

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON EMIRATOS ARABES UNIDOS

## 1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

### 1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

Emiratos Árabes Unidos pasó a ser miembro de la Organización Mundial del Comercio el 10 de abril de 1996 y otorga el tratamiento de nación más favorecida (MFN) a todos sus socios comerciales, con excepción de Israel.

En cuanto a acuerdos regionales, en 1981 se crea el Consejo de Cooperación del Golfo (GCC), compuesto por Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Omán, Qatar, Kuwait y Bahrein. Desde el 2003 son una unión aduanera, implementado de manera conjunta medidas en las áreas de economía, turismo, comercio, aduanas, legislación y administración.

Además EAU es miembro del GAFTA (Zona de libre comercio Árabe) desde el 8 de marzo de 1994. Programa que facilita el desarrollo y comercio entre los países miembro: CCG más Argelia, Egipto, Iraq, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Somalia, Sudán, Siria, Túnez y Yemen.

En el año 2009, EAU decidió eliminar las negociaciones bilaterales de acuerdos de libre comercio por orden oficial de la secretaría general del GCC. EAU alcanzó a negociar un FTA con Marruecos y luego definieron que sólo negociarían desde esa fecha como bloque. Desde esa fecha los países miembros del GCC buscan activamente estrechar sus vínculos de comercio tanto a nivel individual como grupal. En la actualidad se encuentran en negociaciones con la Unión Europea, Japón, Estados Unidos, India, Turquía, China y MERCOSUR, entre otros.

El único acuerdo firmado entre Chile y EAU radica en el área de servicios aéreos, donde se firmó un acuerdo de cielos abiertos entre ambas naciones.

### 2. COMERCIO CON CHILE

En materia de comercio internacional, Chile centra sus exportaciones a EAU en 3 grandes industrias: Madera, Alimentos y Minería, representando el 41,1 % de las exportaciones (2015). En cuanto a las exportaciones de EAU a Chile, la industria Química (Polímeros) representa más del 60% de las exportaciones.

## EXPORTACIONES A EAU 2015

Nº	Producto	En US\$	% Participación
1	MADERA DE PINO INSIGNE SIMPLEMENTE ASERRADA.	18,287,351	19.8
2	YODO.	12,151,800	13.2
3	NUECES DE NOGAL CON CASCARA, FRESCAS O SECAS.	7,503,233	8.1
4	LAS DEMAS MANZANAS VARIEDAD ROYAL GALA FRESCAS.	7,395,158	8.0
5	LOS DEMAS KIWIS FRESCOS.	4,640,063	5.0
6	LOS DEMAS APARATOS ELEVADORES O TRANSPORTADORES, DE ACCION CONTINUA, PARA MERCANCIAS.	4,441,861	4.8
7	NUECES DE NOGAL SIN CASCARA ENTERAS, FRESCA O SECAS.	3,397,060	3.7
8	FILETES DE SALMONES DEL ATLANTICO Y SALMONES DEL DANUBIO CONGELADOS.	2,416,651	2.6
9	LOS DEMAS VINOS CABERNET SAUVIGNON CON DENOMINACION DE ORIGEN.	2,256,007	2.4
10	LAS DEMAS UVAS RED GLOBE FRESCAS.	2,013,613	2.2
<b>SUBTOTAL</b>		<b>64,502,797</b>	<b>69.8</b>
<b>RESTO</b>		<b>27,904,898</b>	<b>30.20</b>
<b>TOTAL</b>		<b>92,407,694</b>	<b>100.0</b>

Fuente: ProChile, Webcomex 2015

## IMPORTACIONES A CHILE 2015

Nº	Descripción	Monto(US\$)	% Participacion
1	POLIETILENO DE DENSIDAD SUPERIOR O IGUAL A 0,94, EN FORMA PRIMARIA.	3,728,677	24.1
2	POLIETILENO DE DENSIDAD INFERIOR A 0.94, LINEAL, EN FORMA PRIMARIA.	2,299,772	14.9
3	LOS DEMAS ACUMULADORES DE PLOMO.	2,093,051	13.5
4	MATERIAL DE ANDAMIAJE, ENCOFRADO, APEO O APUNTALAMIENTO, DE FUNDICION, HIERRO O ACERO.	714,167	4.6
5	LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLASTICO NO CELULAR Y SIN REFUERZO, ESTRATIFICACION NI SOPORTE, DE POLIMEROS DE PROPILENO, DE ESPESOR INFERIOR O IGUAL A 0,10 MM.	711,468	4.6
6	LAS DEMAS PLACAS Y BALDOSAS, DE GRES.	670,435	4.3
7	LOS DEMAS POLIMEROS DE ETILENO EN FORMAS PRIMARIAS.	506,992	3.3
8	LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES DE LAS PARTIDAS 87.01 A 87.05.	324,534	2.1
9	PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR.	295,575	1.9
10	LAS DEMAS MATERIAS COLORANTES Y LAS DEMAS PREPARACIONES.	273,675	1.8
<b>SUBTOTAL</b>		<b>11,618,345</b>	<b>75.2</b>
<b>RESTO</b>		<b>3,838,036</b>	<b>24.83</b>
<b>TOTAL</b>		<b>15,456,381</b>	<b>100.0</b>

Fuente: ProChile, Webcomex 2015

### 3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A EMIRATOS ÁRABES UNIDOS DE:

EAU un país netamente importador y re-exportador de productos. Sus principales importaciones provienen de China (16,2%), India (13,7%) y Estados Unidos (9,2%). El año 2014, Chile ocupó la posición número 64<sup>1</sup> en la lista de países importadores a EAU, retrocediendo 8 lugares en comparación al año 2012 donde ocupaba en lugar 56.

