

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

información

2012

Estudio de Mercado

**Artículos de  
Decoración en  
Emiratos Árabes  
Unidos**



*prom*  
perú

**INDICE**

1. Introducción .....	4
2. Principales tendencias en el sector de diseño de interiores relacionado con proyectos residenciales y hoteleros en EAU 2009-2012. ....	6
2.1 Proyectos de construcción .....	8
3. Sector de decoración de interiores – Análisis de la demanda.....	9
3.1 Demanda – Principales canales de distribución.....	9
3.1.1 Importador- Comercializador al por menor .....	9
3.1.2 Importador- Comercializador al por menor y proveedor de proyectos.....	10
3.1.3 Importador- Comercializador al por menor – distribuidor .....	10
3.1.4 Importador – Diseñador de interiores.....	11
3.1.5 Importador – Contratista.....	12
3.1.6 Agentes/distribuidores .....	13
3.2 Demanda – Principales canales de comercialización .....	14
3.2.1 Tiendas por departamentos .....	14
3.2.2 Tiendas de cadena/ Franquicias .....	14
3.2.3 Tiendas multi-marca individuales .....	15
3.3 Perfil del consumidor .....	15
3.3.1 Árabe local .....	16
3.3.2 Expatriado occidental.....	16
3.3.3 Expatriado ruso.....	16
3.3.4 Turista.....	16
4. Sector de decoración de interiores – Análisis de la oferta.....	17
4.1 Oferta –Competidores locales .....	17
4.1.1 Cerámica.....	17
4.1.2 Muebles, iluminación y productos para la cama.....	18
4.1.4 Vidrio y productos de vidrio.....	19
4.1.5 Alfombras y tapetes .....	19
4.2 Oferta –Competidores internacionales .....	20
4.2.1 Cerámica .....	20
4.2.2 Muebles e iluminación .....	21
4.2.3 Vidrio y artículos de vidrio .....	22
4.2.4 Tapetes y alfombras .....	22

- 4.2.5 Madera y artículos de madera ..... 23
- 4.2.6 Ropa para el hogar ..... 23
- 4.2.7 Tapicería y bordados ..... 24
- 4.3 Tendencias del mercado ..... 24
- 4.4 Precios ..... 25
- 5. Reglas de importación..... 27
  - 5.1 Estándares y etiquetas..... 27
  - 5.2 Documentos de importación y aranceles ..... 28
- 6. Logística ..... 28
  - 6.1 Rutas de acceso y costos logísticos aproximados..... 28
- 7. Actividades de Promoción ..... 29
  - 7.1 Ferias..... 29
  - 7.2 Colaboración con APID..... 30
- 8. Conclusiones ..... 31
- 9. Recomendaciones ..... 31
- 10. Reporte de Visita: INDEX Dubai..... 32
- 11. Anexos: Perfil de Compradores ..... 34

## 1. Introducción

El rápido crecimiento económico de los Emiratos Árabes Unidos en el período 2004-2008, y la contribución de los bienes raíces y el turismo en Dubai a tal expansión, convirtió a esta ciudad en un centro de decoración importante en el Medio Oriente. Después de la desaceleración de la economía como efecto de la crisis, que forzó a la suspensión de varios proyectos residenciales y de turismo en los Emiratos Árabes, la capacidad de Dubai en el sector de decoración e interiores se ha enfocado en otros países de la región, más allá del mercado local.

La economía de los Emiratos volvió a crecer en 2010, luego de haber caído 2.7% en 2009<sup>1</sup>. El PIB alcanzó 400 mil millones de dólares (PPP) en 2011 y, como consecuencia, el sector de la decoración de interiores se está fortaleciendo y apunta a acercarse a los niveles del 2008.

Se prevé que en los próximos años el crecimiento de la economía siga siendo positivo.

**Tabla 1. Crecimiento del PIB de los Emiratos Árabes Unidos 2009-2011**

	2010a	2011	2012 b	2013 b	2014b	2015b
<b>PIB</b>	1.4	4.2	1.5	5.0	5.8	6.2

a Estimaciones de FMI, Ministerio de Economía EAU y *Economist Intelligence Unit*.

b Proyecciones de *Economist Intelligence Unit*.

Los Emiratos Árabes son uno de los 15 países con el PIB per cápita más alto del mundo. Es difícil, sin embargo, definir un perfil del consumidor unívoco, pues existen grandes diferencias en los hábitos de compra de los árabes locales y de la población extranjera que vive en el país (más del 80% del total), al igual que entre los varios grupos de extranjeros entre sí.

La mayoría de los productos de decoración son importados directamente por las tiendas que los venden al público y por los contratistas y decoradores de interiores que trabajan en grandes proyectos hoteleros y residenciales, como se describe en el Capítulo 3. Los agentes de marcas internacionales son importantes en el caso de los productos textiles y de iluminación. Sin embargo, ellos no se ocupan, por lo general, del proceso de importación.

China es el principal proveedor del sector, puesto que el mercado es muy sensible al precio y no muy atento a la calidad de los productos. La producción local está tomando un papel cada vez más relevante, y varias de las empresas locales están exportando sus productos a otros países del Golfo y África. De hecho, Dubai es considerado el mercado de referencia del sector de decoración de interiores en la región. De la misma forma, las ferias que tienen lugar en Dubai son las más grandes y

<sup>1</sup> Fuente: *Economist Intelligence Unit*, 2012

más visitadas en la región, y la única asociación de decoradores de interiores del Medio Oriente tiene sedes en esta ciudad.

La Tabla 2 resume los datos más relevantes del sector de decoración en los Emiratos Árabes.

**Tabla 2. EAU – Principales cifras del sector de decoración**

<b>Aspecto</b>	<b>Total</b>
<b>Población en 2011(Estimada)</b>	8.2Millones
<b>PIB 2010 (precios corrientes)</b>	338.000Millones USD
<b>Número de hoteles en Dubai y Abu Dhabi</b>	390
<b>Número de hoteles en construcción</b>	Más de 15
<b>Valor proyectos en fase de diseño/construcción</b>	714.800Millones USD
<b>Centros comerciales existentes</b>	97
<b>Empresas de diseño de interiores y de arquitectura</b>	964

Fuente: Dubai Department of Tourism and Commerce, Chamber of Commerce of Dubai, Chamber of Commerce of Abu Dhabi, Construction Week 2011, UAE National Bureau Of Statistics 2012.

## 2. Principales tendencias en el sector de diseño de interiores relacionado con proyectos residenciales y hoteleros en EAU 2009-2012.

El desarrollo del sector de diseño de interiores en los Emiratos Árabes Unidos está estrechamente relacionado con el desempeño de los sectores residencial y hotelero, que en el período de diciembre 2008 a agosto 2012, experimentó una serie de cambios estructurales. Las tendencias principales en este sector se pueden resumir de la siguiente manera:

### 2009:

- Desplazamiento del centro de desarrollo de bienes raíces de Dubai a Abu Dhabi. – Abu Dhabi ha continuado invirtiendo capital en proyectos de infraestructura y residenciales por valor de más de 300.000 millones de dólares. Por el contrario, Dubai suspendió o canceló algunos de los proyectos más famosos, como la segunda Palm Island, el archipiélago The World, la Nakheel Tower y la Trump Tower.
- Disminución del número de empresas vinculadas a la decoración de interiores. - Un número significativo de los diseñadores de interiores, arquitectos, contratistas, tiendas de muebles, importadores y distribuidores que trabajan en los Emiratos Árabes Unidos redujeron sus operaciones o cerraron. El número total de participantes en estas actividades se redujo en un 30% con respecto a 2008.
- Diversificación geográfica de las empresas relacionadas con la construcción y el sector de la decoración de interiores hacia otros países del Golfo y África del Norte. Gracias a su larga experiencia y red de contactos en el Medio Oriente, en 2009 muchos diseñadores de interiores, arquitectos y empresas de construcción con sede en Dubai lograron cambiar el enfoque geográfico de sus operaciones a otros países de la región. En 2012, estas empresas aún están comprometidas en varios proyectos en Arabia Saudita, Qatar, Egipto y otros países africanos. Por esta razón, Dubai sigue siendo un canal privilegiado para entrar en los mercados de la región.

### 2010:

- Colapso de los precios por metro cuadrado de los proyectos terminados en Dubai, debido a la sobreoferta de oficinas y apartamentos. - La dificultad de alquilar oficinas y apartamentos en un mercado con sobreoferta y bajo las tensiones de la crisis económica, ha creado nuevos problemas financieros para las empresas que construyeron los proyectos antes de la llegada de la crisis a finales de 2008, y cuyas proyecciones financieras resultaron totalmente erróneas. Esto, a su vez, ha creado un punto muerto en el mercado de la decoración de interiores porque los dueños de los proyectos terminados se resistían a finalizar los trabajos de interiores esperando

el mejoramiento de las perspectivas del mercado. Muchos de los proyectos inconclusos fueron suspendidos o cancelados. Si bien la desaceleración en la toma de decisiones ha hecho muy difícil la entrada de nuevos proveedores, confirmó la existencia de una gran demanda potencial de productos de decoración de interiores.

