Declaración de ingreso o aérea (Bill of entry o Airway bill)
- Factura de entrada o boleto de flete aéreo.
- Lista de empaque de la carga (Packing list).
- Certificado de país de origen.
- Certificado sanitario extendido por el SAG, el cual verifique que el alimento es apto para consumo humano.

El certificado de origen debe estar emitido por el productor o por el exportador y contener el nombre, nacionalidad y datos de los productores de cada artículo. Los documentos de expedición (factura, packing list y certificado de origen) deben estar sellados antes de la expedición, por la Cámara de Comercio. Las facturas obligatoriamente deben contener: el peso neto de los productos, su composición, la fecha de fabricación, la fecha de caducidad y el lugar de embarque así como el código aduanero, el cual debe figurar en el packing list.

Por requerimientos de las aduanas saudíes, el importador debe traducir la factura comercial al árabe y entregársela a su agente de aduanas para que con el resto de documentos comience a desaduanar. Tras ello y en menos de 10 días se desaduanaran los contenedores. La autenticidad de los documentos es responsabilidad del exportador y deben estar escritos en lengua árabe.

Toda exportación realizada a Arabia Saudita necesita un seguro.

Si un producto es rechazado por uno de los laboratorios del Ministerio de Comercio e Industria Saudita, el importador puede apelar para que se realice un nuevo test al Director General del Departamento de Inspecciones y Control de Calidad del Ministerio. Si se acepta la apelación, el Director General solicitará realizarse el análisis por otro laboratorio del Ministerio de otra ciudad portuaria. Si el segundo test autentifica el resultado del primero, se le obliga al exportador a sacar el producto del país o a destruirlo.

Los productos que violan estas leyes pueden ser rechazados en el puerto de entrada por los laboratorios de control de calidad. Además, los productos que llegan al país con periodos cortos antes de la caducidad serán rechazados y prohibidos generalmente a la venta en el mercado.

IV. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Arabia Saudita, junto a otros países de la región, han experimentado un proceso de urbanización y crecimiento demográfico bastante acelerado debido a los recursos generados por los ingresos del petróleo y gas, lo cual ha generado un grupo de consumidores con alto poder adquisitivo, lo que permite que se generen las condiciones para mantener una demanda de productos y servicios pujante en la actualidad y en los próximos años. La población saudita está creciendo a alrededor de 3% anual y es de esperar que se duplique en 20 años.

A continuación, algunos antecedentes del mercado:

- En términos de cadenas multinacionales, Carrefour y Casino están presentes en el país. Alrededor del 85% de todos los alimentos vendidos en tiendas minoristas son importados.
- La industria alimentaria de importación está equipada con modernas instalaciones de almacenamiento en frío.
- El cenar en restaurantes de comida rápida es popular y es la principal forma de entretenimiento para la familia saudita. Cadenas de comida como KFC, Burger King, McDonald's, Chili's, Fuddruckers, y las cadenas locales, como Herí, Al-Beck, Taza, Dajen y Kudo seguir ampliando y se encuentran en las principales zonas urbanas.
- Cada año 7 millones de peregrinos musulmanes (de los cuales 1,5 millones son extranjeros) visitan La Meca entre dos semanas y dos meses, incrementando la demanda por alojamiento y comida durante ese periodo. Una tendencia reciente ha sido un aumento en el número de complejos turísticos y restaurantes en el país.
- El alcohol está prohibido en Arabia Saudita. Como resultado de tales prohibiciones, los volúmenes de ventas de productos sustitutos han aumentado.

- El gobierno, a través de planes de financiamiento y subvenciones apoya a empresas nacionales procesadoras de alimentos, las que dependen de la importación de materia prima.
- Las compras en supermercado están consideradas como una forma de entretenimiento para la familia saudita. Donde la proliferación de hipermercados ha aumentado notablemente.
- Hipermercados, cadenas de supermercados y otros minoristas dependen enormemente de los importadores locales. Algunas cadenas de supermercados importan una parte directamente.
- Exportadores deben estar conscientes de riesgos como el boicot de productos.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Los habitantes de los distintos países del Golfo Pérsico están comenzando a experimentar nuevos tipos de comidas, esto es atribuido a los frecuentes viajes de negocios y turismo que nacionales y extranjeros están realizando. 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. Dado esto último, especial atención merecen los productos de calidad Premium, productos gourmet, productos orgánicos y productos saludables, que no sólo son altamente demandados por los extranjeros sino también por los locales.

El creciente desarrollo de restaurantes y locales de comida rápida se explica por los cambios demográficos y en el estilo de vida, ya que un gran segmento de los expatriados que viven en Arabia Saudita se alimenta casi exclusivamente en restaurantes. Casi 2/3 de la población es menor de 30 años, y prefiere al estilo occidental para el consumo los alimentos.

