

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Guía de Mercado

Emiratos Árabes Unidos

Sector Servicios



prom
perú

Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura.....	4
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos	6
3.3.	Nivel de Competitividad.....	7
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	8
4.1.	Intercambio Comercial Colombia - Mundo	8
4.2.	Intercambio Comercial Colombia – Perú	9
V.	Acceso al Mercado	11
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	11
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio	13
5.3.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	14
5.4.	Servicios con Potencial Exportador	14
VI.	Tendencias del Consumidor	22
VII.	Cultura de Negocios	23
VIII.	Links de interés.....	24
IX.	Eventos Comerciales	24
X.	Bibliografía	25

I. Resumen Ejecutivo

EAU es un mercado de 8,3 millones de consumidores, mayormente urbanos, compuesto por siete emiratos: Abu Dhabi, Ajmán, Dubái (capital), Fujairah, Ras el Jaima, Sarja y Um el Kaiwan. Solamente entre Dubái (1,5 millones de habitantes), Abu Dhabi (1,5 millones de habitantes) y Sharjah (1 millón de habitantes) se concentra más de 95% de la población total emiratí.

Las importaciones de EAU se incrementaron a una tasa promedio anual de 1,6% entre los años 2009 y 2013. Entre los principales productos (SH4) demandados por el país destacan la joyería de metales preciosos, el oro en bruto, los coches de turismo y los diamantes, ya que el país es uno de los principales mercados de bienes de lujo o alta gama a nivel mundial. Los principales proveedores de este mercado son India (16%), China (16%), Estados Unidos (11%), Reino Unido (7%) y Alemania (6%).

Las ventas peruanas a EAU aumentaron de manera significativa a una tasa promedio anual de 89,9% en los últimos cinco años, alcanzando un total de US\$ 48 millones 2013. El sector no tradicional también mostró un importante incremento de 17,1% en respuesta a las mayores exportaciones del sector agropecuario (+ 50,8% de variación), principal rubro de exportación con valor agregado a este mercado con una participación de 43%. Otros sectores que mostraron importante dinamismo fueron sidero – metalúrgico (crecimiento de US\$ 149 miles) y varios que incluye joyería y artesanías (crecimiento de US\$ 46 miles), debido al aumento de los envíos de aleaciones de zinc (crecimiento de US\$ 52 miles) y lámparas para techo (crecimiento de US\$ 11 miles), respectivamente.

En 2012, las importaciones emiratíes de servicios comerciales sumaron US\$ 7 479 millones, 13,9% más que el año anterior; mientras que entre los años 2008 y 2012, estas compras crecieron en 12,6% en promedio anual.

Actualmente, EAU brinda oportunidades en distintos sectores desde la construcción (hoteles, residenciales e infraestructura), pasando por hidrocarburos (productos derivados del petróleo), servicios médicos (atención ambulatoria, turismo médico) y servicios bancarios, hasta llegar a los servicios de arquitectura (libre creatividad de diseños e innovación) y de logística (hub de Oriente Medio). A las líneas antes mencionadas, además se puede agregar centros de contacto & BPO, editoriales y software.

II. Información General



Los Emiratos Árabes Unidos, es un país de Oriente Medio, situado en el sudeste de la Península Arábiga sobre el Golfo Pérsico y está formado por siete emiratos: Ajmán, Dubái, Fujairah, Ras el Jaima, Sarja, Um el Kawain y la capital, Abu Dabi.

Los EAU cuentan con una población de 8,3 millones de habitantes. Las ciudades más importantes son Dubái y Abu Dabi con una población cercana a los 1,5 millones cada una. El

idioma oficial es el árabe, pero debido a la numerosa presencia de extranjeros, otras lenguas que suelen usarse son inglés e hindú. El 20% de la población censada es de origen emiratí, frente a un 80% de población extranjera, proveniente sobre todo de India, Pakistán, Sri Lanka y Filipinas.

El país posee el diez por ciento de las reservas de petróleo y cinco por ciento de las reservas de gas a nivel mundial, las cuales se localizan en la capital, Abu Dabi. Esto le concede un gran poder económico y lo perfila como un mercado que ofrece interesantes oportunidades para los productos y servicios peruanos. Debido a sus políticas preventivas, como la propuesta a futuro de invertir más de US\$ 1,600 millones en infraestructura en las zonas más pobres, la "Primavera Árabe" no ha afectado al país. Sin embargo, al igual que varias economías de la zona, se caracteriza por presentar un bajo nivel de democracia y transparencia

Cabe indicar que esta economía tiene óptimas relaciones comerciales con sus países vecinos. Además, forma parte de la Unión Aduanera denominada Consejo de Cooperación del Golfo (CCG) conformada por Bahreín, Omán, Kuwait, Qatar y Arabia Saudí, que actualmente se encuentra negociando un TLC con la Unión Europea

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013	2014*
Crecimiento del PBI (%)	1,7	3,9	4,4	4,8	4,4
PBI per cápita (US\$)	34 778	40 951	43 774	43 876	44 330
Tasa de inflación (%)	0,9	0,9	0,7	1,1	2,2
Tasa de desempleo (%)	3,8	4,5	4,6	4,7	4,8

Fuente: FMI Statistics Elaboración: PROMPERU

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

Los Emiratos Árabes Unidos (EAU) manejan una política económica de apertura a la inversión y cuentan con uno de los ingresos per cápita más elevados del mundo, además de un importante superávit comercial anual. A diferencia de sus pares regionales, el gobierno emiratí ha logrado con éxito diversificar su economía, con lo cual se ha logrado reducir la dependencia de las exportaciones de petróleo e hidrocarburos, actividad que representa en la actualidad solo el 25% de su PBI.

El país ha sufrido una notable transformación en los últimos 30 años. De ser una región empobrecida de pequeños principados (emiratos), se ha convertido en uno de los estados más modernos y cosmopolitas del mundo con un elevado nivel de vida. Esto se debe, principalmente, a su apertura a la inversión; las Zonas Francas son un ejemplo de ello, en las cuales se ofrece beneficios a los inversores foráneos, entre ellos la exención en el pago de impuestos.

En 2013, el PBI emiratí creció a una tasa de 4,8% como resultado de un mayor dinamismo del sector inmobiliario y gracias a la recuperación de los precios en Dubái. Sin embargo, para 2014, se tiene prevista una ligera desaceleración debido al menor aporte del sector petróleo a la economía del país.

Las perspectivas económicas de los EAU son prometedoras. El país tiene en cartera gran número de megaproyectos, mientras que el sector no energético mostrará un crecimiento promedio de 4% anual a mediano plazo gracias a las estrategias de diversificación puestas en marcha por el Estado. El objetivo del Gobierno es que el 64% del PBI sea generado por actividades no relacionadas con el sector energético en 2030.