- Disminución de la tasa de construcción y la suspensión de algunos de los proyectos en Abu Dhabi. A fin de evitar un colapso del mercado de la vivienda similar al de Dubai, muchos proyectos en la capital del país fueron suspendidos.
- El nuevo interés en edificios que utilicen tecnologías de bajo impacto ambiental.- La importancia de utilizar sistemas ecológicos es tal que, en algunos casos, las empresas reciben órdenes de "actualización" de proyectos a fin de aplicar tecnologías de bajo impacto ambiental en los edificios existentes.

#### 2011:

- La perspectiva de la Copa del Mundo de la FIFA en Qatar infundió nueva confianza en el mercado. - El 2011 comenzó con optimismo y muchas empresas de los Emiratos Árabes manifestaron interés en invertir en Qatar para abastecer la demanda emergente relacionada con la Copa Mundo de la FIFA 2022. Los rumores sobre posibles arreglos para que se jugaran algunos de los partidos en los Emiratos Árabes ayudó a generar la confianza necesaria para impulsar las decisiones de completar proyectos inmobiliarios suspendidos.
- Los levantamientos populares en el mundo árabe atrae más turistas a EAU. - La violencia y las protestas en muchos países del Medio Oriente, por un lado afectó a las empresas que participan en proyectos en el extranjero, especialmente en Egipto, pero por el otro aumentó la afluencia turística a los Emiratos. Durante el primer trimestre de 2011 la tasa de ocupación hotelera en los EAU fue superior al 80%. Teniendo en cuenta que el número de habitaciones de hotel en Dubai aumentó de 30,000 a 50,000 entre 2008 y el primer trimestre de 2011, la tasa de ocupación obtenida es una excelente señal de la recuperación de la industria hotelera en el país. Estos resultados contribuyeron a dar un nuevo impulso para completar la decoración de los proyectos en ejecución. En estos meses se toman decisiones de diseño de interiores y pedidos de varios hoteles con el objetivo de abrir las nuevas instalaciones a finales de 2011.
- Nuevas ubicaciones y nuevos actores. - Después de casi 2 años de retraso, más empresas internacionales han abierto una presencia comercial en los Emiratos Árabes Unidos, ya sea en Abu Dhabi o en Dubai, sobre todo en Sheik Zayed Road y en centros comerciales. Empresas tradicionales como Al Tayer Group han ampliado su línea de productos para atender también el mercado medio-bajo. Algunas otras empresas locales, como Salah Interiors, aprovecharon los precios de alquiler bajos debido a la crisis para aumentar su presencia con 2 almacenes adicionales. Muchas otras compañías locales e internacionales planearon abrir almacenes en el corto plazo focalizados tanto en el segmento superior del mercado, como en el medio-bajo.

#### 2012:

- Ritmo lento. - La desaceleración del gasto público en Abu Dhabi, por un lado, y la sobreoferta en el sector minorista, por el otro, han causado una ralentización de las ventas en el sector de la

decoración. Algunos de los almacenes que se habían abierto en 2011 cerraron a mediados de 2012.

- Polarización del mercado. - El mercado se está volviendo más y más polarizado entre el muy barato y el muy caro. Los actores que muestran mejores resultados siempre pertenecen, ya sea en la gama más alta del mercado, como Bloomingdale's y Caspau, o al segmento más bajo. Pero únicamente las grandes marcas tienen éxito en el segmento más alto del mercado. Los productos de precio medio alto sin marca reconocida se enfrentan a un mercado muy difícil.
- Esperando a Qatar -. Muchas empresas de diseño y ejecución de interiores en los EAU están esperando un aumento en la demanda por parte de Qatar, de manera similar a lo que se esperaba en 2011 como efecto de la asignación de la Copa del Mundo a Qatar y que no tuvo lugar.

## 2.1 Proyectos de construcción

El desarrollo del mercado de la decoración de interiores en los próximos 3 años está estrictamente relacionado con la evolución de los proyectos de construcción, que incluyen los de carácter residenciales, de hotelería y comercial. La realización de estos proyectos exige obras y productos de madera, muebles, textiles, cerámica, artículos de vidrio y objetos decorativos en general.

Los proyectos más grandes actualmente en marcha en los Emiratos Árabes Unidos son los siguientes:

- *Dubai Pearl: residencial y comercial (4 mil millones de dólares).*
- *City of Arabia: residencial, comercial y parque de atracciones (Dubai, 5 mil millones de dólares).*
- *Shamkha South Development: residencial (Abu Dhabi, 9 mil millones de dólares).*
- *Khalifa City: residencial, mixta (Abu Dhabi, 40 mil millones de dólares).*
- *Saadiyat Island: mixto (Abu Dhabi, 28 mil millones de dólares).*
- *Al Falah Development: mixto (Abu Dhabi, 2 mil millones de dólares).*
- *Al Raha Beach: hoteles, marina, parques, restaurantes, (Abu Dhabi, 18,5 mil millones de dólares).*
- *Hydra Villane: residencial (Abu Dhabi, 1,2 mil millones de dólares).*
- *Sheikh Mohammed Bin Zayed City: mixto (Abu Dhabi, 7 mil millones de dólares).*
- *Ghantoot Green City: mixto (Abu Dhabi, 10 mil millones de dólares).*
- *Al Reem Island: residencial (Abu Dhabi, 7,8 millones de dólares).*

Es importante tener en cuenta que Abu Dhabi seguirá siendo el centro de inversiones importantes en el sector de la construcción, con un total de proyectos a completar en 2015 por valor de 304.400 millones de dólares para uso comerciales y residenciales<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Fuente: Construction projects in Abu Dhabi now worth US\$562.8 billion, Zawya Febrero 28, 2011.



### 3. Sector de decoración de interiores – Análisis de la demanda

Las compañías del sector de decoración de interiores se beneficiaron en 2011, y siguen beneficiándose en 2012, de la demanda ligada a los proyectos de construcción adjudicados a finales de 2010. Se calcula que en 2010 se adjudicaron proyectos por un total de 89 mil millones de dólares<sup>3</sup>. Según el reporte de *Venture Middle East*<sup>4</sup> de 2010, los sectores que están gastando más en decoración de interiores son el de hotelería, cuyos gastos para 2011-2012 están previstos en 1.300 millones de dólares, y el de proyectos residenciales, que se calcula efectuará compras por 1.800 millones de dólares entre 2011 y 2012.

#### 3.1 Demanda – Principales canales de distribución

Los canales de distribución de artículos de decoración son relativamente simples en los Emiratos en cuanto los agentes y los comercializadores de los productos son, en la mayoría de los casos, las mismas empresas. Esta situación es el fruto de la legislación local en materia de contratos de agencia: solo los ciudadanos de los Emiratos y las compañías cuyo capital es 100% emiratí pueden firmar contratos de agencia reconocidos en el país. Estos contratos son de exclusividad y, aunque tengan un término definido, es muy difícil que la empresa exportadora pueda terminar un contrato y cambiar de agente, a menos que la contraparte local no esté de acuerdo. Solo en 2010 la ley incluyó la posibilidad de terminar el contrato de agencia que, hasta el momento, podía ser solo a tiempo indeterminado.

Las familias emiratíes más importantes han firmado acuerdos de agencia para la mayoría de las marcas internacionales más importantes, cuyos productos importaban para vender en sus tiendas. En algunos casos los agentes de los emiratíes firmaban contratos de agencia para todo el Golfo y, a menudo, las marcas más famosas son distribuidas por una sola familia en toda la región.

La empresa local que tiene el contrato de agencia para una marca abre un almacén mono-marca para la misma o ya tiene un almacén multi-marca, donde vende todas las marcas para las cuales posee el contrato de agencia.

##### 3.1.1 Importador- Comercializador al por menor

Según los datos de las Cámaras de Comercio de los Emiratos, hay más de 1000 compañía que venden muebles y artículos de decoración en el país.

---

3 Fuente: : Zawya, [GCC interior design and fit out spend to surge to \\$ 8.6 billion in 2011, up 69% compared to last year](http://www.zawya.com)  
[www.zawya.com](http://www.zawya.com), Mayo 17, 2011.

4 Fuente: ídem.

Varias empresas comercializan productos manufacturados en los Emiratos. Sin embargo, la mayoría importa directamente los productos que venden en sus tiendas. El estilo y el rango de precio de los productos comercializados dependen de la localización y del tipo de clientela de cada tienda.