Los consumidores saudíes quieren probar nuevos productos y está haciendo compras con mayor frecuencia en supermercados.

Si bien, esta es una región con alto poder adquisitivo, no se debe olvidar que existen otras variables importantes a analizar, como el tamaño del mercado, la composición étnica de sus habitantes, las costumbres y tradiciones locales, entre otras.

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Los empresarios árabes en general son hábiles negociadores, compradores exigentes, que examinan con mirada crítica la calidad, la presentación, el precio y la imagen de los productos importados.

Para hacer negocios en los países árabes se debe tener paciencia. Es muy probable que necesite hacer varias visitas al país hasta que pueda lograr su objetivo. No hay que desalentarse si no se cierran negocios en la primera visita, se debe responder rápidamente incluso si ellos no lo han hecho, y se debe tener siempre presente cortesía y sentido común en este mercado.

La relación personal es fundamental. Si ésta es buena, con el tiempo, su cliente-socio depositará en usted una confianza abrumadora. Intente comprender sus puntos de vista. Si tras unos contactos iniciales estima que puede eventualmente alcanzar un acuerdo, sea muy generoso en el uso de su tiempo. Su interlocutor lo será con usted y espera sentirse correspondido.

4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

La forma de negociación local tiene similitudes con la forma de negociación occidental, no obstante poseen ciertas particularidades que no deben ser desatendidas:

- Este no es un mercado en que los negocios se den con rapidez o facilidad, es fundamental construir relaciones personales para tener éxito en Arabia Saudita y en general en Medio Oriente.
- Es muy importante ser rápido en dar respuesta a los requerimientos de la contraparte.
- Al igual que en la mayoría de los países del Medio Oriente, las reuniones de negocios pueden retrasarse, posponerse, ser interrumpidas o extenderse más de la cuenta. No obstante, el empresario chileno debe arribar puntualmente a todas las reuniones y citas.
- Consideran que la paciencia es una virtud y creen que sin importar de quien se trate todos pueden esperar. Las muestras de ansiedad no son bien vistas y las reuniones no deben finalizarse en forma abrupta, debido un poco a la costumbre local y al ritmo de vida mucho más pausado.
- Evite ser tajante en sus puntos de vista, puesto que puede ser considerado como signo de inflexibilidad. Sea conciso y directo. Recuerde que un sí no necesariamente significa aceptación. Puede significar “sí, lo escuché”.
- Durante las negociaciones es probable que la contraparte saudí no se atreva a decir que no en su cara. No obstante, una vez que se ha llegado a un acuerdo y tienen real interés en concretar un negocio, su palabra es tan firme y tan válida como un contrato. Esto quizás sea un poco perturbador para los negociadores occidentales no familiarizados con los contratos verbales.
- Una vez que se tocan los puntos importantes dentro de la negociaciones, no se produce un cambio brusco de actitud hacia una postura seria, arisca o prepotente, sino que se mantiene el ambiente relajado y el buen humor incluso para cerrar los detalles más críticos como pueden ser precios o plazos de entrega.
- Intente que visiten su empresa. Es el mejor método para potenciar la proyección de su empresa.
- En muchas ocasiones, la separación entre actividades públicas y privadas es difusa. Téngalo en cuenta a la hora de plantearse la elección de un distribuidor especializado.
- Tenga en cuenta que el día jueves y viernes de cada semana no se trabaja en Arabia Saudita y es muy poco probable que deseen agendar una reunión de negocios durante el fin de semana, pues prefieren dedicar ese tiempo a sus familias.

5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Para tener éxito en un mercado que es cada vez más competitivo, cualquier empresa debería realizar una investigación de mercado e identificar el nicho al que se quiere dirigir y desarrollar un plan de negocios estructurado, analizando la complejidad del mercado, su tamaño, extensión geográfica, entre otros factores. Dado que la mayoría de los artículos importados por Arabia Saudita, llegan primero a Dubai (Emiratos Árabes Unidos) para luego ser re-exportados a ese mercado, se recomienda analizar la posibilidad de abordar el mercado saudí junto a otros países de la región, ya que existen una serie de similitudes entre los países del CCG dado que importan una proporción sustancial de los productos consumidos internamente.

Se recomienda además visitar el mercado y, en lo posible, exhibir en las principales ferias del país y la región, las cuales son generalmente visitadas por numerosas empresas de todo Oriente Medio, Asia y norte de África, así como también por empresas europeas.