Asimismo, entidades estatales clave como la Compañía Nacional de Petróleo de Abu Dabi y la Autoridad Portuaria de Dubái tienen múltiples planes de inversión para incrementar la capacidad de las actividades de exploración del sector petroquímico, así como optimizar la infraestructura portuaria, respectivamente.

b. Nivel de empleo

De acuerdo a cifras oficiales, se espera que el desempleo bordeará 4,8% en 2014, una décima más que en 2013. Pese a ello, la tasa de desempleo es de alrededor de 14% entre los nacionales y se concentra en los emiratos del norte como Ras el Jaima y Um el Kawain. Asimismo, el desempleo entre jóvenes también se mantiene arriba de 10%.

Vale mencionar que de acuerdo a la oficina nacional de estadísticas de EAU, los trabajadores foráneos representan más del 88% de la PEA, la mayoría provenientes de Sudeste Asiático, Filipinas y países árabes colindantes.

c. Tipo de cambio

La divisa oficial de EAU es el dirham emiratí (AED). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD = 3,67320 AED
US Dólar Dirham Emirati
1 USD = 3,67295 AED ↔ 1 AED = 0,272261USD
1,00 PEN = 1,32934 AED
Nuevo Sol Peruano Dirham Emirati
1 PEN = 1,32934 AED ↔ 1 AED = 0,752253 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

d. Inflación

La inflación fue de 1,1% en 2013, menor al promedio de países árabes. Sin embargo, en 2014, se espera que dicha tasa alcance 2,2% debido a las crecientes presiones de precios de vivienda, específicamente de los alquileres.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

El sector industrial, que incluye industrias extractivas, representa alrededor del 61,1% del PBI emiratí y emplea al 15% de la PEA. Actualmente, el sector manufacturas solamente representa el 8,6% del PBI nacional y, gracias a que el gobierno espera diversificar los sectores productivos, se espera que esta tasa se incremente al 25% en 2025; la petroquímica, la fabricación de autopartes y naves, así como la incursión en la industria aeroespacial conducirán esta expansión. Además, se está fomentando el desarrollo de la industria manufacturera a través de proyectos como Zonas Industriales que permiten el 100% de propiedad extranjera, especialmente en la ciudad de Abu Dabi.

El sector servicios, en tanto, tiene una participación de 38,2% en el PBI y provee trabajo al 78% de la PEA. El turismo ha sido el principal dinamizador del sector, gracias al posicionamiento efectivo del país como un destino cosmopolita y sofisticado sin dejar de ser exótico, así como al desarrollo de proyectos recreativos como parques temáticos basados en conocidas películas. Todo ello ha hecho que el valor real de los ingresos por este concepto se incrementen a tasas superiores a 5,5% promedio anual en los últimos cinco años. Las finanzas y la banca también han aportado notablemente al desarrollo de los servicios en el país a partir del fortalecimiento de la supervisión financiera por parte del gobierno, lo que ha hecho que EAU sea considerado como un modelo de buenas prácticas en este campo.

Por último, debido al clima extremo, la agricultura tiene una importancia relativa mínima (0,6 % del PIB en 2013), aunque dado que es el sector que más trabajadores nacionales emplea (sólo un 20% de la fuerza de trabajo de EAU son ciudadanos nacionales), es el que más ayuda recibe por parte del Gobierno y al que se le ha dedicado las mayores partidas del gasto público.

3.3. Nivel de Competitividad¹

Emiratos Árabes Unidos ofrece una serie de facilidades para hacer negocios. Por ejemplo, no tienen impuestos sobre la renta y sobre las sociedades a nivel federal para fomentar la participación del sector privado. Es por ello que es un mercado muy atractivo para la inversión extranjera, sobre todo para aquellas ligadas a las actividades de construcción e hidrocarburos. Sin embargo, este incentivo podría eliminarse debido a la posibilidad de introducir un sistema de IVA común para el año 2016 entre los países miembros del Consejo de Cooperación del Golfo, que incluye también a EAU. Además, existen proyectos para eliminar las restricciones de capital extranjero en la conformación de empresas que actualmente tiene un límite de participación del 49%.

Otros factores que fomentan la competitividad en el mercado emiratí son la creación de zonas de libre comercio, como JAFZA, en las cuales se puede crear empresas con 100% de capital extranjero. A su vez, el notable desarrollo de infraestructura, especialmente en puertos y aeropuertos, ha motivado a muchas empresas del Golfo Pérsico para asentarse en EAU. Ciudades como Abu Dhabi y Dubái se han consolidado como los principales centros logísticos de distribución en Medio Oriente, así como importantes puentes entre Asia y Europa.

A continuación se muestra el Ranking Doing Business, donde se evalúa la "Facilidad de hacer negocios" para 185 economías; en el cual EAU se ubica en la casilla 23 a nivel mundial y en el primer puesto en Medio Oriente.

Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2014

Criterios	EAU	Perú	Arabia S.	Chile	Israel	Colombia	Qatar
Facilidad de hacer negocios	23	42	26	34	35	43	48
Apertura de un negocio	37	63	84	22	35	79	112
Manejo permiso de construcción	5	117	17	101	140	24	23
Acceso a electricidad	4	79	15	43	103	101	27
Registro de propiedades	4	22	14	55	151	53	43
Obtención de crédito	86	28	55	55	13	73	130
Protección de los inversores	98	16	22	34	6	6	128
Pago de impuestos	1	73	3	38	93	104	2
Comercio transfronterizo	4	55	69	40	10	94	67
Cumplimiento de contratos	100	105	127	64	93	155	93
Cierre de una empresa	101	110	106	102	35	25	36

Fuente: Doing Business 2014 Elaboración: PROMPERU

¹ Cfr. Doing Business 2014: Italy

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial EAU - Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Bienes EAU – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	104 474	161 190	220 236	213 252	208 160	18,8	-2,4
Importaciones	142 726	161 549	199 010	211 617	215 036	10,8	1,6
Balanza Comercial	-38 252	-359	21 226	1 635	-6 876	-	-
Intercambio Comercial	247 200	322 739	419 246	424 869	423 196	14,4	-0,4

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

EAU es un mercado particularmente dependiente de las exportaciones, las cuales significaron 82% del PBI en 2013, frente al 76% registrado hace cinco años atrás. Los mercados asiáticos, principalmente Japón e India, son los más importantes para las exportaciones del país representando en conjunto 57% del total en 2013. En cuanto a productos, los combustibles minerales siguen teniendo gran relevancia (42% de participación), mientras que las manufacturas básicas – conformadas principalmente por las reexportaciones – representan 12%.

Las importaciones de EAU se han incrementado de manera notable en los últimos cinco años, a una tasa media anual de 10,8%. Entre los principales productos (SH4) demandados por el país destacan la joyería de metales preciosos, el oro en bruto, los coches de turismo y los diamantes, ya que el país es uno de los principales mercados de bienes de lujo o alta gama a nivel mundial. Los principales proveedores de este mercado son India (16%), China (16%), Estados Unidos (11%), Reino Unido (7%) y Alemania (6%).