De manera general podemos decir que:

- *Las tiendas localizadas en Deira (la zona más tradicional de Dubai) y en Abu Dhabi tienden a vender productos de estilo ‘clásico’<sup>5</sup> y recargado. Sus clientes son los emiratíes y los residentes de nacionalidad india. Los precios son relativamente bajos y los productos se importan de Egipto, Turquía y China.*
- *Las tiendas de alto nivel situadas en Abu Dhabi importan muebles italianos y franceses de estilo clásico (la mayoría) o contemporáneo. Sirven a los árabes locales del más alto nivel.*
- *Las tiendas ubicadas en zonas de Dubai como Jumeirah y Bur Dubai importan venden muebles clásicos de alto nivel de Italia, EE.UU. y Francia. Sirven la clientela de árabes locales de medio-alto nivel y expatriados.*
- *Las tiendas situadas a lo largo de Sheikh Zayed Road en Dubai importan sobre todo muebles de estilo moderno y contemporáneo.*

### **3.1.2 Importador- Comercializador al por menor y proveedor de proyectos**

Después de 2008 muchas tiendas de medio-alto nivel que se dedicaban exclusivamente a la venta al por menor, empezaron a participar en licitaciones para proyectos de decoración de interiores para hoteles y residencias, tanto en los Emiratos como también en otros países del Golfo y del norte de África. Varias de estas empresas ofrecen servicios de diseño de interiores para complementar su asistencia al cliente; otras han establecido contactos con los decoradores de interiores para participar en las licitaciones de proyectos con sus productos.

### **3.1.3 Importador- Comercializador al por menor – distribuidor**

Entre los importadores de textiles y otros elementos de decoración, algunos de los importadores más importantes venden directamente al público a través de sus almacenes, pero también son distribuidores y proveedores de otros almacenes y proyectos.

La procedencia de los productos depende del segmento del mercado al que estén destinados; los almacenes de más alto nivel importan productos europeos, mientras que el resto importa sobre todo de China y Pakistán.

---

<sup>5</sup> En los países del Golfo los estilos de muebles se dividen en dos grandes grupos, unos simple y linear (de gusto contemporáneo) que se define moderno; el otro de líneas más pesadas y barrocas que se definen, en general, clásico. Clásico no se refiere a ningún estilo histórico específico, sino a todo lo que no es moderno. Otro tipo de estilo es el étnico, bajo el cual se clasifican los productos de Indonesia, Tailandia y Vietnam.

### 3.1.4 Importador – Diseñador de interiores

Hay 964 empresas de diseño de interiores y firmas de arquitectos registradas en las Cámaras de Comercio de Dubai y Abu Dhabi.<sup>6</sup> Varias de estas empresas trabajan exclusivamente como consultores, pero las más grandes funcionan también como importadores de los productos que seleccionan para los proyectos que desarrollan.

Comúnmente los diseñadores de interiores seleccionan los productos que consideran más adecuados para cada proyecto entre los de los proveedores que conocen o de los cuales tienen muestras/catálogos en sus archivos. Cuando el proyecto es aprobado, importan directamente los productos.

Las firmas de diseño de interiores más pequeñas y las que solo se ocupan de servicios de consultoría, seleccionan los productos a ser usados en los proyectos, pero esto no garantiza que el producto sea realmente adquirido por el dueño del proyecto. De hecho, en este caso, es el contratista del proyecto quien se ocupa de proveer los productos. El contratista puede usar el producto seleccionado por el diseñador o un producto que sea reconocido como *equivalente*. En este segundo caso el contratista puede decidir comprar los productos locales o importarlos, como se explica más adelante.

El siguiente es el listado de algunas de las empresas de diseño de interiores más reconocidas en los Emiratos Árabes que se ocupan también del proceso de importación de los productos que seleccionan.

#### **Dubarch**

Tel. +971 4 3304422

Fax +971 4 3304060

Website: [www.dubarch.com](http://www.dubarch.com)

P.O. Box 13213, Dubai, UAE

#### **Greenline Interiors**

Tel. +971 4 8862220

Fax +971 4 8862221

Website: [www.greenline-interiors.com](http://www.greenline-interiors.com)

P.O.Box 262456, Dubai, UAE

#### **Renaissance Interiors**

Tel. +971 4 3395981

Fax +971 4 3380836

Website: [www.reninteriors.com](http://www.reninteriors.com)

P.O. Box 4367, Dubai, UAE

---

<sup>6</sup> Podemos considerar que hay potencialmente el doble de las empresas activamente operantes en este sector sin ser registradas en estas Cámaras de Comercio

**United Design International**

Tel. +971 2 5550002

Fax +971 2 6774443

Website: [www.ud-i.net](http://www.ud-i.net)

P.O. Box 53162, Abu Dhabi, UAE

**3.1.5 Importador – Contratista**

Los contratistas que se ocupan de proyectos residenciales, hoteleros y comerciales se cuentan entre los más importantes importadores de productos de decoración, sobre todo de muebles, iluminación, tapetes y cortinas.

Hay contratistas generales, que son responsables de completar los proyectos en todas sus partes, y los sub-contratistas, especializados en trabajos específicos.

Los contratistas y subcontratistas más relevantes para el sector de decoración son los que se ocupan de los trabajos de ejecución de los interiores, o lo que en inglés se denomina *fit-out*.

Hay también un importante grupo de contratistas que son definidos como proveedores de servicios *Design & Build*, porque se ocupan tanto del diseño de interiores como de la ejecución completa del proyecto.

La empresa de *design & build* más reconocida en los Emiratos es DEPA, que tiene presencia en todos los países del Medio Oriente y alcance internacional con oficinas en diferentes partes del mundo. DEPA se ha ocupado, por ejemplo, del *fit-out* completo de la torre más alta del mundo, el Burj Khalifa.

Empresas como DEPA producen parte de la decoración de interiores directamente e importan el resto. Son, de hecho, unos de los importadores más grandes del país en este sector.

Usualmente, los contratistas de *fit-out* tienen sus propios talleres para la producción de muebles y partes de madera; las empresas más grandes tienen hasta 500 empleados en los talleres. Importan solo los productos que no pueden producir localmente o cuando el producto importado es más barato.

El siguiente es el listado de los contratistas-importadores más importantes de los Emiratos Árabes, varios de los cuales son compañías de *Design & Build*.

**Al Reyami Hospitality Division**

Tel. +971 4 3364666

Fax: +971 4 3366775

Website: – [www.reyami.com](http://www.reyami.com)

P.O. Box – 14662, Dubai, UAE

## **DEPA**

Tel. +971 4 2243800

Fax: +971 4 2243700

Website: [www.depa.com](http://www.depa.com)

P.O.Box – 56338, Dubai, UAE

## **J C Maclean International**

Tel. +971 4 8811811

Fax: +971 4 8871331

Website: [www.jcmaclean.com](http://www.jcmaclean.com)

P.O.Box – 16870, Dubai, UAE

## **ISG Mideast**

Tel. +971 4 3506900

Fax: +971 4 3861445

Website: [www.isgplc.com](http://www.isgplc.com)

P.O. Box 120397, Dubai, UAE

## **Deco Emirates Company LLC**

Tel. +971 4 8854660

Fax: +971 4 8854305

Website: [www.decoemirates.com](http://www.decoemirates.com)

P.O.Box 19238, Dubai, UAE

## **Fino International**

Tel. +971 4 8802663

Fax: +971 4 8802661

Website: [www.finointeriors.com](http://www.finointeriors.com)

P.O.Box – 261946, Dubai, UAE

### **3.1.6 Agentes/distribuidores**

Los productos textiles, como las cortinas, los materiales para tapicería y los productos para la cama son distribuidos también a través de agentes que no son ciudadanos locales, que representan varias marcas internacionales y que no tienen su propia tienda al por menor. Los agentes promueven los productos entre los diseñadores de interiores y los contratistas, y venden a las tiendas especializadas.

La figura de agente distribuidor no local es particular porque, como hemos explicado al principio de este capítulo, los contratos de agencia tutelados por la ley de local son solo los que se hacen con empresas cuyos dueños son ciudadanos de los Emiratos. Los acuerdos que estos agentes tienen con las empresas extranjeras no son registrados formalmente y sus términos son definidos por las partes.

Las empresas internacionales que quieren entrar en el mercado pero no quieren establecer una agencia exclusiva con empresas locales usan agentes extranjeros para promover sus productos. Muy a menudo los agentes no son los importadores de los productos y sirven solo como promotores e intermediarios.

