



GUÍA DE MERCADO  
MULTISECTORIAL

# Emiratos Árabes Unidos

DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

**Contenido**

1.	Resumen ejecutivo .....	3
2.	Información general .....	4
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas .....	4
3.3.	Nivel de competitividad .....	6
4.	Comercio exterior de bienes .....	7
4.1.	Intercambio comercial de Emiratos Árabes Unidos con el mundo .....	7
4.2.	Intercambio comercial de Emiratos Árabes Unidos con Perú .....	8
5.	Acceso a mercado .....	10
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias .....	10
6.	Oportunidades Comerciales .....	14
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	14
6.2.	Productos con potencial exportador .....	14
7.	Tendencias del Consumidor .....	21
8.	Cultura de Negocios .....	23
9.	Links de interés .....	24
10.	Eventos comerciales .....	24
11.	Bibliografía .....	25

## 1. Resumen ejecutivo

La Federación de Emiratos Árabes Unidos tiene una extensión de 83.600 Km<sup>2</sup> y se encuentra situada en la ribera sur oriental del Golfo Árabe. Limita al norte con el Golfo de Arabia, al este con Omán y el Golfo de Omán y al sur y sudeste con Arabia Saudita. La constitución de una Federación de siete emiratos (Abu Dabi, Dubái, Sharjah, Ajman, Ras Al Khaimah, Umm Al Quwain y Fujairah) se ha mantenido el mismo sistema, según el cual en cada emirato existe una familia gobernante. El poder lo ostenta un emir que, entre los miembros cercanos de su familia, elige un Príncipe heredero para sucederle. Se encuentra entre los países más ricos, no obstante, la distribución de la renta es muy desigual entre la población y los distintos emiratos.

A nivel demográfico, ofrece un mercado de alrededor de 10 millones de habitantes, con una densidad demográfica de 135,6 habitantes/Km<sup>2</sup> y una tasa de crecimiento del 1.49% (CIA World Factbook).

En los últimos años, el país ha intentado diversificar su dependencia económica al petróleo, sobre todo desarrollando con fuerza los sectores de finanzas y turismo. Abu Dabi ha invertido en formas alternativas de producción energética, un ejemplo de ello es la Central nuclear de Barakah, un complejo consistente en cuatro reactores nucleares. La introducción de un IVA de 5% en los EAU en 2018 ha generado un ligero aumento de la inflación. Sin embargo, en 2019 el país experimentó una deflación, sobre todo debido a la disminución continua de los costos de vivienda. La tasa de inflación continuó siendo negativa en 2020, y aumentar a una cifra positiva de 1,5% en 2021, según las últimas Perspectivas de la Economía Mundial del FMI (abril de 2020).<sup>1</sup>

El nivel de vida en los Emiratos Árabes Unidos es uno de los más altos del mundo. Una estrategia de crecimiento liberal, favorable a las empresas y orientada al mercado ha reconfigurado la economía. El sector no petrolero se expandió constantemente a medida que avanzaba la diversificación de la economía. Sin embargo, una mayor diversificación significó que los Emiratos Árabes Unidos se vieron más afectados por la crisis financiera mundial que sus vecinos. La economía siguió luchando en los últimos años a medida que persistieron los bajos precios del petróleo y se amplió el déficit fiscal (a pesar de las reformas importantes). El PIB real creció un 1,7% en 2018 y la misma cifra en 2019, ya que los precios del petróleo se recuperaron un poco, pero estuvieron limitados por el límite de producción de la OPEP+. Sin embargo, los precios del petróleo continuamente bajos, junto con las medidas introducidas para contener el COVID-19, representaron un lastre para la economía de los EAU en 2020. Abu Dhabi y Dubai juntos representan alrededor del 80% de los ingresos de los EAU. El programa de diversificación de Abu Dhabi ha logrado un progreso impresionante. Sus industrias no petroleras ahora representan cerca del 50% del PIB. Los esfuerzos de diversificación de Dubai se vieron frenados por problemas en la industria financiera y el mercado inmobiliario. Sin embargo, ambos sectores parecen estar ahora en camino de recuperación. Los EAU son el segundo mayor receptor de IED entre los países árabes después de Arabia Saudita. A medida que la economía de los EAU se ha convertido en un importante centro de servicios en el Medio Oriente, su dependencia de las exportaciones de petróleo ha disminuido.