### 4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS

Emiratos Árabes Unidos es un país con muy baja producción de alimentos debido principalmente a las condiciones climáticas desfavorables para el cultivo de frutas/ verduras y el alto costo de la mano de obra. Es por lo tanto un

<sup>1</sup> [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx)

país que sigue siendo altamente dependiente de las importaciones de alimentos y bebidas para satisfacer las necesidades de su creciente población. Adicionalmente, debido a los ingresos obtenidos por el petróleo, han invertido constantemente en infraestructura que permita sustentar el gran número de importaciones, compensando de esta manera el déficit en producción, convirtiéndolo también en el país clave para el almacenaje y reexportación de productos a países vecinos.

Para los productos y servicios Chilenos existen 2 importantes segmentos de consumidores en EAU. En primer lugar está el consumidor local (Emiraties) que representa el 13% de la población y el cual posee alto poder adquisitivo y es muy sensible a la marca de los productos y servicios. En segundo lugar está el inmigrante/expatriado de origen Europeo o Americano con poder adquisitivo medio/alto y que busca productos “originales” o innovadores y de calidad.

Si bien el volumen de turistas que visitan Dubái ha decrecido en el último año (2015), la tasa de ocupación de los hoteles continúan por sobre el 85 % de ocupación, manteniendo este segmento como uno de los consumidores claves en el país.

### Alimentos y Bebidas

Los principales motores del crecimiento de este sector son el crecimiento demográfico y el aumento de los ingresos disponibles, impulsado por el fuerte crecimiento continuo de la economía. EAU también se ha beneficiado de la continua inestabilidad en el resto de la región, con un notable aumento en el número de turistas.

Si bien la crisis económica global afectó el gasto en Dubái, el segmento de altos ingresos de locales y de gran parte población extranjera sigue siendo muy estable.

Con las tasas de obesidad y estilo de vida sedentario de los árabes, la diabetes afecta actualmente a un cuarto de la población adulta; los Emiratos Árabes Unidos están buscando formas para promover la alimentación saludable como frutas y verduras frescas.

El segmento de alimentos halal sigue creciendo en Medio Oriente y las perspectivas a largo plazo para la industria son alentadoras, donde la población musulmana en el mundo representa cerca del 25 % de la población mundial. Muchos de estos productos están siendo importados de países como Australia, Nueva Zelanda, Irlanda, Brasil, Canadá y EE.UU.

Cabe mencionar que se debe monitorear las oportunidades en Arabia Saudita, que trimestre a trimestre, sigue reflejando su fuerza relativa, y es el único mercado en la región del Golfo que proporciona oportunidades de crecimiento realmente interesantes a largo plazo. Factores clave son su riqueza y su gran población de aproximadamente 30 millones de habitantes, representando unos dos tercios de la población total de la región del Golfo Árabe.

Si bien existe demanda por alimentos en general, es un mercado competitivo, sensible al desarrollo de marca para productos sofisticados y al precio para aquellos más competitivos. No obstante dada la calidad y competitividad de los alimentos y bebidas de Chile se observan oportunidades para:

**Subsector Vinos:** Existe oportunidad para penetrar el mercado HORECA, pero se aprecia muy poco espacio para nuevas viñas en los Emiratos, pues se han ido llenando todos los nichos, entendiéndose que es en los Emiratos del Norte donde existe un mayor volumen de ventas en las tiendas retail.

**Subsector Productos del mar:** Existe oportunidad para aumentar la penetración del salmón congelado y para introducir el salmón fresco. También se ha aumentado el conocimiento de importadores dispuestos a importar directo contenedores consolidados donde tienen oportunidad el bacalao de profundidad y los mejillones principalmente.

---

<sup>2</sup> <http://www.arabianbusiness.com/dubai-hotels-face-new-challenges-as-occupancy-rates-fall-590432.html>

**Subsector Frutos secos:** Existen oportunidades para las nueces con cáscara que lidera las exportaciones. Sin embargo las exportaciones de nuez sin cáscara han aumentado en forma sostenida. También para consolidar envíos se presenta demanda para almendras, ciruelas y pasas. Es un mercado que valora el mix de productos.

**Subsector Fruta fresca:** Existen oportunidades para la manzana roja, uvas y kiwis que son los productos de mayor demanda. También, debido al origen y la mejora de la logística aérea, variedades de frutas chilenas como blueberries, naranjas y cerezas ganan lentamente terreno.

**Subsector Productos Gourmet:** Existen claras oportunidades para productos de la categoría “gourmet”, productos con alto grado de diferenciación y con precios sobre la media.