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Servicios EAU – Mundo²
Millones de US\$

Comercio Exterior	2008	2009	2010	2011	2012	Var % Promedio	Var% 2012/2011
Exportaciones	637	654	708	735	790	5,5	7,4
Importaciones	4 660	4 083	4 502	6 565	7 479	12,6	13,9
Balanza Comercial	-4 023	-3 430	-3 794	-5 830	-6 690	-	-
Intercambio Comercial	5 297	4 737	5 210	7 300	8 269	11,8	13,3

Fuente: UNCTAD Elaboración: PROMPERU

² Fuente oficial no reportó data disponible para 2013

Emiratos Árabes es un mercado mundialmente conocido por el alto nivel de desarrollo y competitividad de su sector servicios, siendo Dubái, su capital, reconocida como uno de los principales centros de servicios comerciales, financieros, logísticos y empresariales. Actualmente, EAU brinda oportunidades en distintos rubros como servicios bancarios, servicios de arquitectura (libre creatividad de diseños e innovación) y de logística (hub de Oriente Medio).

4.2. Intercambio Comercial Perú - EAU

Información Comercial Perú - EAU

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Perú - EAU
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	4	7	7	29	48	89.9	66.1
Importaciones	5	6	7	13	10	16.8	-25.4
Balanza Comercial	-1	2	-1	16	39	-	-
Intercambio Comercial	9	13	14	42	58	59.8	37.9

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En líneas generales, el intercambio comercial Perú – EAU ha mantenido una tendencia creciente, con una elevada tasa promedio anual de 59,8% para el periodo 2009 – 2013. Esto se debe básicamente al mayor dinamismo de las exportaciones peruanas hacia este destino, especialmente de oro en bruto cuyos envíos se incrementaron en US\$ 37 millones. En tanto que las importaciones sufrieron una importante contracción de 25,4% en 2013, debido a las menores compras peruanas de aleaciones de aluminio y polietileno en formas primarias.

Sectores Tradicionales y no Tradicionales

Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Miles de US\$		Var%
	2012	2013	2013/2012
TRADICIONAL	23 434	41 650	77,7
<i>Minero</i>	23 434	41 604	77,5
Cobre concentrado	19 080	0	-100,0
Oro	4 354	41 572	854,8
Metales menores	0	32	-
<i>Agrícola</i>	0	46	-
Café	0	46	-
NO TRADICIONAL	5 576	6 530	17,1
Agropecuario	1 847	2 778	50,4
Textil	376	526	40,0
Pesquero	137	0	-99,8
Químico	894	605	-32,3
Metal - Mecánico	268	933	248,2
Sidero - Metalúrgico	0	149	155 828,7
Minería No Metálica	1 959	1 335	-31,9
Maderas y Papeles	94	153	62,5
Pieles y cueros	0	4	-
Varios (Inc. Joyería y Artesanía)	2	48	2 568,5
TOTAL	29 010	48 179	66,1

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la clasificación SUNAT, en los últimos dos años, los envíos a EAU han aumentado en 66,1% como consecuencia del mayor dinamismo de los envíos tradicionales, específicamente de oro (+ 854,8% de variación).

El sector no tradicional, en tanto, también mostro un importante incremento de 17,1% en respuesta a las mayores exportaciones del sector agropecuario (+ 50,8% de variación), principal rubro de exportación con valor agregado a este mercado con una participación de 43%. Otros sectores que mostraron importante dinamismo fueron sidero – metalúrgico (+ US\$ 149 miles) y varios que incluye joyería y artesanías (+US\$ 46 miles), debido al aumento de los envíos de aleaciones de zinc (+ US\$ 52 miles) y lámparas para techo (+ US\$ 11 miles), respectivamente.

Exportaciones No Tradicionales

Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Miles US\$					Var%	Var%	% Part
		2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	2013/2012	2013
7007210000	Vidrio de seguridad contrachapado para automóviles	1 191	3 505	3 795	1 932	1 266	1,5	-34,5	19
3603004000	Cápsulas fulminantes	873	673	527	528	500	-13,0	-5,2	8
8430490000	Máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas	0	0	0	0	489	-	-	7
0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	15	17	51	71	484	136,5	586,1	7
0713359000	Frijol castilla	334	1 556	625	894	484	9,7	-45,9	7
0810909000	Granadas frescas	0	0	0	46	459	-	905,8	7
2001909000	Conservas de jalapeño en vinagre	164	196	271	151	372	22,8	146,9	6
0806100000	Uvas frescas	81	83	388	282	294	38,2	4,5	5
0713509000	Habas	0	25	94	114	128	-	12,4	2
0904229000	Pasta de ají cayena / habanero	0	0	3	0	107	-	-	2
	Otros	1 050	1 095	1 052	1 561	1 948	16,7	24,8	30
	Total	3 707	7 151	6 806	5 576	6 530	15,2	17,1	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En 2013 fueron 248 las subpartidas no tradicionales enviadas a EAU, entre los cuales destaca el vidrio de seguridad contrachapado que pese a su contracción sigue siendo el principal producto exportado con una participación de 19%.

Destaca además el dinamismo mostrado por productos del sector agropecuario como granadas frescas (905,8% de variación), espárragos frescos o refrigerados (586,1%), flores frescas (176,9%) y conservas de jalapeño (146,9%).

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Desde 2003, EAU junto con otros cinco países (Arabia Saudita, Bahréin, Qatar, Kuwait y Omán) formaron el Consejo de Cooperación del Golfo - CCG con la intención de unificar su arancel exterior aplicable a terceros. El CCG como Unión Aduanera, estableció un arancel del 5% sobre casi todos los productos que se importan. Sin embargo algunos productos muestran ciertas excepciones tales como el alcohol (arancel = 50%) y el tabaco (arancel = 100%).

Además, existe una serie de productos exentos de arancel entre los que figuran los animales vivos, las verduras frescas, las frutas, las medicinas, los libros y mercancías tales como arroz, azúcar, y té. También están exentas la materia prima y la maquinaria importada por entidades fabricantes con una Licencia Industrial emitida por el Ministerio de Industria y Finanzas. La exención se aplica también a la maquinaria pesada y a los equipos que entran en el país para proyectos de construcción o de investigación y alta tecnología.

Dado que se trata de una Unión Aduanera, los productos que entran en un país pueden moverse libremente sin arancel a otro país del CCG, aunque pueden estar sujetos a algún arancel protector establecido ocasionalmente para proteger una mercancía específica.

Específicamente en el sector de alimentos los EAU imponen actualmente un arancel de 5% a todos los productos alimenticios procesados de países no pertenecientes al Consejo de Cooperación del Golfo (GCC). Sin embargo, los ítems agrícolas a granel y los productos alimenticios semi-procesados están exentos del deber.