El contacto personal es indispensable para iniciar un negocio. Es la única manera de conseguir un acuerdo sólido y duradero en la zona. Conviene estar dispuesto al principio a recibir pedidos menores de los deseados, compartiendo el transporte con otros proveedores o a realizar lotes con más de un producto, e incluso hacer esfuerzos de ajuste de precios.

El desarrollo de relaciones comerciales con enfoque de largo plazo es una forma más efectiva para abordar el mercado saudí y también la región formada por los países del CCG. De esta manera, la contraparte local también puede aprovechar las ventajas comparativas que ofrece Chile respecto a su materia prima y acceso a nuevos mercados a través de los acuerdos de libre comercio negociados por Chile con otros países.

Con respecto a la comercialización, conviene tener en cuenta también a distribuidores de categoría intermedia y no limitarse sólo a los más grandes del sector, ya que éstos suelen tener relaciones sólidas con otros competidores.

La figura comercial principal para introducirse en el mercado saudí son importador-distribuidor y el agente, bastante por delante de la franquicia o la inversión directa. El proceso de selección es muy importante y debe llevarse con rigor, ya que de ello puede depender en buena medida el éxito en este mercado. Asimismo es preciso tener en cuenta las dificultades legales a las que se podría llegar en caso de conflicto, al tratarse de un sistema jurídico muy distinto al occidental.

Una vez elegido el importador, distribuidor o agente es necesaria una interrelación fluida con apoyo y viajes frecuentes al país.

Todo contrato de agencia / de distribución exclusiva debería seguir el formato estándar aprobado por el Ministerio de Comercio. Los contratos de agencia comerciales sometidos al registro deben dirigir todos los asuntos tratados en el formulario del Ministerio. Deben especificar si el agente solicitará negocio para el principal extranjero a cambio de una comisión o comprar bienes a un principal extranjero para vender por su propia cuenta.

Vale mencionar que numerosos importadores de alimentos son también distribuidores, mayoristas y minoristas a la vez.

Joint Venture. En la actualidad, continúa sin permitirse la propiedad privada del terreno a ningún extranjero, si bien desde 2002 se autoriza el que los inversores privados extranjeros puedan ser propietarios del 100% del capital en la mayoría de los sectores económicos. Sin embargo, la joint venture sigue siendo una alternativa bastante habitual, por el conocimiento que puede aportar el socio local.

Vender al Gobierno de Arabia Saudita. Prácticamente todas las compras gubernamentales se llevan a cabo mediante una licitación local y en la mayoría de los casos, sólo las empresas saudíes pueden licitar. Por consiguiente, las empresas extranjeras necesitarán a un agente saudí para licitar en su nombre.

La base de la diferenciación es la creación de un sello con el que el consumidor pueda identificar nuestros productos a través de la innovación, la exclusividad, la calidad o el envase. Es necesario crear una imagen de referencia de la compañía y entre todos elaborar una imagen-país en la que el consumidor de los emiratos pueda confiar.

La estrategia de promoción más destacada y utilizada es la participación en ferias del rubro. Estas ferias van dirigidas a los profesionales, y por lo tanto, se destacan los aspectos cualitativos de los productos. Para generar nuevos negocios los importadores y distribuidores suelen acudir a ferias del golfo, principalmente la feria Gulfood que se realiza en Emiratos Árabes Unidos en Febrero de cada año e incluso a ferias europeas, en busca de nuevos proveedores.

6. NORMAS DE PROTOCOLO

Durante las reuniones, los saludos y presentaciones pueden durar varios minutos, por lo cual es aconsejable ser pacientes y disfrutar la conversación, ya que es muy mal visto comenzar a hablar de negocios directamente. Es preferible esperar a que sean ellos quienes entren en materia.

La mujer debe usar, en público, la "abaya" (túnica talar de color negro), y un velo. A los hombres les está prohibido llevar pantalones cortos o bermudas y salir en público con una mujer salvo que existan lazos familiares.

Para los hombres lo correcto es vestir de traje y corbata. Es muy importante cuidar la imagen y lucir un buen peinado. En Arabia Saudita descubrirán que vestir impecablemente es una regla general. Todos los edificios cuentan con excelentes sistemas de aire acondicionado, por lo que se aconseja llevar un blazer o una chaqueta a las reuniones pues el ambiente puede resultar un poco frío, sobre todo en invierno.