**Subsector Productos Saludables/Orgánicos:** Existe una fuerte tendencia al consumo de productos con alto valor nutricional, sin químicos y con propiedades saludables. El consumo de productos orgánicos es también un nicho altamente rentable.

## Servicios

El sector Servicios es fundamental en la economía emiratí, ya que representa el 74 % del PIB de los Emiratos Árabes Unidos, posicionándolo como el sector de mayor relevancia y donde los subsectores explotación del petróleo y el gas natural (38%), retail (12%), bienes inmuebles/servicios a empresas (9%) y transporte, comunicación y almacenamiento (8%) lideran en participación. Las oportunidades en este sector son bastantes amplias en la medida que se esté dispuesto a instalar operaciones en la zona.

**Subsector Servicios de Medioambiente:** La demanda está liderada por la estrategia de ser un referente en la generación de energía renovable, tratamiento de aguas residuales y equipos de control de la contaminación. Como sucede en otros países, el subsector medioambiental está experimentando un gran crecimiento y se están realizando importantes inversiones en energías alternativas y desalinización del agua. Hay que tener presente que el incremento de su población, la extensión de sus ciudades y la escasez de agua da lugar a que aproximadamente el 80% del agua producida del país se obtenga mediante la desalinización.

**Subsector Servicios de Aplicaciones Móviles:** EAU planea convertirse en la ciudad del mañana, para ello invierte constantemente en el desarrollo de nuevas tecnologías e infraestructura que faciliten la vida de sus ciudadanos y turistas. Las aplicaciones móviles poseen clara oportunidades en la medida que posean alto grado de diferenciación y cuenten con casos de éxito en otros países.

## Industrias

EAU y Arabia Saudita han experimentado un crecimiento en infraestructura explosivo, resultado de la combinación de una dinámica economía de diversificación con los recursos obtenidos del petróleo. No obstante lo anterior, el país se vio envuelto en una crisis el año 2008 que afectó principalmente a Dubái. Actualmente, las inversiones en infraestructura están de vuelta y permiten estimar que seguirán las importaciones de suministros para esta industria, donde Chile posee potencial en el rubro de madera aserrada y derivados de la minería.

**Subsector Madera Aserrada:** La madera aserrada de Chile en EAU tiene una muy buena reputación por su resistencia; por dicha razón es la preferida para las empresas que fabrican pallets y buscan madera de construcción de calidad.

**Sector Minería:** El oro, el yodo y el óxido de boro son algunos de los minerales altamente demandados a nivel local.

## 2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

### 1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Las barreras arancelarias de importación que posee EAU son relativamente bajas, debido a que es un país que no posee una amplia producción de productos. Actualmente, la tasa general de importación es un **5 % del valor C.I.F** (costo, seguro y carga) con la excepción del alcohol que posee un 50% y el tabaco 100%. También existen productos exentos como animales vivos, carne fresca, algunas frutas, granos y en general todo producto no-elaborado.

Específicamente en el sector de alimentos EAU impone un arancel de 5% a todos los productos alimenticios procesados de países no pertenecientes al Consejo de Cooperación del Golfo (GCC).

Para ver listado completo HS visitar el link: <http://www.auhcustoms.gov.ae/hssearch.aspx>

En EAU también existe una extensa lista de productos exentos de aranceles bajo la "Ley de Aduanas Común de los Estados del CCG". Para ver listado completo HS visitar el link: <http://www.gcc-sg.org/eng/index.html>

Los aranceles y las políticas generales de ingreso de productos, se coordinan a través del Consejo Federal de Aduanas. Sin embargo, cada Emirato funciona con su propia autoridad aduanera donde el más activo y estricto es Aduanas de Dubai que da cuenta del 77% en valor de las importaciones.

Más detalles sobre el Consejo Federal de Aduanas: <http://www.customs.ae/En/Home/Pages/default.aspx>

Más detalles sobre Aduanas de Dubai: <http://www.dubaicustoms.gov.ae/en/Pages/default.aspx>

La competencia entre las instalaciones portuarias de los distintos emiratos ha mantenido a bajo costo las tarifas al usuario y se ha logrado un servicio de muy buena calidad.

Los EAU son fuertemente dependientes en las importaciones y esto se refleja en la regulación de la importación, donde las empresas sólo pueden importar los tipos de productos para los que cuentan con licencia.

Existe un listado de productos que poseen restricciones previas a la importación, donde destacan productos como semillas, fertilizantes, animales vivos, etc. los cuales deben ser previamente aprobados por entidades de Gobierno de EAU, como el Ministerio de Medio Ambiente y Aguas.

Más detalles sobre el listado en: <http://www.auhcustoms.gov.ae/Commodities.aspx>

Finalmente, cabe mencionar que los productos que entran a cualquiera de las zonas francas de los EAU están exentos de pago.

## 2. NORMATIVAS

Las normas y los requisitos de documentación necesarios para la importación siguen estándares internacionales y para la mayoría de los productos EAU se basa en los estándares de GCC que define la organización “Gulf Standard Organization”. En caso de no existir estándar aprobado, la entidad que emite las normativas es el ESMA, autoridad para Emiratos Árabes Unidos de estandarización y metrología, donde participa activamente el Ministerio de Medio Ambiente y Aguas en materias de alimentos.