Aranceles a partir de 25 hasta 100 por ciento son impuestos en productos como el alcohol (50% del valor CIF) y el tabaco (100% del valor CIF en aduana de Abu Dhabi). Los EAU son fuertemente dependientes en las importaciones y esto se refleja en la regulación de la importación. Estos solo pueden importar solamente el tipo de productos para los que cuentan con licencia.

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	7007210000	Vidrio de seguridad contrachapado para automóviles	-	China (28%) Alemania (18%) Japón (16%)	5%	
2	3603004000	Cápsulas fulminantes	-	Brasil (43%) India (29%) EEUU (11%)	5%	
3	8430490000	Máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas	-	China (80%) Holanda (6%) EEUU (4%)	5%	
4	0709200000	Espárragos frescos o refrigerados	-	Tailandia (41%) Italia (23%) EEUU (18%)	0%	
5	0713359000	Frijol castilla	-	Madagascar (56%) EEUU (14%) Tanzania (13%)	5%	
6	0810909000	Granadas frescas	-	India (56%)	0%	

				Tailandia (19%) Egipto (4%)		
7	2001909000	Conservas de jalapeño en vinagre	32°	India (26%) Egipto (15%) Omán (14%)	5%	
8	0806100000	Uvas frescas	14°	India (22%) Sudáfrica (19%) EEUU (12%)	0%	
9	0713509000	Habas	-	Australia (89%) Egipto (7%) Reino Unido (3%)	5%	
10	0804502000	Mangos frescos	-	India (59%) Pakistán (25%) Egipto (7%)	0%	

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: PROMPERU

Medidas No Arancelarias

Las licencias de importación se conceden de manera automática a los importadores que las solicitan al Ministerio de Comercio Exterior contra la presentación de la licencia de actividad y el número de registro de la Cámara de Industria y Comercio y una remesa documentaria básica.

Por razones religiosas y de seguridad, hay varias restricciones en la importación de productos como el alcohol, el tabaco, las armas de fuego y la carne de cerdo (se prohíbe el uso de grasa de cerdo, así como el uso de ingredientes de cualquier derivado del cerdo salvo muy pocas excepciones, en productos que no están destinados al consumo masivo sino que solo para comunidades no musulmanas).

Para el alcohol, existe un número restringido de importadores según el emirato en el cual operan. En Dubái son 2, en Abu Dhabi 4, en Ajman (donde existe más flexibilidad) son 11 en Umm Al Qwain 2, Ras Al Khaimah 1 y en Fujairah 1. El emirato de Sharjah practica una prohibición total emulando así a Arabia Saudita por razones político - económicas. Sin embargo, los dos importadores de Dubái son los que en realidad influyen las tendencias del mercado de EAU.

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

- Impuesto sobre bienes y servicios

En general no hay imposición sobre el beneficio de Sociedades ni sobre la renta, ni Impuesto sobre el Valor Añadido, si bien se viene hablando recurrentemente de establecerlo.

En la práctica sólo pagan impuestos: las sucursales de bancos extranjeros (20% s/beneficios), las empresas extranjeras que explotan recursos petrolíferos, gas y petroquímicos (50% s/beneficios) y las empresas de hoteles y courier.

5.3. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Los Emiratos Árabes Unidos, en la última década, han buscado optimizar sus relaciones comerciales y económicas con otras naciones en base a la dotación de beneficios mutuos y la asociación estratégica. Con este fin, los Emiratos Árabes Unidos, dentro del marco de trabajo de los países del CCG (Consejo de Cooperación del Golfo), ha iniciado negociaciones con varios países para celebrar acuerdos de libre comercio con el fin de mejorar la, posición del país como centro de comercio y de destino de las inversiones.

5.4. Servicios con Potencial Exportador

Emiratos Árabes Unidos posee uno de los niveles de calidad de vida más elevados, además de un sistema educativo enfocado en la creación y el desarrollo de empresas de alta tecnología. Además, es uno de los principales receptores de IED de Medio Oriente y sede de subsidiarias de las principales empresas occidentales como IBM, 3M y 3 Power Energy por lo cual es un mercado que ofrece importantes oportunidades para servicios de toda índole, desde empresariales y outsourcing, hasta software y TI.

De otro lado, el establecimiento comercial en Dubái es relativamente fácil y económico debido a las políticas progresistas y de libre mercado impulsadas por parte del Gobierno con el fin de animar activamente a los inversores extranjeros. En algunos casos, incluso el Gobierno ofrece todas las instalaciones industriales para el establecimiento de las empresas foráneas.

Lo que hace que los negocios en los EAU, especialmente en Dubái, sean más atractivos es el hecho de que la tributación para empresas es casi mínima. Los únicos sectores industriales que son evaluados de manera significativa son la banca, el petróleo y la fabricación de cigarrillos. Por lo que la mayoría de servicios se encuentran libres de gravámenes y poseen grandes beneficios en las Zonas de Libre Comercio.

5.4.1. Oportunidades en la línea de software

El mercado de tecnologías de información en EAU viene creciendo a un ritmo sostenido, pasando de US\$ 3,200 millones en 2009, a US\$ 4,700 millones para 2013. Gracias a ello, el país árabe se ha logrado posicionar como el mayor centro de tecnologías de información en Medio Oriente y el Norte de África. Se espera que este liderazgo se mantenga como resultado del gran impulso que viene ofreciendo el gobierno para el desarrollo del sector (el 90% de servicios del gobierno se ofrecen vía electrónica), así como la elevada tasa de uso de internet que posee el país (89% en 2013).

La evolución del mercado de las TI en EAU ha sido sorprendente debido a una importante serie de reformas, siendo el más importante la puesta en marcha del proyecto Dubai Internet City por más de US\$ 1 300 millones. A su vez, el gobierno también ha motivado el desarrollo de "ciudades inteligentes" o Smart cities, y ha impulsado la prestación de servicios gubernamentales en línea (más del 90%). Para los próximos años, se espera que los juegos para celulares y el comercio electrónico – segundo mercado más grande de Oriente Medio - experimenten un notable crecimiento, sobre

todo entre los segmentos más jóvenes. En primer lugar, las ventas de videojuegos para celulares sumaron US\$ 2,8 millones en 2013, lo cual significó una expansión total de 464% en relación a 2008, y se espera un crecimiento de 51,2% para 2014. En segundo lugar, el comercio electrónico muestra estimaciones de crecimiento de hasta 300% anual; lo cual ha impulsado a las empresas dedicadas al rubro a contar con más desarrolladores de Java y .NET.

En cuanto a tendencias, el "Green IT", que se refiere a soluciones amigables con el ambiente, ha adquirido notable importancia entre los proveedores y vendedores que utilizan credenciales verdes como ventaja competitiva.

La expansión en la línea de software en los EAU se ha visto impulsada por el notable crecimiento de las ventas de aplicaciones empresariales o EAS, la cual ha destacado por sus millonarios gastos en programas y mantenimientos de licencias en los últimos años. Las principales empresas que contratan esta clase de productos y servicios son instituciones prestadoras de servicios financieros (tecnologías de la nube), bancos comerciales (desarrollo de aplicaciones móviles) y líneas aéreas (desarrollo web y aplicaciones móviles).