La economía experimentará un crecimiento moderado en 2021. No se espera que los precios del petróleo se recuperen este año, y se prevé que el límite de producción de petróleo de la OPEP+ se mantendrá. Se espera que la Dubai Expo, que se llevará a cabo desde octubre de 2021 hasta abril de 2022, atraiga a 25 millones de visitantes, el 70% de fuera de los Emiratos Árabes Unidos. La economía de los EAU debería continuar recuperándose; registrando un crecimiento del PIB real del 2,2% en 2022 y la tasa crecerá a alrededor del 2,6% anual a partir de entonces.<sup>2</sup>

Los EAU dependen especialmente de las exportaciones. En 2019, las exportaciones ascendieron al 75,0% del PIB. Una relación entre exportaciones y PIB tan alta se debe al hecho de que los EAU actúan como un centro de reexportación para otros países de la región. Se estima que las exportaciones cayeron un 17,8% en términos reales en 2020, ya que el desempeño de las exportaciones se vio sofocado por el colapso de los precios del petróleo y la desaceleración mundial creada por la pandemia. Las exportaciones deberían volver a crecer en 2021.

Asia (principalmente Japón e India) es el mercado de exportación más importante para los EAU, con un 44,1% en 2019. Los combustibles minerales representaron el 35,0% de todas las exportaciones en 2019. Irán es un destino importante para las exportaciones no petroleras. Se trata en gran parte de bienes reexportados.

Por otro lado, EAU forma parte del consejo de cooperación del golfo (CCG), están fortaleciendo relaciones con China, impulsadas por el comercio, turismo e inversión.

En el año 2020, EAU fue el quinto (5°) mercado de la región Asia al cual se destinaron las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 290 empresas exportaron 108 partidas (HS10), los sectores que registraron mayor dinamismo fueron minería (US\$ 710 millones), y del no tradicional, agropecuario (US\$ 8.7 millones / +13.4%), Químico (US\$ 2.1 millones / +136.7%) respecto del año anterior.

<sup>1</sup> Fuente: Santandertrade

<sup>2</sup> Fuente: Euromonitor: Country profile – EUA (2021)

## 2. Información general<sup>3</sup>



La Federación de Emiratos Árabes Unidos tiene una extensión de 83,600km<sup>2</sup> se encuentra situada en la ribera sur oriental del Golfo Árabe. Limita al norte con el Golfo de Arabia, al este con Omán y el Golfo de Omán y al sur y sudeste con Arabia Saudita.

El desierto se extiende a lo largo del 97% del territorio del país siendo llano salvo una zona montañosa en el este, en la zona fronteriza con

Omán. En esa zona los montes Al Hajar el Gharbi (Al Hajar occidentales), que llegan a alcanzar en algunos lugares los 2.500 m, separan la costa (Al Batinah) del resto del país. Desde su total independencia del Reino Unido en 1971 y la constitución de una Federación de siete emiratos (Abu Dabi, Dubái, Sharjah, Ajman, Ras Al Khaimah, Umm Al Quwain y Fujairah) se ha mantenido el mismo sistema, según el cual en cada emirato existe una familia gobernante. El poder lo ostenta un emir que, entre los miembros cercanos de su familia, elige un Príncipe heredero para sucederle.

Según las últimas estimaciones (2020), se calcula que la población asciende a casi 10 millones de habitantes, con una densidad demográfica de 135,6 habitantes/Km<sup>2</sup> y una tasa de crecimiento del 1.49%, la mayoría de la población es urbana, en torno al 87%. La distribución de la población en las principales ciudades es desigual. Dubái es la ciudad más poblada, con 2.9 millones de habitantes, seguida de Sharjah (1.7 millones de habitantes) y Abu Dabi (1.5 millones de habitantes), según datos de 2020.

Entre el 11% y el 13% de la población censada es de origen emiratí, habiendo por tanto más de un 85% de población extranjera proveniente de más de 200 países. Las comunidades procedentes de India, Pakistán, Filipinas, Bangladesh y otros países árabes se encuentran entre las más importantes. Dentro del grupo de expatriados occidentales, las comunidades de británicos (en torno a las 240.000), norteamericanos y alemanes se consideran las más numerosas. En la distribución por sexos, la población masculina supera ampliamente a la femenina: un 69,25% de hombres frente a un 30,74% de mujeres (Banco Mundial 2019). La causa de esta disparidad se explica debido al alto porcentaje de inmigrantes varones que se encuentran en el país trabajando en sectores de baja cualificación. Un 14,45% de la población tiene menos de 15 años, un 83,65% está entre los 15 y 64 años y sólo un 1,9% sobrepasa los 60 años<sup>4</sup>. El Islam es la religión oficial del Estado, predominando la variante suní. Existe libertad de culto y un alto grado de tolerancia religiosa con otros credos. Se calcula que el 96% de la población local emiratí es musulmana, el resto cristiana, hinduismo y budismo. Idioma oficial árabe, otras lenguas Persa, Urdu e Hindi, debido a las comunidades de expatriados e inglés para los negocios.