Para más información sobre el listado de Standard que rigen en EAU:

<http://www.esma.gov.ae/en-us/ESMA/Pages/Laws-and-Legislations.aspx>

<http://www.gso.org.sa/gso-website/gso-website/gso-services/standards-services>

<https://www.gso.org.sa/gd/home/TECHNICAL?lang=en>

Luego el organismo responsable del cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias en los EAU, es el Ministerio de Medio Ambiente y Aguas, que es el organismo encargado de la notificación de medidas sanitarias y fitosanitarias. Cabe recalcar, que cada Emirato tiene su propio organismo competente que son las Municipalidades.

Las municipalidades de cada Emirato aplican sus propias normas y especificaciones en materia de alimentos y materiales de ingeniería. La obtención de un documento de idoneidad técnica para un producto no es obligatoria. Sin embargo, la mayoría de las empresas de construcción la obtienen con el propósito de aumentar la comercialización del producto.

El Food Control Department de cada municipio se encarga de hacer cumplir las normas de seguridad alimentaria en los alimentos importados. Si bien la información es compartida entre los municipios, estos funcionan de forma independiente, donde Dubai, Abu Dhabi y Sharjah son los principales puntos de entrada.

Para los medicamentos, incluyendo medicamentos OTC, hierbas o alimentos con propiedades medicinales, las normas de registro e ingreso son establecidas por el Departamento de Drogas del Ministerio de Salud de los EAU. El registro de un medicamento o composición farmacéutica que no tiene una patente no es permitido en los Emiratos Árabes Unidos, a menos que esté registrado ante la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Es importante destacar que en la gran mayoría de las negociaciones es el Importador/Distribuidor quien se encarga de registrar los productos en las entidades locales correspondientes. Una vez que el producto es testeado y aprobado, se podrá importar a Dubai sin problemas.

## 3. CERTIFICACIONES

Los reglamentos federales de los EAU sobre las prescripciones en materia de medidas sanitarias y fitosanitarias están basados en las normas del Consejo de Cooperación del Golfo.

Todos los bienes exportados o reexportados desde EAU deben tener la documentación adecuada solicitada por las aduanas de los distintos Emiratos y en acuerdo con el Ministerio de Economía y de las diferentes Cámaras de Comercio.

Para las importaciones y exportaciones se requiere presentar la documentación estándar de comercio, incluyendo certificados del país de origen, certificados de embarques y atestiguaciones de gobierno o embajadas en caso de ser necesarios.

Todo alimento importado debe ser acompañado de los siguientes documentos:

- Certificado sanitario extendido por el SAG.
- Certificado de país de origen.
- Factura de entrada o boleto de flete aéreo.
- Packing list.
- Fecha de Elaboración y fecha de Expiración
- Certificado Halal extendido por el Centro Islámico acreditado por EAU y notariado por la embajada o consulado en EAU. Todos los productos importados de carne de vacuno y de aves lo requieren.

Para algunos productos agrícolas se debe tramitar un permiso especial de importación dependiendo de la naturaleza, principalmente para semillas y flores. Además de fertilizantes, pesticidas y animales vivos.

Todos los requerimientos antes mencionados pueden obtenerse del Ministerio de Medioambiente y Aguas: <http://www.moew.gov.ae/portal/en/our-services.aspx>

#### 4. ETIQUETADOS

Respecto a los etiquetados de alimentos, EAU impone los estándares de GCC (GS) 9/1995. Sin embargo, una excepción es que EAU, acepta etiquetas con niveles “solo en inglés” y un sticker en árabe con información básica como el nombre del producto, los ingredientes y el país de origen. De todas formas, dado que EAU es un punto de tránsito hacia otras regiones de idioma árabe, se recomienda tener etiquetados bilingües (árabe/inglés).

La aprobación de la etiqueta y del producto debe realizarse previo al envío del producto y es realizada por el importador seleccionado. Trámite que debe realizarse con el “Food Control Department” de La Municipalidad del Emirato de entrada del producto.

Para más detalles:

<http://login.dm.gov.ae/wps/portal/MyHomeEn#>

Todos los productos se deben etiquetar con la siguiente información:

En inglés:

- Nombre del producto / Nombre del alimento
- Ingredientes en orden descendente según proporción
- Aditivos usando el número “E”
- El origen de la grasa animal (DEBE SER HALAL)
- Los ingredientes que son conocidos por causar hipersensibilidad deben ser declarados
- Contenido neto en unidades métricas
- Fechas de producción y expiración
- País de Origen
- Nombre y dirección del productor, distribuidor, importador, exportador, vendedor deben estar declarados en la etiqueta
- Tipo de almacenaje e instrucciones de preparación, de existir
- Las fechas de producción y expiración deben venir entalladas, en relieve, impresas o estampadas con tinta indeleble, directamente en la etiqueta original o embalaje primario al mismo tiempo de la producción.
- Código de barra internacional SKU

En árabe:

- Nombre del Producto
- Ingredientes

- País de Origen

**Cárneos:** Todas las importaciones de la carne fresca y congelada se debe acompañar por un certificado sanitario y una declaración certificada que los animales han sido sacrificados según ley islámica (certificado Halal).