En cuanto a software de soluciones empresariales (EAS) Emiratos Árabes Unidos es el segundo mayor mercado del Golfo Pérsico, únicamente por detrás de Arabia Saudí, y los principales productos y/o servicios ofrecidos son paquetes de contabilidad y soluciones ERP y CRM. En el caso del ERP, las empresas lo requieren con el fin de optimizar sus recursos y procesos back-office, así como herramienta de apoyo para tareas contables y financieras.

Otra tendencia importante entre las empresas es la rápida adopción de la computación en nube o cloud computing con el fin de optimizar los costos y mejorar la productividad. Se espera que el mercado de computación en la nube crezca a una tasa compuesta anual cercana a 44% hasta 2016. Aunque muchas pequeñas empresas siguen gastando solo una pequeña proporción de sus presupuestos en TI, la demanda de cloud computing y virtualización están creciendo.

Por todo lo expuesto, los Emiratos Árabes representan una gran oportunidad para productos y servicios relacionados al software debido a que es el principal centro regional de TI y goza de una infraestructura óptima. A su vez, ofrece un mercado potencial de casi 2,000 millones de personas en las regiones circundantes incluyendo Asia, Medio Oriente y el Norte de África. Con la creación de Dubai Internet City, el outsourcing brindará mayores oportunidades para empresas de TI y software.

5.4.2. Oportunidades en la línea editorial

El sector editorial en los Emiratos Árabes Unidos (EAU) se encuentra en una etapa de desarrollo debido a que es una industria relativamente joven aun; sin embargo, muestra gran potencial para convertirse en un sector de importancia estratégica tanto a nivel nacional como regional.

Las importaciones de libros en idioma inglés predominan sobre los de árabe en una proporción estimada de 65% a 35%, respectivamente; lo cual refleja las prácticas de lectura de un público que generalmente vive en un ambiente multilingüe y multifacético. El mercado de libros en árabe se centra en la producción nacional y en las importaciones de otros países del Golfo Pérsico, principalmente Líbano. Otros proveedores de esta clase de textos son Egipto, Siria y Jordania. En tanto, las importaciones de publicaciones en idioma inglés muestran un importante crecimiento de 22,000 títulos importados en 2009, se pasó a 30,000 títulos en 2011; así también, mientras en 2005 se importó un valor de aproximadamente US\$ 19 millones, en 2011, estas alcanzaron los US\$ 47 millones. Los únicos dos proveedores de esta clase de textos, en 2011, fueron Reino Unido y Estados Unidos con sendas participaciones de 56% y 44%, respectivamente.

El mercado emiratí de publicaciones tiene un valor estimado de US\$ 260 millones en precios al consumidor o al por menor. En tanto, el valor del mercado de libros en inglés sumó US\$ 170 millones en 2011, sobre la base de un margen promedio para la distribución y venta al por menor de 30% a 40%. Además, el mercado del libro en Emiratos Árabes Unidos asciende a US\$ 30 per cápita, el triple en valor en comparación con uno de los mercados editoriales más grandes de Latinoamérica, Brasil, el cual apenas llega a US\$ 10 per cápita.

Los Emiratos Árabes ofrecen un entorno estable y de confianza con respecto a la economía y legislación (Derechos de Autor), así como lectores con altos niveles de educación y con elevado poder adquisitivo. En este escenario los libros se comercializan y distribuyen por distintos canales, siendo los más representativos B2B (business to business) y B2C (business to consumer). Por otro lado, el comercio de textos y publicaciones se complementa con diversas plataformas profesionales y culturales, entre ellas dos ferias reconocidas internacionalmente de libros, en Sharjah³ y Abu Dhabi⁴, premios internacionales para la escritura árabe y becas para traducciones al árabe.

En cuanto a e-books, este sector muestra importantes oportunidades teniendo en cuenta que el 64% de adultos en EAU poseen al menos un Smartphone, además, la presencia de las tablets es cada vez mayor gracias a que son promovidas activamente por los gobiernos locales. Actualmente, el mercado de e-books en EAU se encuentra en una difícil transición y está enfocado en la venta digital de libros en idioma inglés, debido a las barreras impuestas por el gobierno para la difusión de libros en árabe. Es por ello que uno de los canales de distribución más populares para libros digitales, IBookstore de Apple, no tiene presencia aún en EAU.

El establecimiento de una editorial en los Emiratos Árabes Unidos para la producción local o importación de libros requiere de varias licencias y permisos, los cuales en conjunto involucran a cuatro diferentes entidades gubernamentales:

³ Para más información: <http://www.sharjahbookfair.com/page/>

⁴ Para más información: <http://www.adbookfair.com/>

- Consejo Nacional de Medios (National Media Council): Organismo dependiente del Ministerio de Información, otorga permiso para la creación de una empresa editorial y aprueba todos los títulos a publicar en los Emiratos Árabes.
- Ministerio de Economía: Es el encargado del registro de los derechos de autor y lucha contra la piratería en cooperación con el Departamento de Policía.
- Ministerio de Cultura: Participa en varios programas de apoyo a los autores, principalmente, en las traducciones.
- Ministerio de Asuntos Islámicos (Ministry of Islamic Affairs): Entidad encargada de la supervisión de títulos relacionados con los temas religiosos.

5.4.3. Oportunidades en la línea de centros de contacto

Emiratos Árabes Unidos es uno de los mercados mundiales más importantes en cuanto a outsourcing y BPO, únicamente por detrás de India, Irlanda, Malasia y Filipinas. Múltiples empresas transnacionales han visto oportunidades en operaciones de outsourcing en la región de Oriente Medio y el Norte de África (MENA) debido a su proximidad geográfica con Europa. Gracias a ello, se vienen terciarizando una amplia variedad de sectores tales como banca y finanzas, contabilidad, IT, procesamiento de nóminas, ingeniería, investigación y desarrollo, entre otras. Algunas empresas globales que cuentan con operaciones terciarizadas en EAU son Nokia, Siemens, Emirates Airlines y AXA Seguros.

A partir de 2007 funciona la Zona de Outsourcing Dubai (DOZ), la cual abarca tres millones de metros cuadrados y se ha consolidado como un polo de desarrollo para empresas de sectores tales como BPO, Outsourcing de recursos humanos, Outsourcing de IT, Back Office y Call Center.

Además, la DOZ ofrece infraestructura de primer nivel, servicios de gestión de instalaciones y seguridad las 24 horas. Un beneficio adicional es que se puede tener el 100% de propiedad de la empresa operadora en la Zona Libre, la cual se encontrará exenta del pago de impuestos.