## **3.2 Demanda – Principales canales de comercialización**

### **3.2.1 Tiendas por departamentos**

Las tiendas por departamentos presentes en los Emiratos son franquicias de tiendas extranjeras. Estas tiendas son parte de las operaciones de ventas al por menor de grandes grupos económicos locales. En particular, el grupo Al Tayer es especializado en el manejo de tiendas por departamentos y tiene las más importantes en el país: *Harvey Nichols* y *Bloomingdale's*. Las decisiones de compras para estas tiendas se toman en Dubai.

En el caso de *Galleries Lafayette*, las decisiones de compras son tomadas solo parcialmente en los Emiratos, pues la mayoría de los productos se seleccionan en Beirut, donde están las oficinas principales de la franquicia para los países del Medio Oriente.

Salam Studio es parte del grupo Salam de Qatar. Las compras se deciden en su mayoría en Doha, pero los compradores de Dubai tienen poder de decisión en algunas líneas de productos.

Las tiendas por departamentos venden al segmento más alto del mercado y ofrecen casi exclusivamente marcas internacionales reconocidas.

### **3.2.2 Tiendas de cadena/ Franquicias**

Las tiendas de cadena tienen como foco una clientela de nivel medio. Están localizadas por lo general al interior de los centros comerciales. El estilo de los productos comercializados es sobre todo moderno.

Actualmente, las decisiones de compras se toman en Dubai.

En el caso de tiendas de cadena que son franquicias, la decisión de compra depende de la sede del grupo que es dueño de la franquicia para el Golfo. De hecho, en muchos casos, las franquicia son adquiridas por grupos con sede en Kuwait o en Qatar y que controlan la cadena completa de almacenes en el Golfo. Por ejemplo, la cadena *Pottery & Barns* es controlada por el grupo Alshaya de Kuwait, en donde se toman las decisiones de compra.

### 3.2.3 Tiendas multi-marca individuales

Hasta 2005 la comercialización de muebles y decoración en Dubai se llevaba a cabo sobre todo a través de tiendas multi-marca, concentradas en dos zonas de la ciudad: Karama-Maktoum Bridge y en Ittihad Road. Estas tiendas siguen operando y han expandido sus operaciones a nuevas zonas de la ciudad y a Abu Dhabi.

Importan marcas europeas y norteamericanas, y venden sobre todo muebles clásicos. Unas pocas son especializadas en el estilo moderno, como es el caso de *Western Furniture*.

Las decisiones de compra están centralizadas en cabeza del gerente general o del dueño de la empresa y se toman en Dubai.

## 3.3 Perfil del consumidor

Los Emiratos son uno de los 15 países con PIB per cápita más alto del mundo. Sin embargo, definir con precisión el valor del PIB per cápita es controversial, puesto que no hay datos oficiales claros sobre el nivel de la población local.

Según los datos de *Economist Intelligence Unit*, el PIB per cápita del 2011 equivalía a 56 mil dólares.

La población de los Emiratos disminuyó entre 2008 y 2009, se mantuvo estable en 2010 y comenzó a crecer de nuevo en 2011 y 2012. Este indicador es, de hecho, muy sensible al crecimiento económico, ya que la población local representa menos que el 20% del total y el restante 80% consiste de extranjeros, muchos de los cuales se trasladan o son despedidos cuando las condiciones económicas declinan. Con la tasa de inmigración más alta en el mundo, los Emiratos Árabes Unidos es el hogar de una población muy diversa, de los cuales el 50% son asiáticos, la mayoría indios (1,5 millones), el 23% son de otras nacionalidades árabes e iraníes, y el restante 7% son europeos y norteamericanos.

Es importante tener en cuenta la edad relativamente joven de los ciudadanos de los Emiratos Árabes, de los cuales más del 20% son menores de 14 años de edad.

Es imposible identificar un perfil del consumidor de los Emiratos debido a varios factores:

- *La población local es muy reducida y representa menos del 20% de la población total.*
- *Al interior de la misma población local hay una amplia variedad de gustos y de hábitos de compra según el emirato de origen del comprador. Los emiratíes de Dubai son mucho más abiertos al gusto moderno y a la innovación que los árabes de Abu Dhabi, Al Ain o Sharjah.*
- *Aunque el poder adquisitivo de los árabes locales es en general relativamente alto, existen diferencias sustanciales entre el poder adquisitivo de las familias reales y de las familias más importantes (que son multimillonarios) y de los demás ciudadanos.*



- *Los hábitos de compras de los extranjeros que viven en los Emiratos son drásticamente diversos, debidos tanto a la disparidad de nivel de ingreso como a la nacionalidad y su trasfondo cultural.*

Teniendo en cuenta estas limitantes, podemos identificar 4 tipos de perfiles de consumidor.

### **3.3.1 Árabe local**

El consumidor árabe tiende a preferir el gusto clásico, con muebles de líneas pesadas y recargadas. Le gustan los encajes, las decoraciones multicolores, el uso de materiales tradicionales y vistosos. Les encantan los cristales de Bohemia y los acabados dorados o plateados. El uso de cristales Swarovski como parte de los productos tiene gran demanda. En materia de textiles, prefiere los materiales suaves y brillantes, como terciopelos y sedas, y rechaza el lino u otros textiles que considera rústicos.

Por lo general, el consumidor no aprecia el uso de materiales refinados y de acabados de alta calidad o, si los aprecias no está dispuesto a pagar su precio. Prefiere comprar productos de materiales no refinados y con precios económicos.

El árabe de más alto recurso y con más experiencia internacional sabe apreciar la calidad; pero, de todas maneras, siempre trata de comprar pidiendo descuentos significativos.

### **3.3.2 Expatriado occidental**

Pocos expatriados occidentales tienen presupuestos importantes para la decoración de sus casas puesto que están solo de paso en el país. Prefieren generalmente el estilo moderno y contemporáneo, al igual que el estilo asiático-étnico. Compran sobre todo en tiendas de cadena de franquicias internacionales reconocidas y que ofrecen precios asequibles y diseño atractivo. *Marina Home* y *The One* son muy populares en este segmento del mercado.

### **3.3.3 Expatriado ruso**

El expatriado ruso tiene un gusto parecido al árabe, con preferencia por colores fuertes, el uso del dorado, los cristales del estilo de Bohemia. En muchos casos está dispuesto a gastar un presupuesto importante para la decoración de su casa.

### **3.3.4 Turista**

Los turistas compran elementos de decoración y suvenires producidos en países de oriente medio



(Jordania, Siria, Egipto, Turquía, Irán) y tapetes iraníes. Compran otro tipo de productos solo cuando su precio es sustancialmente más bajo de lo que encuentran en su país.

## 4. Sector de decoración de interiores – Análisis de la oferta

La demanda de productos y servicios de decoración de interiores se suple con servicios y manufacturas locales y con importaciones.

### 4.1 Oferta –Competidores locales

El rápido crecimiento de la demanda de productos de decoración y servicios de diseño de interiores ha contribuido al desarrollo de industrias locales que atienden directamente la demanda interna de algunos productos.

La producción local es particularmente competitiva en los siguientes sectores:

- *Cerámica*
- *Muebles de madera*
- *Colchones*
- *Cojines y edredones*

Hay más de 6 mil compañías que producen muebles de madera para oficina, cocina y casa. Las empresas están localizadas sobre todo entre Dubai y Sharjah. 70 están especializadas en muebles de metal y 147 en cocinas de metal. 39 empresas se dedican a la producción de colchones. 83 producen cojines y edredones, y están localizadas en Ajman, Sharjah y Dubai.

Hay 25 empresas que producen baldosas y unas de ellas, en particular RAK Ceramics, se ha convertido en pocos años un líder regional que exporta productos de cerámica a todo el mundo, incluyendo vajillas de cerámica.

Debido a la falta de datos precisos sobre la producción local total, para tener una indicación del tamaño de los competidores locales y de su capacidad productiva analizamos los datos de exportación de los principales productos del sector manufacturados en los Emiratos Árabes.

#### 4.1.1 Cerámica

Tabla 3. Exportaciones de EAU en 2010 - Capítulo HS 69 – Productos de Cerámica

Producto	Valor Exportado USD Miles
6900 Todas las industrias en el sector 69	473,768
6911 Vajilla de porcelana / china	32,936
6912 Vajillas y utensilios de cocina, otros artículos de porcelana / china	28,811

Producto	Valor Exportado USD Miles
6913 Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica	1,573

Fuente: Intracen 2012

La línea de manufactura en la cual los productores locales de cerámica compiten con los productos peruanos es el segmento de vajillas en cerámica, que venden en el mercado local y cuya exportaciones alcanzaron 28 millones de dólares en 2010.