Las carnes sin certificado Halal podrían ser importadas con la autorización del director de Food Control. Estos productos están sujetos a ciertas restricciones, como el que deben ser vendidas solo en establecimientos o áreas no musulmanas.

Respecto a la carne de cerdo y los productos que contengan derivados de este, deben especificar claramente este contenido. Alimentos asociados al cerdo no deben hacer referencia a este ya que puede prestarse a confusión como las palabras inglesas “bacon” o “ham”.

**Farmacéuticos:** Los productos farmacéuticos deben ser aprobados en primer lugar por el Ministerio de Salud de EAU. Queda prohibida la entrada de cualquier fármaco no registrado por el Ministerio de Salud.

**Animales y plantas vivas:** La importación de la plantas y de animales vivos se debe certificar por el Ministerio de Agricultura como libre de enfermedades, de parásitos, de radiación y ciertos pesticidas.

**Bebidas alcohólicas:** Importación de bebidas alcohólicas es estrictamente controlada. Muy pocas empresas locales cuentan con esta licencia de importación y venta. Estos productos están exentos de requerimientos de etiquetados.

## 5. TRÁMITES ADUANEROS

Cada partida de productos alimenticios que llega a cualquiera de los puertos se inspecciona físicamente, no hay excepción a este requisito. En el examen de la partida, la documentación que debe estar correcta, el etiquetado y las fechas deben cumplir con la legislación y los productos alimenticios deberán estar físicamente aptos para el consumo humano. Una vez que este criterio se ha cumplido el envío puede ser puesto en libertad.

Cuando un envío requiere muestreo como las bebidas no alcohólicas el envío no será liberado hasta que el resultado del análisis es conocido y aprobado.

**Importación de Alimentos:** Cuando el envío arriba al puerto de ingreso, el importador debe llevar el cargamento al lugar de la inspección del Departamento de Control de Alimentos ubicada en las mismas dependencias del puerto, donde se deben presentar los siguientes documentos:

- Certificado sanitario en original, aprobado por la autoridad sanitaria gubernamental en el país de origen.
- Declaración de ingreso o aérea (Bill of entry o Airway bill)
- Sólo en el caso de container, orden de entrega. (Delivery order)
- Lista de empaque de la carga (Packing list)
- Certificado Halal en original, emitido por la organización islámica aprobada por las autoridades de Emiratos Árabes Unidos para carnes bovinas, ovinas, aves o sus productos derivados, o para todo producto que contenga despojos de animales vivos y /o sus derivados.
- Cualquier otro certificado que puede ser requerido en caso de epidemias internacionales o basado en decisiones locales (como por ejemplo certificado libre de GMO, libre de gripe aviar, libre de dioxinas, etc.)

**Importación de Flores:** Es obligatorio que los productos agropecuarios vayan acompañados de un certificado sanitario y pasen una inspección a cargo de la administración local para control de su higiene y composición.



Inspección que ocurre en el mismo centro de flores del aeropuerto de Dubai. Por tanto, la documentación necesaria a la hora de exportar flores en estado fresco a los EAU sería:

- Factura
- Packing List
- B/L (Bill of Landing)
- Certificado de origen

**Caso producto rechazado en Aduana:** Un producto es rechazado si es encontrado no apto para consumo humano o si no cumple con los estándares requeridos por la autoridad local. En ambos casos el producto puede ser destruido por la Municipalidad local o re-exportado al país de origen en menos de 30 días, dependerá de la decisión del importador. Los países que no cumplen con los niveles aceptados, pueden ser re-exportados a un tercer país (que no pertenezca a la GCC). Se imponen multas dependiendo de gravedad de la violación.

Un producto rechazado puede apelar al Departamento de Salud que tenga jurisdicción sobre el puerto.

La Municipalidad puede convocar a un comité especial para revisar la petición y tomar la decisión final, normalmente una semana después.

En caso de una infracción de etiquetado menor, el cargamento puede ser autorizado a entrar en base de “una sola vez” para venta limitada, por ej. Para el consumo específico de un evento o de una institución solamente.

Una infracción mayor, como un etiquetado con niveles fuera de la norma de producto que contengan derivados de cerdo o errores o ausencia de fechas de elaboración y vencimiento, son severamente castigados, particularmente si las irregularidades son descubiertas después de importado el producto. Estos productos son automáticamente prohibidos de futuras importaciones, por varios meses, y la marca y el importador, generalmente reportado a la prensa.

## 3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

### 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Los Emiratos Árabes Unidos, a pesar de ser un mercado atractivo para una amplia variedad de productos y servicios, puede ser un lugar difícil de penetrar para las empresas chilenas que no tengan conocimiento de los dinanismos de la demanda local. No es un mercado para un exportador principiante, principalmente porque se requiere paciencia y se debe ser competitivo en término de cantidad y precio.

El paso más importante para una compañía que hacer negocios en UAE (y en el golfo en general) es visitar la región y hacer visitas de seguimiento para demostrar seriedad he interés hacia los potenciales clientes pues el contacto personal es clave para generar negocios. No hay que desalentarse si no se cierran negocios en la primera visita, se debe responder rápidamente y se debe tener siempre presente cortesía, paciencia y sentido común.