5.4.4. Oportunidades en la línea de servicios de arquitectura

Emiratos Árabe Unidos, sin duda alguna, es uno de los grandes referentes mundiales en cuanto a arquitectura del Siglo XXI. Este mercado ofrece importantes oportunidades para la arquitectura innovadora y creativa, habiendo atraído en los años recientes a los más renombrados profesionales y empresas de arquitectura. Uno de los principales impulsores del auge arquitectónico emiratí es el emir de Dubái Sheikh Mohammed Bin Rashid a través de la Ley de la Propiedad, la cual ha propiciado un desarrollo representativo en la región.

Algunas características generales del mercado emiratí de servicios de arquitectura y diseño es que las empresas prestadoras de este tipo de servicios abarcan toda clase de proyectos, desde grandes obras civiles hasta lo relativo a medio ambiente e infraestructura. Una característica importante a tomar es que el mercado de proveedores de servicios de arquitectura en EAU es bastante atomizado, ya que interactúan algunas grandes empresas, con un gran número de pequeñas y medianas firmas de consultoría; además, se encuentra dominado principalmente por firmas anglosajonas, las cuales tienen larga experiencia en el mercado y buen prestigio. En cuanto a empresas locales, estas suelen tener poca experiencia para proyectos de gran envergadura, por lo que suelen contactarse con arquitectos y otros profesionales de este sector, principalmente, de origen europeo o americano. Esta circunstancia puede representar una oportunidad para las empresas peruanas que quieran establecerse en colaboración con una empresa emiratí.

Actualmente, los mercados con mayor crecimiento son los emiratos de Abu Dhabi y Dubái. La mayor parte de las empresas foráneas tienen sus oficinas de representación o de servicios de consultoría en estas dos ciudades. Es por ello que se tratará a cada emirato como independiente, debido a que las tendencias y necesidades son distintas para ambos.

Dubái es la ciudad que dio origen al desarrollo inmobiliario en EAU. La liberalización del sector y el fácil acceso a la propiedad privada por parte de extranjeros propiciaron un escenario ideal para la entrada al mercado de estudios de arquitectos, consultoras, empresas de bienes raíces y construcción, importadoras y proveedoras de materiales de construcción. El mercado residencial en la ciudad se ha recuperado en el último año reflejado en el aumento de precios y la mayor demanda siendo los puntos de mayor desarrollo las comunidades de lujo como Dubailand, Jumeirah Village, Dubái Marina y Business Bay. Los proyectos más ambiciosos son Jumeirah Garden City, cuya ejecución está programada para 2015 y tiene como principal objetivo atender a una población de 60 000 habitantes, Culture Village, que finalizará en 2014 y además de viviendas tendrá un puerto y centros culturales, y The Lagoons, cuyo objetivo es la creación de siete nuevos distritos – islas.

En tanto, el mercado de oficinas muestra cuatro proyectos importantes como la construcción de la sede central del Standard Chartered Bank en el área de Downtown Burj Kalifha, así también las edificaciones de los proyectos Vision Tower, Empire Heights en Business Bay, y Platinum Tower.⁵

El Emirato de Abu Dhabi, antigua capital de EAU, es el futuro del desarrollo arquitectónico debido a que se encuentra impulsando un ambicioso proyecto de desarrollo denominado Plan 2030, el cual incluye la construcción de una nueva ciudad – capital, promover sus 200 islas naturales, la implementación de un moderno sistema de transporte público y constituirse en el centro cultural y deportivo de los Emiratos Árabes Unidos⁶. Adicionalmente, otro proyecto que vale la pena resaltar es Masdar City, que será una ciudad libre de dióxido de carbono y sin residuos, diseñada por la firma

⁵ Cámara de Comercio e Industria de Dubái 2014

⁶ Para más información acerca del Plan Abu Dhabi 2030:

<http://gsec.abudhabi.ae/Sites/GSEC/Navigation/EN/publications.did=90378.html>

de arquitectos británica Foster & Partners. En cuanto a proyectos actuales, en el sector residencial se espera construir 22 000 viviendas en 2014, principalmente en las zonas de Reem Island, Raha Beah, Al Reef Villas, Danet, Saadiyat Island y Radwath. Uno de los proyectos más ambiciosos es el denominado Seikh Zayed que tiene como objetivo beneficiar a 370 000 familias emiratíes cuando haya concluido en 2030. Cabe agregar que a 2014, solo Abu Dabi cuenta con más de 50 proyectos de construcción en planeamiento, diseño o ejecución.

En lo relativo a las formas de acceso al mercado para las empresas de consultoría de arquitectura e ingeniería; la Cámara de Comercio de Dubái fija el sector de la Arquitectura en su partida 7241 – 08: Architectural and Engineering Consultancies. En este punto se diferenciará los dos principales emiratos, Dubái y Abu Dhabi, puesto que cada uno posee sus propias leyes y regulaciones que conviene distinguir. Es importante notar que para trabajar en algún emirato hay que obtener la correspondiente licencia de actividad para cada uno ellos.

5.4.5. Oportunidades en la línea de servicios logísticos

Este mercado considera al sector logístico (transporte y almacenaje) como un elemento estratégico para su desarrollo económico y social del país. Este interés se ve reflejado en la construcción del Dubai World Central⁷, el cual se convertirá en el centro logístico multimodal más importante del mundo. Este proyecto se viene ejecutando en un área dos veces mayor a la isla de Hong Kong y comprenderá la construcción del Aeropuerto más grande del planeta (Al – Maktum Airport), el tercer puerto marítimo más grande del mundo (Jebel Ali Port), un puerto para carga seca, y dos zonas para almacenamiento y servicios logísticos integrados (Jebel Ali Free Zone y Dubai Logistics City), entre otros.

Desde hace más de 20 años, los EAU se han consolidado como centro logístico líder (HUB) en Medio Oriente, por lo que muchas empresas logísticas establecidas en tierras emiratíes no se limitan a operar solamente en el país, sino también en áreas adyacentes como el MENA (Medio Oriente y Norte de África) o en su defecto, en el entorno del GCC (Consejo de Cooperación del Golfo).

El mercado logístico tiene una notable dependencia de las variaciones del flujo exportación/importación, aspecto que cobra gran importancia debido a que, al ser el hub de Oriente Medio, es utilizado como enlace entre Asia y Europa, así como centro de reexportaciones para otras regiones (Dubái: tercer puesto mundial en cuanto a centro logístico de reexportaciones por detrás únicamente de Hong – Kong y Singapur).

En 2013, el mercado logístico en EAU sumó aproximadamente US\$ 23 mil millones, lo que representó casi el 6% del PBI del país⁸. Además, de acuerdo a estimaciones de Frost & Sullivan, es

⁷ Para más información: <http://www.dwc.ae/>

⁸ Frost & Sullivan 2014

probable que crezca 15,4% en 2014, con lo cual alcanzará los US\$ 27 mil millones. Cabe agregar que los contratantes de esta clase de servicios se centran, principalmente, en tres variables: conectividad, rapidez en la entrega y predictibilidad (confiabilidad y regularidad de los flujos logísticos).