#### 4.1.2 Muebles, iluminación y productos para la cama

Tabla 4. Exportaciones 2010 - Capítulo HS 94 – Muebles, Lámparas y Prefabricados

Producto	Exportaciones USD Miles
9400 Todas las industrias en el sector 94	341,863
9403 Los demás muebles y sus partes	103,273
9405 Lámparas y aparatos de iluminación; letreros y placas luminosas indicadoras	80,576
9404 Somieres, colchones, edredones, etc	39,039
9401 Asiento (sillas de dentistas, barberos, etc), y similares	34,335

Fuente: Intracen 2012

Los Emiratos Árabes se han especializado en la producción de muebles y productos de madera para el sector hotelero, exportando en 2010 más de 100 millones dólares en estos rubros. Las empresas locales son competitivas en la fabricación de partes de cocinas y closets para habitaciones. Pueden producir tanto estilo moderno, como lo que se define en la región como estilo clásico<sup>7</sup>. Hay empresas de todo tamaño, desde pequeños talleres con 3 o 4 empleados, a industrias muy bien organizadas que utilizan maquinaria italiana para algunos procesos de producción y tienen más de 400 empleados.

Los contratistas de construcción más importantes tienen también una división de producción de muebles y de decoración de madera.

La calidad de los productos locales es por lo general medio baja, aunque más cara que la producción de China, el mayor abastecedor del sector. Solo los proyectos de más alto nivel utilizan productos italianos y de otros países europeos.

La producción local de productos de iluminación ha crecido, pero está concentrada en productos usados en la industria, en proyectos comerciales y residenciales de nivel medio-bajo. Las exportaciones de estos productos fueron más de 80 millones de dólares en 2010.

<sup>7</sup> En los países del Golfo los estilos de muebles se dividen en dos grandes grupos, uno simple y lineal (de gusto contemporáneo) que se define como moderno; el otro de líneas más pesadas y barrocas, que se considera, en general, como clásico. El término "estilo clásico" no se refiere a ningún estilo histórico específico, sino a todo lo que no es moderno. Otro tipo de estilo es el étnico, bajo el cual se clasifican los productos de línea tradicional de Indonesia, Tailandia y Vietnam.

La industria de colchones, cojines y edredones, se ha desarrollado para abastecer hoteles y al segmento medio del mercado residencial. En el caso de los colchones, las tiendas de muebles prefieren trabajar con productores locales que les garantizan la posibilidad de despacho inmediato de los colchones según los pedidos de los consumidores, sin necesidad para la tienda de mantener inventario.

Hay empresas que producen también cojines para decoración y trabajan sobre todo para proyectos residenciales de nivel medio-bajo y para proyectos hoteleros de nivel medio. Estas empresas tienen la ventaja de poder adaptar rápidamente su producción al gusto y demanda local, aun cuando el cliente ordene volúmenes bajos.

#### 4.1.4 Vidrio y productos de vidrio

Tabla 5. Exportaciones 2010 - Capítulo HS 70 – Vidrio y productos de vidrio

Industria	Exportaciones USD Miles
<b>7000 Todas las industrias en el sector 70</b>	557,307
<b>7010 Bomboneras, botellas y otros contenedores de vidrio</b>	92,769
<b>7013 Cristalería de mesa, cocina, oficina, baño, etc</b>	89,965
<b>7009 Espejos de vidrio</b>	6,131

Fuente: Intracen 2012

Puesto que la industria del vidrio requiere un uso significativo de energía, varios países del Golfo están tratando de desarrollarla.

Los productos manufacturados en los Emiratos Árabes y que compiten directamente con los peruanos son los artículos de vidrio para oficina, cocina y baño, cuyas exportaciones en 2010 alcanzaron 89 millones de dólares, y los espejos, de los cuales solo se exportaron 6 millones de dólares.

La calidad de estos productos es generalmente media y baja, y abastecen segmentos de mercado muy sensibles al precio.

#### 4.1.5 Alfombras y tapetes

Tabla 6. Exportaciones 2010 - Capítulo HS 57 – Tapetes

Industria	Valor Importado USD Miles
<b>5700 Todas las industrias en el sector 57</b>	<b>74,374</b>
5703 Alfombras y otros revestimientos textiles incluso afelpados	33,398
5702 Alfombras y textiles o revestimientos para el suelo, tejidos sin bucles	32,497
5701 Alfombras y otros revestimientos textiles anudados	3,693

Industria	Valor Importado USD Miles
5705 Alfombras y demás revestimientos para el suelo de materias textiles	3,261
5704 Alfombras y otros revestimientos textiles para el suelo de fieltro, pelo insertado	1,525

Fuente: Intracen 2012

Las empresas del sector son pocas, relativamente grandes y tienen producción industrial de tapetes que exportan a diferentes partes del mundo. Utilizan diferentes tipos de insumos, desde la seda al polipropileno, la lana y el acrílico. Trabajan para grandes proyectos de hotelería y venden a los comercializadores locales.

## 4.2 Oferta –Competidores internacionales

Los párrafos siguientes describen las características más relevantes de los productos importados que compiten con los productos peruanos por línea de producto.<sup>8</sup>

### 4.2.1 Cerámica

Tabla 7. Importaciones 2010 por país de origen

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
Mundo	602,789
China	331,179
España	53,978
Italia	48,730
Alemania	35,300
India	21,960

Fuente: Intracen 2012

China es el mayor proveedor de productos de cerámica a los Emiratos Árabes. La oferta china abarca todo el espectro de productos de cerámica, desde vajillas a baldosas, pasando por estatuillas y porcelana sanitaria. Los productos se importan sobre todo para abastecer la demanda de hoteles y proyectos residenciales de nivel medio bajo, aunque, en cierto casos, también se usan en hoteles de 5 estrellas.

Si por un lado, la crisis ha creado más incentivos para la adquisición de productos chinos, graves problemas de calidad en una serie de proyectos y la escasa durabilidad de los productos, han llevado a varios decoradores de interiores a evitar el producto chino en sus proyectos.

<sup>8</sup> Puesto que usamos cifras de capítulos arancelarios HS de dos dígitos los datos se pueden considerar solo indicativos de la importancia relativa de cada país en el total; este análisis se debe integrar con los datos específicos por productos de la primera parte de la investigación.

En este, como en los otros sectores descritos a continuación, es siempre más marcada la polarización del mercado entre productos chinos de bajo nivel, importados directamente por contratistas y por almacenes de cadena, y productos de más alto nivel, procedentes de Italia, España y Alemania, seleccionados por decoradores de interiores e importados por almacenes por departamentos y tiendas individuales enfocadas en el sector más alto del mercado.

A nivel de tendencias, el mercado se inclina siempre más hacia el gusto contemporáneo de líneas simples y minimalistas. Este es el estilo de la mayoría de las marcas italianas y españolas que se encuentran en el mercado. Sin embargo, sigue estando vigente la demanda de productos para gusto más tradicional. Tanto la China como los otros países ofrecen productos de ambos estilos, diferenciados por las marcas.

#### 4.2.2 Muebles e iluminación

Tabla 8. Importaciones 2010 por país de origen

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
Mundo	1,829,081
China	758,494
Italia	201,744
Alemania	117,885
EE.UU.	107,143
Malasia	89,848

Fuente: Intracen 2012

También en el caso de los muebles y productos de iluminación, China monopoliza el sector de proyectos residenciales y de hoteles de nivel medio-bajo. Los contratistas importan directamente de la China. Otros canales de comercialización son las tiendas de cadena.

Para proyectos de nivel medio alto los contratistas compran directamente en el mercado local. En este caso usan productos italianos o alemanes cuando la producción local no está en capacidad técnica de suministrar un producto específico. El producto local se usa también en hoteles 5 estrellas del nivel del Ritz Carlton e Intercontinental (aunque también usan productos chinos). En general, se importan solo productos especiales que no se pueden producir localmente o que resulta más barato importar.

Es importante notar que, en el caso de los proyectos residenciales y hoteleros, por lo general, el arquitecto y diseñador de interiores selecciona los materiales y los productos a usar. Sin embargo, el contratista puede utilizar el producto seleccionado o uno **equivalente**. Es papel del contratista procurar acercarse lo más posible al producto seleccionado manteniéndose dentro del presupuesto del proyecto y bajando los costos lo más posible.

En algunos casos, los diseñadores y arquitectos están vetando el uso de productos chinos. En otros casos, particularmente para los proyectos hoteleros, hay cláusulas que imponen el uso de materiales y productos de origen europeo. Por ejemplo, los textiles deben cumplir con las normas europeas y americanas para productos ignífugos.