## 3. Situación económica y de coyuntura

### 3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas<sup>5</sup>

Los EAU han registrado un desempeño económico tenue en los últimos años, en parte debido a los recortes en la producción de petróleo por acuerdos de la OPEP, la continua reestructuración corporativa, la reducción de la inversión gubernamental y la disminución de los precios de los bienes raíces. Los factores externos además incluyen una ralentización de la economía global, las tensiones geopolíticas y una demanda energética más débil. Debido a la pandemia de COVID-19, el crecimiento del PIB se contrajo en -6,6% en 2020 (tras llegar a 1,7% en 2019), y se prevé que suba a 1,3% en 2021 y 2,2% en 2022 (FMI), sujeto a la recuperación de la economía mundial posterior a la pandemia, a que se logre un mayor optimismo comercial, un estímulo fiscal y mayores inversiones del gobierno y del sector privado relacionadas con la postergación de la Expo Dubái 2020. En 2020, la economía de los Emiratos, ya afectada por bajos precios petroleros, sufrió las consecuencias de la pandemia de COVID-19. La producción de petróleo marcó la cifra casi más baja en diez años durante el tercer

<sup>3</sup> Fuente: ICEX

<sup>4</sup> Fuente: CIA World Factbook (2020)

<sup>5</sup> Fuente: Santander trade markets (2021).

trimestre de 2020, lo que pesó en las finanzas públicas (Focus Economics). El gobierno continuó su política de adaptación fiscal, implementando extensas medidas de estímulo para apoyar la economía.

El Banco Central de los EAU lanzó un amplio Plan de Apoyo Económico de 100 mil millones AED para el retail y clientes corporativos afectados por el COVID-19; el consejo ejecutivo de Abu Dabi anunció un paquete de estímulo económico que incluye la atribución de 3 mil millones AED a un Plan de Garantía de Crédito para Pymes; y el gobierno de Dubái lanzó un paquete de estímulo económico de 1.500 millones AED (portal oficial de los EAU).

Según el FMI, el déficit del gobierno llegó a 9,9% del PIB en 2020, en comparación con 0,8% en 2019, y se prevé que sea de -5,1% en 2021. El presupuesto federal de 2021, más bajo que el anterior (históricamente elevado), introdujo recortes de gastos. La deuda pública es baja, pero ha aumentado rápidamente en los últimos años, desde 20,9% del PIB en 2018 a 36,9% en 2020, según estimaciones del FMI. El FMI prevé un nivel de deuda de 38,2% del PIB en 2021 y 39,6% del PIB en 2022. Sin embargo, el Banco Central de los EAU y fondos soberanos detienen importantes activos extranjeros, lo que le da al país un amplio colchón de liquidez (Abu Dabi detiene el cuarto mayor fondo soberano del mundo), y lo convierte en un acreedor neto a nivel global.

La introducción de un IVA de 5% en los EAU en 2018 provocó un alza moderada de la inflación, sin embargo, el país experimentó una deflación desde 2019 (-1,5% en 2020, según el FMI), sobre todo debido a una baja continua en el costo de la vivienda. La tasa de inflación debiera aumentar a una tasa positiva de 1,5% en 2021 y 2% en 2022 (FMI). La vacunación, la diversificación y un sólido entorno de negocios serán las prioridades (The Economist Intelligence Unit).

En los últimos años, el país ha intentado diversificar su dependencia económica del petróleo, fortaleciendo sobre todo los sectores financieros y del turismo. Abu Dabi ha invertido en formas alternativas de producción energética, y la primera planta energética nuclear del país, la Central Nuclear de Barakah, comenzó a generar electricidad en agosto de 2020. Los EAU tienen uno de los niveles de ingreso per cápita más altos del mundo y un sistema de bienestar altamente desarrollado. También tienen una de las tasas más bajas de desempleo en el Medio Oriente (Dubái goza del nivel de desempleo más bajo en el mundo, en torno a 0,5%) y dependen en gran medida de la mano de obra extranjera (más del 85% de la fuerza laboral). Se ha lanzado una política de "emiratización" para fomentar el empleo de la fuerza laboral local. Aún así, la tasa de desempleo entre los emiratíes sigue siendo considerablemente elevada en comparación con la de los extranjeros (varía según cada emirato y la tasa más elevada corresponde a Abu Dabi).