En términos de segmentos funcionales, el mercado total de la logística en los Emiratos Árabes Unidos consta de servicios de transporte, servicios de almacenamiento, servicios de transporte de carga y servicios logísticos de valor agregado (SLVA). Se estima que existen oportunidades en el mercado emiratí para los siguientes tipos de empresas:

- En el caso del software, para Agentes de servicios integrados que ofrezcan un elemento tecnológico diferencial que optimicen la eficiencia de la entrega, la fiabilidad de la misma y que brinden soluciones de trazabilidad para su rastreo o seguimiento.
- Proveedores de servicios relacionados al mercado logístico (Tecnologías de la Información, desarrollo de plataformas de ayuda que incrementen la productividad, consultoría, etc.)
- Prestadores de servicio de transporte carretero, que brinden un servicio regular e integrado, preferiblemente que cubran el área del MENA (Medio Oriente y Norte de África) o por lo menos el Golfo Pérsico.

Para operar con éxito en este mercado es necesario tener un alto nivel de competitividad y eficiencia, teniendo sumo cuidado en el manejo de tiempos y en el seguimiento de la mercancía. A su vez, es recomendable para los prestadores de servicios de transporte terrestre que recién se inician en el mercado tener un centro operativo fuera de las zonas de libre comercio (ZLC), más aún si son empresas pequeñas, ya que con ello se reducen las necesidades de infraestructura logística muy desarrollada, solicitada de manera imperativa en dichas áreas. Algunos costos relacionados al establecimiento en la Zona de Libre Comercio Jebel Alí (Jafza)⁹, la cual cuenta con la presencia de más de 7,000 empresas.

5.4.6. Oportunidades en la línea de franquicias

Las franquicias han sido la principal fuerza revolucionaria e impulsora de la oferta de servicios de alimentación en los Emiratos Árabes Unidos. Gran parte de las marcas líderes del mercado emiratí son formatos reconocidos a nivel internacional, las cuales se encuentran representadas por grandes empresas regionales o nacionales que actúan como franquiciados maestros (MH Alshaya/ Emirates Leisure Retail / Kuwait Food / Baskin Robbins).

⁹ Para más información: <http://www.jafza.ae/>

Asimismo, el país es considerado como un punto de entrada para las marcas internacionales que quieren expandirse en los países del Golfo Pérsico y en la región de Oriente Medio y el Norte de África (MENA), cuyo mercado regional de franquicias se estima en US\$ 30 mil millones. Esto debido al entorno empresarial favorable del país y la promoción de este formato de negocio por parte del gobierno.

En 2013, EAU registró 850 marcas locales e internacionales en formato de franquicias, las cuales están creciendo a un ritmo de 16% anual en comparación con otros mercados regionales. De ellas alrededor de 300 pertenecen al rubro retail y se espera que ingresen 160 nuevas marcas en 2014 y 2015.

En 2012, las 10 mejores marcas en Emiratos Árabes Unidos fueron franquicias, siendo Starbucks (MS Alshaya) la líder del ranking. Esta marca fue seguida por la cadena de cafeterías Costa Coffe (ELR), los restaurantes de comida rápida Kentucky Fried Chicken (Kuwait Food) y Pizza Hut (Kuwait Food), la heladería Galadari (Baskin Robbins), el restaurante de comida texana Chili's (Saleh Bin Lahej), McDonald's, TGI Fridays, Caribou Coffe y Burger King. Estas empresas poseen una fuerte marca mundial y tienen relativamente fácil penetración en el mercado emiratí debido al gran porcentaje de extranjeros que viven en el país (88% del total).

Pese a que existe un dominio de marcas globales, EAU también exhibe algunas franquicias locales. Al - Islami Foods, por ejemplo, es dueña de la cadena Fresh Al Farooj que se dedica a la venta de comida rápida a base de pollo; esta cadena fue lanzada con apoyo del emir de Dubái, Mohammed Bin Rashid, en el marco del programa Jóvenes Empresarios Líderes, que busca la creación de franquicias locales. Otra franquicia emiratí con notable acogida son las cafeterías Shakespeare & Co., la cual ya ha sido comprada en otros países de la región como Siria, Omán y Líbano.

El interés por las franquicias en los Emiratos Árabes Unidos fue impulsado con el lanzamiento de la feria *Franchise UAE Expo*¹⁰ en 2009, la cual celebrará su sexta edición los días 28 y 30 de octubre de 2014. Esta feria es la más grande de Medio Oriente en lo relativo a franquicias, y en su última edición, en 2013, alcanzó la presencia de 3 500 visitantes. Otro acontecimiento importante fue la creación, en 2004, de la Asociación de Franquicias de Emiratos Árabes Unidos, la cual ha servido como una entidad importante para agilizar y facilitar la creación de franquicias en el país.

En la actualidad no existe una legislación específica de franquicia que le brinde una protección especial, solamente están amparadas en los contratos y el derecho mercantil. Además, la legislación emiratí establece que sólo los nacionales de EAU pueden tener empresas de propiedad total, los extranjeros solamente pueden actuar de socios y tener una participación máxima de 49%. Por lo

¹⁰ Para más información: <http://www.franchiseuaeexpo.com/>

tanto, la selección de un socio local fiable o patrocinador es esencial para las empresas foráneas que planean ofrecer franquicias en los Emiratos Árabes Unidos.

VI. Tendencias del Consumidor

De acuerdo a Euromonitor International, en la actualidad existen cuatro tendencias clave en lo que a consumo se refiere:

- **Mayor expectativa por productos y servicios de lujo:** Los segmentos más adinerados se encuentran enfocados en el gasto de artículos y servicios de alta gama que van desde entradas VIP para un evento y tickets de clase oro en el metro de la ciudad, hasta alquiler de limusinas y visitas al spa. Los bebés, niños y mascotas también reciben los mismos niveles de lujo esperados por los adultos. La compra de accesorios con diamantes para caballos y collares para gatos, así como paquetes de spa para niños demuestra que los consumidores no escatiman gastos para satisfacer sus necesidades. La advertencia de esta disposición de lujo en todas las áreas de la vida en los Emiratos Árabes Unidos, es que si bien los consumidores están dispuestos a pagar un precio más alto por algo especial, esperan calidad en términos de productos y servicios, ya que en este país el servicio al cliente, el conocimiento y la eficiencia de la marca no siempre coinciden con las expectativas de los consumidores más exigentes.
- **Cuidado médico asequible:** Hay una amplia variedad de opciones para el cuidado de la salud en los EAU, especialmente dado el hecho de que se ha convertido en un destino popular para el turismo médico en los últimos años. Si bien es evidente que la orientación hacia el turismo médico, hay quienes consideran que aun existen agujeros identificables en la atención sanitaria que necesitan ser cubiertos para asegurar que un cuidado apropiado para todos los miembros de la comunidad.
- **El dilema de gastar o ahorrar:** Para muchos extranjeros trabajar en EAU representa la oportunidad de vivir y trabajar en un país seguro, que ofrece buenas instalaciones y un clima bastante agradable. El salario libre de impuestos permite una mayor renta disponible para muchos, lo cual posibilita el ahorro y, a su vez la posibilidad de mejorar la estabilidad financiera futura. Sin embargo, para muchos la realidad es bastante diferente y el hecho de vivir en EAU, y en particular en Dubái y Abu Dabi, significa gastarse el dinero en un lujoso estilo de vida y la ganancia a corto plazo que ofrece, en lugar de la laboriosa tarea de largo plazo del ahorro.
- **Preferencias por el pago en efectivo:** EAU ha sido tradicionalmente un país donde prevalece el pago en efectivo, con muchos compradores (85% aproximadamente) que transportan dinero físico para pagar sus compras en supermercados y tiendas.