#### 4.2.3 Vidrio y artículos de vidrio

Tabla 9. Importaciones 2010 por país de origen

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
Mundo	812,626
China	213,991
República Checa	143,894
Francia	81,010
EE.UU.	58,235
Alemania	49,450

Fuente: Intracen 2012

En artículos de vidrio la República Checa es un competidor muy importante del producto chino, gracias a su precio y calidad reconocida. Los artículos de cristal de Bohemia son muy apreciados por los árabes locales. Los productos de cristales y vasos de Francia, EE.UU. y Alemania se venden en almacenes especializados de alto nivel y en tiendas por departamentos.

#### 4.2.4 Tapetes y alfombras

Tabla 10. Importaciones 2010 por país de origen

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
Mundo	317,731
India	87,938
Irán	83,174
China	55,482
Turquía	28,341
EE.UU.	10,804

Fuente: Intracen 2012

Los tapetes y alfombras procedentes de Irán son los más apreciados en el mercado, tanto por consumidores árabes locales como por expatriados y turistas que visitan por los Emiratos Árabes. Por lo general, este producto se vende en tiendas especializadas en alfombras y en almacenes que venden también otros productos tradicionales del Medio Oriente y que están principalmente enfocados en los turistas.

Los tapetes de la India son también bastante apreciados y se venden en tiendas de decoración. Tanto los productos iraníes como los indios tienen diseños clásicos.

Los productos modernos son importados de China y Turquía, y en algunos casos también de Italia.

#### 4.2.5 Madera y artículos de madera

**Tabla 11. Importaciones 2010 por país de origen**

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
<b>Mundo</b>	808,534
<b>China</b>	183,699
<b>Malasia</b>	120,589
<b>Indonesia</b>	76,736
<b>Alemania</b>	61,226
<b>Rumania</b>	50,869

Fuente: Intracen 2012

Malasia e Indonesia son los mayores competidores de China en este sector. La mayoría de los productos importados bajo este rubro son maderas y partes de muebles usados en los proyectos hoteleros y residenciales, en particular para las cocinas y los acabados de madera. El precios es un factor fundamental en las importaciones de este rubro de productos.

Las manufacturas de madera de estilo étnico y las vajillas de madera están incluidas en este rubro de productos, aunque representan una parte muy pequeña del total importado. Los expatriados occidentales son los principales compradores de productos de decoración de Indonesia.

#### 4.2.6 Ropa para el hogar

**Tabla 12. Importaciones 2010 por país de origen**

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
<b>Mundo</b>	832,316
<b>China</b>	439,965
<b>Pakistán</b>	85,644
<b>India</b>	81,112
<b>República de Corea</b>	61,045
<b>EE.UU.</b>	32,667

Fuente: Intracen 2012

El precio es uno de los principales factores que determinan las compras en esta línea de productos. China, Pakistán e India representan la gran mayoría de las importaciones de este sector. Por un lado los hoteles buscan productos competitivos; por el otro, los residentes de los Emiratos, en su mayoría

extranjeros, no están dispuestos a pagar altos precios por este tipo de producto. De tal manera que la mayoría del producto comercializado en los Emiratos Árabes tiende a ser de calidad y precio medio bajo. Solo el segmento de mercado más alto está dispuesto a pagar por calidad y diseño superiores en este segmento:

- *Hoteles 5 estrellas compran producto italiano para las suites.*
- *Almacenes por departamentos ofrecen las marcas más reconocidas internacionalmente.*
- *Diseñadores de interiores que trabajan en proyectos de villas y palacios escogen productos de alto precio y calidad.*

#### 4.2.7 Tapicería y bordados

Tabla 13. Importaciones 2010 por país de origen

Mayores Exportadores	Valor Importado USD Miles
Mundo	420,931
China	252,080
República de Corea	57,171
India	39,753
Singapur	13,423
Tailandia	12,710

Fuente: Intracen 2012

También en el caso de los productos de tapicería y bordados, el precio es la determinante de la demanda más importante. India es muy competitiva en bordados hechos a mano, mientras que otros países son más competitivos en la producción hecha a máquina. La demanda de estos productos viene sobre todo del sector de la moda y, en menor medida, del sector de decoración de interiores.

#### 4.3 Tendencias del mercado

Entre las tendencias del mercado podemos señalar:

- *Mercado piramidal, con una amplia gama de artículos importados que satisfacen la demanda de productos de precio bajo y muy bajo; una franja importante de productos de precio intermedio con diseño moderno y étnico; una punta del mercado de productos de alto nivel de calidad y precio, de estilo moderno o clásico.*
- *Con respecto a los otros países de la región, los Emiratos Árabes tienen una oferta de productos mucho más modernos y contemporáneos, lo cual es cada vez más evidente en las nuevas tiendas.*



- Las tiendas existentes están abriendo nuevos puntos de ventas para estar cada vez más cerca al consumidor. Nuevos almacenes están apareciendo a lo largo de Sheikh Zayed Road y en Dubai Marina. De la misma manera, está aumentando el número de tiendas de decoración en Abu Dhabi.
- El mercado sigue siendo muy sensible al precio, los clientes piden siempre rebaja y compran sobre todo con ocasión de los saldos, que en Dubai son muy famosos y atraen clientes de todo el Medio Oriente.

#### 4.4 Precios

Puesto que las cadenas de distribución son relativamente cortas, el precio de los productos al por menor depende de los márgenes de las tiendas y del arancel. Las tiendas importadoras que venden al público aplican márgenes de entre el 2.5 veces y 3 veces el precio FOB del producto. El margen de 3 veces sobre el precio FOB incluye el costo del transporte, el arancel y los costos de importación. Las tiendas que trabajan en el segmento más alto del mercado usan márgenes incluso mayores, hasta 3.5 veces el precio FOB.

Es muy importante considerar que las tiendas llegan a ofrecer hasta el 50% de descuento durante los periodos de promoción.

En el caso de las importaciones para proyectos, los márgenes son mucho más bajos, entre 1.3 y 1.5 veces el precio FOB.

La comisión de los agentes es del 20% sobre el precio FOB de los productos importados.

La siguiente tabla describe los rangos de precios de las líneas de productos exportadas por Perú y presentes en algunas de las tiendas de decoración más conocidas en el país.

**Tabla 14. Rango de precios de los productos de decoración en los Emiratos Árabes**

Nombre de la Tienda	Origen de las importaciones	Rango de precios en Dirhams	Material
ID Design	Alemania, Dinamarca, España, China e India	Tapetes: 1,000-3,699 AED	Lana, Cuero
		Espejos: 529-2,499 AED	Marco de madera
		Juegos de Cama: 300- 2,000 AED	Algodón
		Toallas: 74-198 AED	Algodón
		Floreros de cristal: 16-449 AED	Vidrio
		Floreros de cerámica: 89-799 AED	Cerámica
		Pinturas: 1,698- 2,499 AED	
		Esculturas: 119-899 AED	Metal
		Sofás: 7,298- 19,999 AED	Cuero
		Mesa comedor con sillas: 3,499 – 8,999AED	Madera

Nombre de la Tienda	Origen de las importaciones	Rango de precios en Dirhams	Material
<b>Crate &amp; Barrel</b>	India, Italia, México, Portugal, Pakistán, Turquía, Indonesia	Tapetes: 650-3,299 AED Espejos: 159-3,000 AED Juegos de Cama: 700- 1300 AED Toallas: 25-279 AED Floreros de cristal: 200-299 AED Floreros de cerámica: 580-830 AED Pinturas:649-3,999 AED Esculturas: 99-139 AED Sofás : 2,000- 7,999 AED Mesa Comedor con sillas: 1,899-7,999AED	Sintético y naturales Metal y Madera Algodón Algodón Vidrio Cerámica  Madera Material sintético Madera
<b>Grand Stores</b>	Australia, India, Italia, Grecia, China y Turquía.	Juegos de Cama: 1,199- 3,799 AED Toallas: 20-319 AED Floreros de cristal: 260-990 AED Esculturas: 1,190-4,900 AED	Algodón Algodón Vidrio Metal
<b>Gallery One</b>	Italia	Marcos de madera:300-500 dependiendo del tamaño, pero se venden con las pinturas	Madera
<b>Singways</b>	Italia, Francia, Alemania, India, China, Turquía	Tapetes: 1,500-16,000 AED Espejos: AED475-2600 Elementos decorativos 24-7,400 AED Floreros: 254 -3,000 Sofás: 5,400-19,150 AED Camas: 4,200-6,510 AED Mesita de noche: 1,510 – 3,200 AED Mesa comedor: 4,000-14,000 AED Sillas: 755-1,300 AED	Textil y cuero Madera Cerámica, vidrio, metal Cerámica y vidrio Cuero Madera Madera Madera Madera
<b>The One</b>	Indonesia, Vietnam, China	Tapetes: 1,195-4,495 AED Espejos: 399-7,495 AED Elementos decorativos: 299-1,695 AED Floreros: 59-1,495 AED Sofás: 2,995-22,975 AED Cama: 3,995-8995 AED Mesita de noche: 799-1,995 AED Mesa comedor:2,495-9,995 AED Sillas: 559-2,995 AED Esculturas:995-1,995 AED Juegos de cama: 89-800 AED Toallas: 19-219 AED	Materiales sintéticos Madera dorada Plata, cerámica Vidrio, cerámica Cuero/ textil Madera Madera, metal Madera, plástica, metal Madera, plástica, metal Madera Algodón Algodón
<b>Design Home</b>	Portugal, Alemania, Francia, Alemania Turquía, México, China, Indonesia, Italia	Cubertería:500-30,000 Juego vajilla para Té: 10,000 AED Juego vajilla para mesa: 3,000-37,000 AED Artículos decorativos: 25-15,840 AED Sofá: 16,000 (para 5 personas) Floreros: 49-1,385 AED Camas: 1,200-35,700 AED Mesa comedor: 1,899- 40,900 AED Sillas : 380-5,080 AED Esculturas: 1,000-2,800 AED Espejos: 320-5,700 AED Juegos de cama: 400-845 AED Toallas: 40-125 AED Tapetes: 2,000-6,000 AED	Acero-plata Porcelana y Swarovski Cerámica Plástico, cristal, cerámica Cuero/textil Cerámica, cristal Madera y otros materiales Madera, resina, granito Madera Fibra de vidrio, metal, plata Madera Algodón Algodón Fibras naturales