Se debe considerar además que el sistema legal protege a las entidades locales. Las empresas extranjeras encuentran dificultades para despedir legalmente a un agente local y puede significar un pleito prolongado, además recordemos que en EAU es difícil, si no imposible, vender sin un importador/distribuidor local. Los pagos tienden a

ser más lento que en América y Europa. Dependiendo del tipo de negocio se recomienda a las empresas que deseen hacer negocios en los Emiratos Árabes Unidos buscar asesoría legal competente.

Es fundamental considerar que Dubái es una puerta de entrada a la región del GCC, razón por la cual se considera el centro re-exportador de Medio Oriente. Seguido de EAU, Arabia Saudita debería ser un segundo mercado a prospectar en el GCC ya que es el segundo mayor destino de las exportaciones chilenas en la región y con un gran potencial considerando número de habitantes y nivel de ingreso per cápita. Las exportaciones hasta ahora desarrolladas a dicho mercado son producto de la prospección del sector privado sin apoyo de ProChile, por lo tanto prospectar dicho mercado es el siguiente paso a dar para lograr el posicionamiento de Chile en los países del GCC.

Finalmente, si bien 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 el grado de urbanización, tamaño y capacidad de la agricultura local, influencia de las costumbres y tradiciones, y el tamaño y composición de la población.

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

La población de los Emiratos Árabes Unidos asciende a 9.4 millones (2013) de personas, de las cuales solo un 13% son Emiratis y donde el resto de la población está conformado por inmigrantes, principalmente de Asia y sudeste asiático, quienes representan el 75%. Estos grupos de expatriados son los que realizan el trabajo en terreno y ocupan una parte considerable en los puestos administrativos, técnicos y directivos medios altos. Otro significativo grupo de expatriado son los occidentales europeos, principalmente británicos, y norteamericanos los cuales trabajan en puestos profesionales medios y altos.

En lo que a la industria de los alimentos respecta, la población de los Emiratos Árabes Unidos se caracteriza por ser muy cosmopolita, en especial si consideramos la altísima población flotante debido al turismo. El consumidor final se identifica por un lado como el residente Europeo, Latino, Americano con medio/ alto poder adquisitivo, que busca productos gourmet para condimentar sus preparaciones culinarias, o beber jugos exóticos con clara denominación de origen y que distingue las calidades de los ingredientes y conoce de sabores desde lo más sencillo hasta lo más exótico. Por otro lado, nos encontramos con los turistas que llenan los más de 600 hoteles en los Emiratos Árabes Unidos, hoteles que están en constante búsqueda por nuevos sabores e innovadoras presentaciones para así cautivar a sus visitantes

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.

Finalmente, si bien 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 el tamaño y capacidad de la agricultura local, influencia de las costumbres y tradiciones así como también el tamaño y composición de la población.

## 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Los empresarios radicados en EAU son hábiles negociadores, como ya hemos visto en gran parte del desarrollo de esta guía, los EAU aparte de ser considerados como un mercado muy importante en sí mismo, es igualmente visto como una plataforma de negocios estratégica para acceder a los mercados del Medio Oriente. Tal escenario ha creado compradores muy exigentes, quienes examinan con mirada crítica la calidad, la presentación el precio de los productos a importar.

El grupo étnico de empresarios está compuesto además de la población de empresarios local, por indios e iraníes, quienes por su ubicación geográfica han sabido sacar partido para establecerse en EAU. Otro segmento relevante es el compuesto por la gran cantidad de británicos que poseen altos puestos en la administración y gerencia de empresas multinacionales establecidas.

#### 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:

- Quizás en ningún lugar del mundo la confianza y las relaciones personales son más importantes para la realización de negocios que en Medio Oriente. Es vital construir y fortalecer lazos humanos más allá de relaciones comerciales.
- Ante el creciente interés mundial por exportar productos a los EAU, es muy importante ser rápido en los tiempos de respuesta a los requerimientos de la contraparte. Este será un factor clave para el éxito de cualquier empresario chileno que desee comercializar sus productos en los EAU.
- Las reuniones de negocios pueden retrasarse, posponerse, ser interrumpidas o extenderse más de la cuenta. No obstante, el empresario chileno debe presentarse a todas las reuniones y citas con puntualidad.
- 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 finalizar de forma abrupta, debido principalmente al ritmo de vida mucho más pausado.
- Si bien la mayoría de las grandes compañías están estructuradas al igual que en el resto del mundo, los negocios en los EAU son asuntos familiares, teniendo siempre la última palabra en la toma de decisiones el jefe de la familia. No obstante, al principio es probable que las primeras reuniones sean a un nivel jerárquico bajo, ésta es una de sus formas de establecer confianza mutua.
- Evite ser tajante en sus puntos de vista, puesto que puede ser considerado como signo de inflexibilidad.
- Sea conciso y directo, pero a la vez amable y respetuoso.
- Durante las negociaciones es probable que la contraparte Emirati no rechace su oferta frente a usted. Básicamente por un tema de respeto. 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, se mantiene el ambiente relajado y el buen humor incluso para cerrar los detalles más críticos como pueden ser precios o plazos de entrega.
- Tenga en cuenta que la semana laboral en los EAU es de Domingo a Jueves y es muy poco probable que deseen agendar una reunión de negocios durante el fin de semana, pues al igual que usted, prefieren dedicar dicho tiempo a sus familias.