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2017	2018	2019	2020 (e)	2021 (e) <sup>6</sup>
Crecimiento del PBI (%)	2.4%	1.2%	1.7% (e)	-6.6%	1.3%
PBI per cápita (US\$)	40,645	43,839	43,103	31,948	33,000
Tasa de inflación (%)	2%	3.1%	-1.9%	-1.5%	1.5%
Tasa de desempleo (%)	2.5%	2.2%	2.3%	5%	3%

Fuente: DATOS MACRO, Kanoema (2020), *tradingeconomics.com* Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

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 el Sol peruano (PEN).

1 AED	=	0.272294 USD
Dirham Emirati	↔	US Dollar
1AED = 0.272294 USD		1USD = 3.67250 AED
1 PEN	=	0.98991 AED
Peruvian Sol	↔	Dirham Emirati
1 PEN = 0.989991 AED		1 AED = 1.01012 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

<sup>6</sup> Fuente: Santander trade markets (2021): Datos estimados

### 3.2. Evolución de los principales sectores económicos

Las actividades de manufactura han experimentado un crecimiento sin precedentes en los últimos cinco años, particularmente en sectores como el procesamiento de metales, muebles, preparación industrial de alimentos, producción de aluminio, materiales de construcción, fertilizantes, industria petroquímica, fibra de vidrio y bienes raíces. Emplea al 8.8% de la fuerza laboral y representa el 9.2% del PIB, pero el gobierno tiene como objetivo aumentar esta participación al 25% para 2025. Las industrias seleccionadas para impulsar esta expansión son los productos petroquímicos, las piezas de automóviles, la construcción naval, la aviación y la energía.

Actualmente, varios grandes proyectos de aluminio están a punto de completarse. El más grande es un Fundición de aluminio de US \$ 5.600 millones. Se están fusionando otras grandes fundiciones de aluminio. Abu Dhabi tiene la intención de fomentar la fabricación a través de proyectos como la Zona Industrial de Khalifa lo que permite el 100% de propiedad extranjera. Abu Dhabi también está siguiendo una estrategia de diversificación que enfatiza los servicios financieros, petroquímicos y energías renovables. Abu Dhabi National Oil Co (Adnoc) está actualmente comprometida en una inversión de US \$ 40 mil millones a cinco años, plan destinado a impulsar la producción de petróleo y gas natural. Los desarrollos de gas representarán US \$ 25mil millones de la inversión planificada.

El valor real de los ingresos por turismo y negocios receptores cayó un 67,8% en 2020, el rendimiento se vio obstaculizado por las restricciones de viaje, aunque se espera un crecimiento real del 136% en 2021. Para atraer a más visitantes, se ha construido un parque temático basado en películas conocido como "IMG Worlds of Adventure", que tiene capacidad para 10.000 visitantes diarios. Dubai también planea invertir 32.000 millones de dólares para desarrollar uno de los megacentros de aviación más grandes del mundo. La Expo Dubai 2020 se pospuso para 2021-2022 y se espera que cree 900.000 nuevos puestos de trabajo y traiga 25 millones de visitantes. En el campo financiero, el crecimiento del crédito al sector privado se ha desacelerado a medida que los bancos aumentan las provisiones contra posibles pérdidas crediticias. Aunque los bancos siguen estando bien capitalizados, la mayoría está cada vez menos dispuesta a otorgar préstamos a las PYME.

La porción del PIB del sector de petróleo y gas ha disminuido gradualmente (30% del PIB según las estimaciones más recientes) debido a una política de diversificación económica exitosa. Los Emiratos Árabes Unidos son el octavo productor mundial de petróleo con reservas significativas. Se estima que sus reservas de petróleo y gas durarán aproximadamente 100 años al ritmo de consumo actual. En 2020, este sector se vio golpeado por los impactos de la pandemia de COVID-19, los recortes de producción de petróleo de la OPEP+, precios petroleros más bajos, la baja de la demanda global de petróleo, y una alteración de las cadenas mundiales de suministro (Banco Mundial).<sup>7</sup>

### 3.3. Nivel de competitividad

Emiratos Árabes Unidos se encuentra en el 11° puesto del "Doing Business" de los 190 que conforman este ranking durante el 2019, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En el último año Emiratos Árabes Unidos ha mejorado su posición, ya que el año anterior estaba en el 21°, así que se ha hecho más fácil realizar negocios en el país. En cualquier caso, se trata de uno de los países donde resulta más sencillo hacer negocios.