V ■ INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

- **Ministerio de Industria y Comercio**
P.O. Box 1774
Riyadh 11162
Tel: +966-1-401-2222 / 401-4708
Fax: +966-1-403-8421 / 402-6640
info@commerce.gov.sa
www.commerce.gov.sa

- **Ministerio de Agricultura**
P.O. Box 2639
Riyadh 11195
Tel: +966-1-401-6666 / 401-2777
Fax: +966-1-403-1415 / 404-4592
www.agrwat.gov.sa

- **Comisión Superior del Turismo**
P.O. Box 66680
Riyadh 11586
Tel: 966-1-480-8855
Fax: 966-1-480-8844
www.sct.gov.sa

- **Autoridad General de Inversiones de Arabia Saudita (SAGIA)**
P.O. Box 5927
Riyadh 11432
Tel: 966-1-456-7688
Fax: 966-1-456-9875 / 456-7545 / 456-1103
aahassan@sagia.gov.sa
www.sagia.gov.sa

- **Organización de Estándares de Arabia Saudita (SASO)**

P.O. Box 3437

Riyadh 11471

Tel: 966-1-452-0000

Fax: 966-1-452-0086

Centro de Información: Tel: 966-1-452-0132

Fax: 966-1-452-0193

enquiries@saso.org.sa

www.saso.org.sa

2. PUBLICACIONES

- **Caterer Middle East, Hotelier Middle East, and Retail News Middle East.**

www.itp.com

- **Asia and Middle East Food Trade magazine provides information on food and beverage Products.**

www.ameft.com/home.phtml

- **Sitio de Noticias Comerciales Zawya**

www.zawya.com

- **Fedeagro**

www.fedeagro.org

3. CÁMARAS Y ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

- **Consejo de Cámaras de Comercio de Arabia Saudita**

www.saudichambers.org.sa

- **Cámara de Comercio e Industria de Riyadh**

www.riyadhchamber.org.sa

- **Cámara de Comercio e Industria de Jeddah**

www.jcci.org.sa

- **Cámara de Comercio e Industria de la Región Oriental - (Dhahran)**

www.chamber.org.sa

4. FERIAS COMERCIALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

Para abordar este mercado, se recomienda visitar y, en lo posible, exhibir en alguna de las principales ferias que se realizan tanto en Arabia Saudita como en algún otro país miembro del GCC. Las ferias

ofrecen la mejor oportunidad para darse a conocer. Estas ferias pueden ser medios muy efectivos para llamar la atención sobre todo para nuevas líneas de productos, nuevas marcas o nuevos fabricantes, ya que permiten la interacción entre fabricantes, potenciales clientes y consumidores.

La principal feria de alimentos de la región es Gulfood Exhibition, la cual se realiza cada año a fines de febrero en Dubai, Emiratos Árabes Unidos. A ella asisten numerosas empresas de todo Oriente Medio, Asia y del norte de África, así como también empresas europeas. La potencialidad y concurrencia a esta feria es tan relevante para el mercado saudí como para los otros mercados del golfo, sin importar que no esté localizada en Arabia Saudita.

Si hay interés en el sector de la salud, se recomienda visitar la feria Arab Health también en Dubai, la cual es la mayor exhibición (y conferencia) de ese sector en la región y atrae visitantes de diversos países, en especial de Medio Oriente, Norte de África, Asia y Europa. Con la participación internacional en continuo aumento, casi el 24% de visitantes en Arab Health 2009 procedían de fuera de Medio Oriente.

Las ferias en Arabia Saudita no son muy visitadas debido a la dificultad para obtener visas de ingreso. Es por esto que es mucho mejor abordar el mercado desde ferias en el extranjero visitadas ampliamente por los empresarios saudíes como es el caso de la feria Gulfood en EAU, acompañado de misiones comerciales al Reino durante el resto del año.

Finalmente, se detallan las principales ferias comerciales que se realizan en Emiratos Árabes Unidos, las cuales son visitadas por empresarios de Arabia Saudita y de otros países de la región:

- **Arab Health**
Sector: Salud
Fecha: Fines de Enero
Lugar: Dubai International Convention & Exhibition Centre, Dubai, EAU
Website: www.arabhealthonline.com

- **Gulfood, Hotel & Equipment Exhibition And Salon Culinaire**
Sector: Alimentos
Fecha: Fines de Febrero
Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
Website: <http://www.gulfood.com>

- **Arabian Travel Market**
Sector: Turismo
Fecha: Comienzos de Marzo
Lugar: Dubai International Convention & Exhibition Centre, Dubai, EAU
Website: <http://www.arabiantravelmarket.com>

- **Dubai Wood Show**
Sector: Madera
Fecha: Comienzos de Abril
Lugar: Aeropuerto Internacional de Dubai, Dubai, EAU.
Website: <http://www.dubaiwoodshow.com>

- **Specialty Food Festival**

Sector: productos gourmet, orgánicos y Halal.

Fecha: 25-27 de Octubre 2011

Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.

Website: <http://www.speciality.ae>