Fuente: compilado por ORIENS International Business Consulting

## 5. Reglas de importación

### 5.1 Estándares y etiquetas

Por lo general los productos de decoración que cumplen con los estándares europeos y americanos se importan sin problema a los Emiratos Árabes. Durante las entrevistas efectuadas a los importadores para este estudio, muy pocos han podido indicar las normas de importación para los productos que manejan. Esto evidencia que no hay un control estricto sobre los materiales y la calidad de los productos de decoración a su ingreso en el país por parte de la aduana y de la municipalidad.

Solo los productos usados en los proyectos hoteleros y de oficinas tienen que cumplir con unas normas básicas, descritas a continuación:

- *Los materiales textiles usados para cortinas deben ser estrictamente ignífugos.*
- *Los materiales textiles usados para los cojines, cubrepiés, edredones, deben ser estrictamente ignífugos.*
- *Todo material textil debe ser acompañado por instrucciones para el lavado y las indicaciones del grado de encogimiento de los mismos después del lavado.*
- *Los muebles usados en proyectos hoteleros y en oficinas deben estar acompañados de una garantía de uso. Los clientes prefieren muebles que tenga garantía de 3 a 5 años.*

En cuanto a las etiquetas, los estándares no son dictados por las autoridades sino que dependen de los comercializadores del producto. En el caso de los almacenes de cadena, particularmente los que son parte de una franquicia, y las tiendas por departamento se exige que los productos sigan sus normas internas de etiquetado.

La tabla siguiente describe el contenido de las etiquetas por tipo de producto.

**Tabla 15. Etiquetas**

Productos	Existencia Garantía	Descripción materiales	Instrucciones para el lavado	Instrucciones para el uso en hornos
-----------	---------------------	------------------------	------------------------------	-------------------------------------

Productos	Existencia Garantía	Descripción materiales	Instrucciones para el lavado	Instrucciones para el uso en hornos
Muebles	En productos de prestigio <sup>9</sup>	Si	Si en el caso de sofás	No
Decoración de madera	No	No	No	No
Vajilla de cerámica	No	Si	Si	Si
Productos de madera para la cocina	No	Si	Si	Si
Mantas	No	Si	Si	No
Juegos de cama		Si	Si	

Fuente: compilado por ORIENS International Business Consulting

## 5.2 Documentos de importación y aranceles

Todos los productos de decoración son sujetos a un arancel del 5% sobre el valor CIF del producto que debe ser pagado a la llegada al puerto de ingreso en los Emiratos Árabes. A todos los países se aplica el mismo arancel menos los que tiene acuerdo de libre comercio con los Emiratos, que son Omán, Qatar, Arabia Saudita, Bahréin y Kuwait. Los productos deben venir acompañados de los siguientes documentos:

1. Factura comercial en inglés.
2. Certificado de origen.
3. Conocimiento de embarque (Bill of Lading).
4. Lista de empaque en inglés (Packing List).
5. Manifiesto de envío (waybill).

En el caso de pago con carta de crédito, los importadores pueden requerir documentos adicionales, como por ejemplo el seguro de transporte de los productos.

Cuando los productos se despachan vía marítima, los documentos originales deben enviarse por correo certificado a los importadores para permitir adelantar el proceso de importación. En el caso de envío por avión, los documentos originales deben acompañar los productos. Si el importador no pueda mostrar los originales del certificado de origen, lista de empaque y factura, debe pagar una multa de 1,060 Dhrams.

## 6. Logística

### 6.1 Rutas de acceso y costos logísticos aproximados

Las tablas siguientes describen los costos de transporte, el tiempo de tránsito y las rutas principales para el envío de productos de madera y elementos de decoración desde Perú a los Emiratos Árabes.

<sup>9</sup> Por lo general, solo las marcas internacionales de prestigio proveen garantía de fábrica de sus muebles al cliente final.

Tabla 16. Costo de transporte Perú – EAU por contenedor de 20 pies vía marítima

Fuente	Origen	Destino	Tránsito (días)	Puerto de Tránsito	Contenedor de 20' US\$ FOB
Damco	Callao - Perú	Jebel Ali- UAE	56	Balboa /Bremerhaven	U\$1,737
Intra	Callao - Perú	Jebel Ali- UAE	-	-	U\$2,300
DSV	Callao - Perú	Jebel Ali- UAE	42	Cristobal/Gioia Tauro	U\$2,450

Fuente: compilado por ORIENS International Business Consulting

Tabla 17. Costo de transporte Perú – EAU por kilo vía marítima

Fuente	Origen	Destino	Tránsito (días)	Puerto de Tránsito	Precio por Kg. US\$
Geodiswilson	Callao - Perú	Jebel Ali- UAE	49	Hong Kong	Transporte oceánico
					U\$123 x CBM o U\$184.50
<b>Trámites de aduana &amp; entrega entre los límites de Dubai</b>					BL Fee: U\$50
		AED 1390 + 5% valor CIF			Manejo GW PE: U\$80

Fuente: compilado por ORIENS International Business Consulting

Tabla 18. Costo de transporte Perú – EAU por kilo vía aérea

Fuente	Origen	Destino	Tránsito (días)	Puerto de Tránsito	Precio por Kg. US\$
Geodiswilson	Lima - Dubai	Dubai Airport	3	-	Transporte aéreo
					45+ Kgs: U\$9.58/kg
					Combustible: U\$1.15/kg
					UA: \$ 0.05/KG - SC: U\$ 0.2/kg
<b>Trámites de aduana &amp; entrega entre los límites de Dubai</b>					AWB: U\$20
		AED 1080 + 0.22/kg Manejo importación + 5% valor CIF			Manejo Exportación: U\$60.2

Fuente: compilado por ORIENS International Business Consulting

## 7. Actividades de Promoción

### 7.1 Ferias

A continuación se encuentra el listado de las ferias más relevantes del sector que tienen lugar en los Emiratos Árabes.

Es importante resaltar que las ferias en Dubai de este sector son las más grandes de la región del Golfo. Compradores provenientes de los países del Golfo, África e Irán visitan estas ferias regularmente.

La más famosa es INDEX, que pasó por un momento de crisis en 2008 y 2009, volviendo a retomar el papel de feria líder del sector en los EAU y en los países del GCC en el 2010.

**Index Dubai** - [www.indexexhibition.com](http://www.indexexhibition.com)

24 – 27 Septiembre 2012

La Exposición Internacional de Diseño INDEX es el evento más grande, de más larga duración y más innovador para los diseñadores de interiores / exteriores y arquitectos en la región de MENA. La exposición está físicamente dividida en 8 sectores específicos, a saber: muebles, artículos de cocina y baño, iluminación, vida al aire libre, *InRetail* (enfocado en interiores comerciales), textiles, *Inspire* (donde se presentan nuevos conceptos de diseño) y superficies & acabados. La última edición contó con 900 expositores de 45 países y 27.870 visitantes. Los visitantes profesionales en 2010 fueron 17.400.

**The Hotel Show** - [www.thehotelshow.com](http://www.thehotelshow.com)

28-30 Septiembre 2013

La feria es la más importante del sector hotelero en el Golfo. El 37% de los visitantes viene del sector de diseño de interiores. El total de visitantes de la edición anterior fue 15,500, provenientes principalmente de países del Golfo, Irán, India y África. La edición de 2012 tuvo 420 expositores de 45 países.