VII. Cultura de Negocios¹¹

A continuación se presentan algunos consejos útiles para hacer negocios en los EAU, que el exportador interesado en ingresar a dicho mercado debe considerar:

- Las entidades gubernamentales y las grandes empresas están controladas por emiratíes, relacionados en mayor o menor medida con las familias reales de cada Emirato, que a su vez controlan los principales conglomerados económicos. Sin embargo, en las pequeñas y medianas lo más probable es que se tenga que tratar con gerentes hindúes y paquistaníes.
- La manera habitual de ingresar en el mercado es a través de un agente comercial, que puede asumir tanto las funciones de agente como las de distribuidor. Otras posibilidades son crear una joint venture con un socio local, o establecerse en una de las trece zonas francas que existen; la principal es la de Jebel Alí, que aglutina el 40% del comercio exterior.
- El tono de las reuniones es amistoso. Es habitual que el anfitrión tome la iniciativa a la hora de hablar de negocios. Se aprecia que la otra parte defienda sus argumentos con determinación, pero sin mostrar ningún signo de enfado o impaciencia.
- La mayoría de las negociaciones se realizan en inglés.
- Las negociaciones no se ajustan a una agenda o estructura. Los emiratíes suelen extenderse en largas conversaciones por lo que es conveniente que el negociador extranjero priorice dos o tres aspectos clave y trate de dirigir la conversación hacia ellos.
- Algunos hombres de negocios emiratíes realizan reuniones en los llamados Majlis (literalmente "sentarse") o diwan (cuando tienen lugar en el domicilio particular del empresario), durante unas dos horas a última hora de la tarde.
- Las negociaciones se realizan en dólares. Hay que tener en cuenta que la moneda local, el dirham, mantiene un cambio fijo con el dólar por lo que la evolución de éste afecta directamente a la competitividad de los productos que no proceden del área del dólar.
- El precio es un factor clave en la negociación, sobre todo, si se negocia con pequeñas empresas o con intermediarios que van a revender la mercancía. Incluso, en las compras de los organismos públicos suele haber varias rondas en las que los proveedores van mejorando sus propuestas económicas.
- Además del precio, se observa un creciente interés en aspectos como la adecuación a las normas técnicas, el mantenimiento de un stock en el país o el servicio postventa. En este sentido, es cada vez mayor el número de empresas extranjeras que trabajan a través de distribuidores o crean filiales en el país, preferentemente, en alguna de las zonas francas.

¹¹ Cfr. Banesto

- Un “si” no tiene el mismo significado que en la cultura occidental, sino más bien el “quizá” de la cultura asiática. Para obtener información sobre lo que realmente piensan, es preferible hacer preguntas abiertas y sugerirles distintas alternativas.
- Para evitar comprometerse utilizan las expresiones Insh´allah (“Si Dios quiere”) o Bukra Insh´allah (“Mañana, si Dios quiere”). Es difícil atribuir un significado positivo o negativo a estas expresiones; dependerá más bien del contexto de la conversación.
- Tardan en tomar decisiones, pero una vez que las toman quieren que todo se implemente muy rápido.
- Puede sorprender que una vez que se haya hecho la primera operación, con plena satisfacción para el cliente, no se realicen más. Esto podría deberse a que un nuevo proveedor les ofrece un mejor precio. Es necesario estar muy presente en el mercado y ajustarse a la coyuntura de precios de cada momento.

VIII. Links de interés

Cuadro N° 8:
Links de Interés

Entidad	Enlace
Departamento de Turismo y Comercio de Dubái	http://www.dubaitourism.ae/
Cámara de Comercio e Industria de Dubái	http://www.dubaichamber.com/
Cámara de Comercio e Industria de Abu Dabi	http://www.abudhabichamber.ae/English/Pages/Default.aspx
Cámara de Comercio e Industria de Sharjah	http://www.sharjah.gov.ae/en/Pages/default.aspx
Autoridad Federal de Aduanas	http://www.customs.ae/home.aspx
Asociación de Carga y Logística	http://www.nafl.ae/
Asociación de Editores de Medio Oriente	http://www.mepa.cc/
Asociación Emirati de Propiedad Intelectual	http://www.eipa.ae/
Jebel Ali Free Zone	http://www.jafza.ae/

IX. Eventos Comerciales

Cuadro N° 9:
Ferias Comerciales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Gitex Dubái 2014	TI / Software	Dubái, EAU	I: 12 - 10 - 2014 F: 16 - 10 - 2014	http://www.gitex.com/
Gulf Traffic 2014	Logística	Dubái, EAU	I: 08 - 12 - 2014 F: 10 - 12 - 2014	http://www.gulfttraffic.com/
Gulf Print 2015	Editoriales	Dubái, EAU	I: 13 - 04 - 2015 F: 16 - 04 - 2015	http://www.gulfprintpack.com/
Franchise Middel East 2014	Franquicias	Dubái, EAU	I: 28 - 11 - 2014 F: 30 - 11 - 2014	http://www.franchisemiddleeast.com/
Abu Dabi International Book Fair 2015	Editoriales	Abu Dabi, EAU	I: 22 - 03 - 2015 F: 27 - 03 - 2015	http://www.adbookfair.com/

Fuente: N.ferias / Links directos Elaboración: PROMPERU

X. Bibliografía

- *Trademap*
www.trademap.org
- *Euromonitor International*
www.euromonitor.com
- *Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú*
www.sunat.gob.pe
- *Doing Business*
www.doingbusiness.org
- *CIA, The World Factbook*
www.cia.gov
- *Fondo Monetario Internacional (FMI)*
www.imf.org
- *Global Trade*
<http://www.gtis.com/GTA/>
- *Banco Mundial*
www.worldbank.org/
- *XE*
www.xe.com
- *Market Access Map*
www.macmap.org
- *ICA*
www.ica.gov.sg
- *Global Competitiveness Report 2011-2012*
www.weforum.org

- *ICEX España*
www.icex.es
- *Acuerdos Comerciales del Perú*
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- *Mundo Ferias*
www.mundoferias.com/index.html
- *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú*
www.mincetur.gob.pe