No es especialmente común en Emiratos Árabes la existencia de impagos, ya que se trata de un país éticamente desarrollado y con leyes muy estrictas en el marco empresarial. Igualmente, no son comunes los anticipos, y los pagos pueden retrasarse hasta los 60 e incluso hasta los 90 días.

#### 5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Emiratos Árabes Unidos posee una política comercial relativamente liberal. Las empresas extranjeras deben contar con un patrocinador, agente o distribuidor local para poder ingresar y posteriormente vender sus productos en los Emiratos Árabes Unidos. Es decir, para distribuir productos en los Emiratos Árabes Unidos se autoriza sólo a empresas y/o agentes que cuenten con una “trade license” o licencia comercial de EAU.

Como en toda estrategia de expansión comercial internacional, es recomendable comenzar este proceso con una visita de prospección de mercado, no menor a 1 semana en EAU. Esta visita le permitirá analizar en detalle todas

las variables que pueden afectar su proceso de internacionalización, en particular algunas industrias altamente dinámicas. Además se recomienda asistir o exhibir en las principales ferias del país y la región, las cuales son visitadas por un gran número de empresas de todo Medio Oriente, Asia, norte de África y en menor número empresas de Europa y América.

En el caso particular de querer establecer una empresa en EAU se tiene la gran ventaja de que EAU funciona como centro de reexportación mundial (hub), sin embargo el alto número de oferentes y los altos costos operacionales juegan en contra a la hora de establecer un negocio en la región. Solo como ejemplo, para el año 2016 solo 2 empresas Chilenas están actualmente establecidas en EAU, dado principalmente a que tienen el tamaño, la experiencia y espaldas financieras suficientes para afrontar los desafíos financieros y comerciales que se incurren al establecer un negocio en EAU.

Para abordar este mercado, en busca de un agente o distribuidor se recomienda visitar 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 del norte de África, así como también empresas europeas.

Para el caso particular de un servicio, una vez analizada la prospección de mercado y se hayan identificado las reales oportunidades del mercado, es necesario comenzar el proceso de legalización de la empresa en el gobierno de EAU. Para ello se recomienda contactar a empresas que provean el servicio completo de legalización de empresas en EAU para una de las 20 zonas francas en Dubái o buscar un socio local que le permita establecerse en cualquier área de Dubái. Este socio local será dueño del 51% de la empresa, por lo tanto es clave saber identificar y contactar a la persona de confianza indicada. Esto se logrará únicamente a través de la creación de una red de contactos a nivel local que le permitan dar a conocer su plan de negocios y lograr que finalmente presten interés en él.

El contacto personal es indispensable para iniciar un negocio. Es la única manera de conseguir un acuerdo sólido y duradero en la zona. Los nuevos productos son bienvenidos, pero la promoción es vital así como conocer el mercado y sus peculiaridades, familiarizarse con los requerimientos técnicos y de etiquetado, conocer las técnicas de negociación y de política de rebaja de precios, personalizar el producto en la medida que este lo permita y transmitir el mensaje adecuado, teniendo en cuenta las tradiciones y religión local. Por ende, un producto desconocido en el mercado local necesita una gran inversión inicial, con especial énfasis en las campañas de marketing. En la misma línea, el desarrollo de alianzas estratégicas con enfoque de largo plazo y la realización de joint ventures es una forma efectiva de abordar el mercado no sólo para EAU sino que también para todo el resto de los países del CCG.

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.

Es muy importante que el potencial exportador tenga conciencia de que los importadores locales están interesados en relaciones comerciales duraderas. Conviene estar dispuesto al principio a recibir pedidos menores de los deseados, compartiendo el transporte con otros proveedores o a realizar contenedores consolidados con más de un producto, e incluso hacer esfuerzos de ajuste de precios. De esta manera aseguraremos el éxito sostenido del negocio.

Para tener éxito en un mercado tan competitivo como el de EAU, cualquier empresa que desee ingresar a este mercado debe realizar una exhaustiva investigación de mercado e identificar a los principales actores para así desarrollar un plan de negocios estructurado, analizando complejidad del mercado, su tamaño, extensión geográfica, diferencias inter-regionales entre otras variables. Se recomienda no acotar sus posibilidades de negocios solo a EAU y analizar las oportunidades en toda la región de Medio Oriente.

Una vez identificada la oportunidad de negocio, la clave para alcanzar el éxito en EAU es construir una red de contactos consistente. Recordemos que los dueños o shareholders de muchas empresas locales son parientes entre sí, por lo tanto generar un buen contacto puede generar un sin número de negocios relacionados.

## 6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

Los saludos y presentaciones pueden durar varios minutos, es aconsejable ser pacientes y disfrutar la conversación, es muy mal visto comenzar a hablar de negocios directamente, es preferible esperar a que sean ellos quienes entren en materia.