**Boudoir Prestige** - [www.boudoirprestige.com](http://www.boudoirprestige.com)

17-18 Septiembre 2012

En 2012 será la primera edición de este evento *solo por invitación*, que tiene lugar en el lujoso hotel Park Hyatt. Se trata de un evento B2B donde un número reducido de expositores del más alto nivel en términos de diseño y calidad, encuentra los ejecutivos con capacidad de decisión de las compañías locales más importantes en el sector de decoración de interiores. Los organizadores preparan encuentros pre-establecidos para cada uno de los participantes. Adicionalmente, una serie de cocteles, cenas y almuerzos ofrecen oportunidades adicionales para que las partes se encuentren y se conozcan.

## 7.2 Colaboración con APID

La *Association of Professional Interior Designers* (Asociación de Diseñadores de Interiores Profesionales) agrupa las firmas de diseño de interiores y algunos de los comercializadores de productos de interiores más importantes del país. APID es la única asociación de este estilo en los países del Golfo. A través de su página web y de los eventos especializados que organiza

anualmente, la asociación anuncia al sector nuevas tendencias, eventos internacionales y nuevos productos.

La colaboración con la APID puede representar para las empresas peruanas un instrumento efectivo para comunicarse directamente con quienes toman las decisiones en el sector de decoración de los Emiratos Árabes y de la región del Golfo.

## 8. Conclusiones

Las principales conclusiones de la investigación son las siguientes:

1. *Los Emiratos Árabes y, en particular Dubai, son el centro de diseño de interiores de los países del Golfo. Las compañías locales se ocupan de proyectos hoteleros y residenciales en África, países de Asia Central e Irán.*
2. *Después de la caída de 2009, el mercado volvió a crecer en el 2011, aunque, en varios casos, con tasas de crecimiento inferiores a las registradas en el resto del mundo.*
3. *Los productos importados siguen representando la parte más importante del consumo interno, a pesar de que la producción local está creciendo y es un competidor relevante para algunas líneas de productos, sobre todo muebles y partes de muebles de madera y lencería.*
4. *China es el mayor proveedor de productos de decoración del mercado, lo cual indica la mayor relevancia del precio sobre la calidad en este mercado. No obstante, existen nichos importantes que aprecian la calidad y las marcas internacionales, y están dispuestos a pagar por ellas.*
5. *Los productos peruanos son relativamente caros con respecto al promedio del mercado, pues están hechos a mano. Este factor los pone a competir en el segmento más alto del mercado, donde la calidad y el diseño son considerados muy importantes.*
6. *Las cadenas de distribución son relativamente cortas, puesto que la mayoría de las tiendas de decoración importan directamente sus productos y los venden a los clientes finales.*
7. *La mayoría de los operadores del sector desconocen la producción peruana y la asocian con productos étnicos.*

## 9. Recomendaciones

Para poder abrir el mercado de los Emiratos recomendamos:

1. *Dar a conocer la oferta exportable peruana a través de la participación en ferias y en misiones comerciales.*
2. *Invitar a los compradores locales a ferias de decoración que tienen lugar en Perú donde puedan apreciar las diferentes especializaciones de las compañías.*
3. *Invitación a las ferias especializadas que tienen lugar en Perú de periodista del sector para que escriban de Perú en las revistas de diseño más importantes del país.*



4. *Cooperar con la Asociación APID y participar en su evento de diseño anual, como instrumento i para llegar directamente a la audiencia principal del mercado.*
5. *Cooperación con grandes cadenas locales qua hayan comprado productos peruanos para la organización de eventos de lanzamiento y de promoción de los productos que ya hayan llegado a los Emiratos.*

## 10. Reporte de Visita: INDEX Dubai

INDEX Dubai, que se celebra en el Dubai World Trade Centre de los Emiratos Árabes Unidos, es la principal feria de interiores del Medio Oriente. El evento, que reúne al mercado internacional de la decoración, es un referente para los profesionales del mueble de toda el área geográfica de países árabes y del Golfo Pérsico.

Numerosos diseñadores de prestigio presentan sus nuevas colecciones en INDEX Dubai. Una serie de eventos paralelos, seminarios y conferencias complementan la feria, presentando los nuevos desarrollos de mano de los expertos del sector.

INDEX ofrece a los visitantes las últimas tendencias en productos como accesorios para el hogar, artículos de decoración, alfombras, lámparas, telas de tapicería, telas decorativas, muebles de cocina y mobiliario en general.

La XXI edición de INDEX en 2011 reportó 918 expositores de 45 países (20 pabellones nacionales), y un total de 27,870 visitantes, un incremento del 11% respecto al año anterior. 75% de los visitantes totales provenían de los Emiratos Árabes y 11% de otros países del Golfo.

En esta edición de INDEX la composición de los visitantes por actividad fue bastante variada:19% fueron diseñadores de interiores, 11% agentes y distribuidores, 10% productores y otro 10% contratistas de interiores. Es importante notar que alrededor de la mitad de los visitantes son clientes privados que visitan la feria para comprar productos y ver las nuevas tendencias. Los expositores extranjeros, de hecho, traen productos sobre los cuales pagan impuestos y no quieren devolverlos a su país después de la feria.

Las principales áreas de interés de los visitantes fueron los muebles (28%), artículos de iluminación (19%), textiles (17%) y los productos para la cocina y el baño (17%).

INDEX ha sido siempre reflejo de los altibajos de la economía de los Emiratos Árabes y de la región, dado el peso que tiene en Dubai la inversión en propiedad raíz. El evento retrata claramente el efecto que ha tenido, primero la gran expansión del sector inmobiliario entre 2005 y 2008, y luego el brusco descenso de la inversión en construcción y el consecuente impacto negativo en los sectores que cubre la feria.



Durante el primer periodo citado, INDEX era un evento con una intensa actividad de negocios, al tiempo que constituía la vitrina privilegiada de las tendencias e innovaciones del diseño de interiores, muebles y decoración en el Medio Oriente. En contraste, las ediciones de 2009 y 2010 fueron bastante pobres en visitantes y expositores, puesto que un gran número de los proyectos de construcción en los Emiratos Árabes (hoteles, residencias, palacios etc) fueron suspendidos o definitivamente cancelados. En esos dos años tuvo mayor peso la demanda de compradores provenientes de mercados africanos y de la ex-Unión Soviética, que la tradicional presencia de los compradores locales.

La edición de 2011 evidenció un repunte de la actividad del sector en los Emiratos Árabes, aun cuando sin alcanzar el brillo de los tiempos de bonanza. Esta tendencia continuó con mayor ímpetu en 2012, en tanto que se empiezan a presentar evidencias de cierta reactivación del mercado inmobiliario en Dubai, gracias en parte a la afluencia de nuevos residentes adinerados provenientes de los países de la región, quienes se han establecido en la ciudad escapando de la inestabilidad que la llamada "Primavera Árabe" ha traído a sus países de origen.

Con respecto a la posible participación en la feria por parte de PromPerú, podemos decir que los siguientes países participaron en la feria con pabellones organizados por agencias del gobierno: Portugal, Austria, Reino Unido, Bélgica, Brasil, Italia, Indonesia, Taiwán, Tailandia, Filipinas, Egipto, Alemania, Corea del Sur, Irlanda del Norte, Francia.

En relación con la oferta exportable peruana podemos subrayar lo siguiente:

1. *Hubo un sector de la feria enteramente dedicado a los productos de cerámica presentados por empresas italianas y, en particular, por una asociación de exportación italiana de cerámica.*
2. *Los productos de madera con decoración hechos a mano representan el segmento de mayor despliegue en la feria. Los competidores de los productos peruanos son los brasileros y filipinos, pero también los italianos, españoles y los productos locales.*
3. *Solo 15 empresas presentaron espejos, vidrio decorado y jarrones, sobre todo de Francia, Italia, Inglaterra y Emiratos Árabes.*
4. *Hubo 18 expositores de tapetes para decoración y para proyectos, provenientes de Irán, Emiratos Árabes, China e Italia.*
5. *Los textiles para cama representan un segmento más significativo en la feria con más de 40 expositores. Entre ellos hubo sobre todo empresas de Turquía, Francia, Italia, India y China.*
6. *Hubo solo 6 expositores de productos de plata. Estos provenían de Inglaterra, Francia, Italia y Emiratos Árabes.*

En general, aconsejamos la participación a empresas que tienen experiencia de trabajo en el sector de proyectos para hoteles y residencias. De hecho, la mayoría de los visitantes profesionales de la feria son decoradores de interiores y contratistas que buscan productos e ideas para este tipo de proyectos.