Entre sus prendas de vestir los empresarios emiratíes utilizan el traje nacional tradicional, al igual que las mujeres que además visten en forma conservadora y modesta. Las mujeres de negocio son muy bien recibidas en los EAU, sobre todo cuando muestran confianza y seguridad en sí mismas.

La vestimenta de las mujeres que visitan EAU dista mucho de lo que se cree, recordemos que más del 80% de la población está compuesta por extranjeros, por lo tanto los hombres y las mujeres visten muy similar a la vestimenta que llevarían en sus países de origen. Ahora bien, en las reuniones, la mujeres deben vestir de forma más conservadora, utilizando trajes combinados con pantalones, faldas a la rodilla o vestidos con mangas, no es necesario cubrirse la cabeza o el rostro. En el caso de los hombres lo correcto es vestir de traje y corbata. Es muy importante cuidar la imagen y lucir un buen peinado. En los EAU descubrirán que vestir impecable 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.

## 7. CONSEJOS PARA VISTAS COMERCIALES

Si bien la población de EAU es ampliamente cosmopolita, nunca debemos olvidar que es un país Musulmán de Monarquía Constitucional, es decir el Rey o Sheikh participa activamente en la toma de decisiones y en la instauración de leyes. Las leyes están estrechamente arraigadas en la ley islámica o "Sharia", donde muchas infracciones "leves" en Chile pueden significar multas, prisión, deportación e incluso la pena de muerte bajo la ley Emiradí. Su cultura y sus valores deben respetarse en todo momento.

Algunos de los consejos a tomar en cuenta a la hora de visitar el país son:

No beber alcohol en público

No maldecir, usar lenguaje inapropiado o realizar gestos obscenos

No tirar basura o escupir en público

No beber, comer o fumar en público durante Ramadán ( Entre Junio – Julio, condicionado al calendario Lunar)

No ingresar medicamentos prohibidos ( Lista: <http://www.uaeinteract.com/travel/drug.asp> )

No besarse en público. Muestras de afecto generalmente no se toleran.

No fotografiar a los Emiraties. Los hombres llevan traje largo blanco y las mujeres vestido largo negro.

# 4. INFORMACIÓN ADICIONAL

## 1. ORGANISMOS RELEVANTES

Todos los bienes importados a EAU deben tener la documentación adecuada emitida por las diferentes autoridades locales asignadas para cada caso. Algunos ejemplos son el departamento de Control de Alimentos (Food Control Department) para la importación de alimentos:

<https://www.dm.gov.ae/wps/portal/businessinner?urile=wcm:path:/DMContentEnglish/Home/Business/Food%20Control&mapping=businessinner>

O el Ministerio de Cambio Climático y Medioambiente para un gran número de industrias no-alimentos:

<http://www.moccae.gov.ae/en/our-services/services-for-company.aspx>

Es importante destacar que en la gran mayoría de los casos es el importador/distribuidor quien se hará cargo de hacer todas las gestiones correspondientes para importar el producto, dado principalmente al conocimiento previo del proceso de importación y la red de contactos que ellos poseen a nivel local.

## 2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

Para abordar este mercado de manera más eficiente, se recomienda visitar y en lo posible exhibir en alguna de las principales ferias internacionales que se realizan en EAU. Aquí algunos ejemplos:

### Gulfood

- Sector: Alimentos
- Fecha: Fines de Febrero
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.gulfood.com](http://www.gulfood.com)

### Specialty Food y SEAFEX

- Sector: Alimentos Gourmet y Productos del Mar
- Fecha: Fines de Noviembre
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.specialty.ae](http://www.specialty.ae)

### Sweets & Snacks Middle East

- Sector: Alimentos Gourmet
- Fecha: Fines de Noviembre
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.specialty.ae](http://www.specialty.ae)

### GITEX Technology Week

- Sector: Tecnología
- Fecha: Mediados de Octubre
- Lugar: : Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.gitex.com](http://www.gitex.com)

**Arab Health**

- Sector: Salud
- Fecha: Fines de Enero
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.arabhealthonline.com](http://www.arabhealthonline.com)

**Index**

- Sector: Arquitectura, diseño y servicios de ingeniería.
- Fecha: Fines de Octubre
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.indexexhibition.com](http://www.indexexhibition.com)

**Dubai Wood Show**

- Sector: Madera
- Fecha: Comienzos de Abril
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.dubaiwoodshow.com](http://www.dubaiwoodshow.com)

**Arabian Travel Market**

- Sector: Turismo
- Fecha: Comienzos de Marzo
- Lugar: Dubai World Trade Centre, Dubai, EAU.
- Website: [www.arabiantravelmarket.com](http://www.arabiantravelmarket.com)

\*Calendario Ferias Dubai 2016:

<http://www.dwtc.com/en/MCDocumentLibrary/Calendar/DWTC%20Event%20Calendar.PDF>

El carácter internacional de estos eventos donde asisten numerosas empresas de todo Oriente Medio, Asia y del norte de África, así como también empresas europeas, los convierten en una oportunidad idónea para exponer sus productos a un amplio abanico de clientes y a su vez conocer las tendencias de la industria.

Recomendamos contactar a la oficina de Prochile en Dubái para obtener información detallada de los eventos que se desarrollan en la región.