Emiratos Árabes Unidos ofrece bastantes facilidades, respecto al resto de los países, para obtener la licencia de construcción, en ella es donde resulta más sencillo para las empresas conectarse a la red eléctrica y destaca por lo simple que resulta registrar una propiedad.

La forma de cálculo del Doing Business cambió en el informe 2015 y con esta nueva metodología se volvió a recalcular el Doing Business 2014. Al no recalcular los informes anteriores, se produce en muchos países un cambio en la posición que tienen en el ranking entre los años 2013 y 2014, que únicamente se debe a dicho cambio metodológico. El informe de 2017 añade la evaluación de los procesos posteriores a la declaración y pago de impuestos (devolución, auditorías y recursos fiscales administrativos).<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Fuente: Santander trade markets (2021)  
Fuente: Euromonitor: Country profile – EUA (2021)

<sup>8</sup> Fuente: Doing Business (2019)

Cuadro N° 02 Facilidad para hacer negocios 2019

Criterios	EAU	Perú	Bahréin	Omán	Qatar
<b>Global Rank</b>	<b>11</b>	<b>68</b>	<b>62</b>	<b>78</b>	<b>83</b>
Apertura de un negocio	25	125	66	37	84
Permisos de construcción	5	54	57	66	20
Obtención de electricidad	1	67	82	66	69
Registro de propiedades	7	45	26	52	20
Obtención de crédito	44	32	112	134	124
Protección de los inversionistas minoritario	15	51	38	125	178
Pago de impuestos	2	120	5	12	2
Comercio transfronterizo	98	110	77	72	97
Cumplimiento de contratos	9	70	128	73	122
Insolvencia	75	88	93	100	120

Fuente: Doing Business Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú. (Consultado marzo, 2021)

EAU quiere transmitir una imagen internacional positiva. Esa imagen es fruto de un empeño sostenido por crear un marco de convivencia moderno, tolerante hacia otras religiones y razas, con seguridad física y jurídica y amigable con las actividades empresariales; el año 2019 fue nombrado como el “Año de la Tolerancia”. Además se han dado pasos para mejorar las condiciones laborales y sociales de los trabajadores menos cualificados (por ejemplo en 2014 se aprobó la obligación de que tengan un seguro médico y la ilegalidad de que el empleador retenga sus pasaportes y en 2017 se aprobó la Ley de empleo doméstico). Dentro de ese esfuerzo por proyectarse de forma positiva hay que enmarcar la retirada de los conflictos en los que el país estaba inmerso así como la apretada agenda de eventos internacionales con personalidades de relevancia mundial que están teniendo lugar en el país.

#### 4. Comercio exterior de bienes

##### 4.1. Intercambio comercial de Emiratos Árabes Unidos con el mundo

Los Emiratos Árabes Unidos se encuentran entre los mercados más dinámicos del mundo en términos de comercio exterior, con un comercio que representa el 161% del PIB, según los últimos datos disponibles del Banco Mundial. Es uno de los 20 mayores exportadores e importadores de productos básicos del mundo, y es la mayor nación comercial de Medio Oriente. Los productos derivados del petróleo son, por lejos, el principal artículo de exportación (el país es el quinto exportador de petróleo del mundo), seguidos por herramientas de transmisión radiotelefónica, oro, joyas y diamantes. El petróleo y el oro se encuentran entre los principales artículos de importación, junto con herramientas de transmisión radiotelefónica, joyas, equipos de transporte (sobre todo vehículos), diamantes, maquinaria y alimentos.

Debido a la pandemia de COVID-19, el volumen de comercio cayó con fuerza en 2020. Según estimaciones del FMI, el volumen de exportación de bienes y servicios bajó en -11,9% en comparación con 2019, mientras que el volumen de importación disminuyó en un 13,1%. El FMI prevé un repunte en el volumen de comercio en 2021: las exportaciones subirían en 12,7% y las importaciones en 10,6%. Arabia Saudita es el destino principal de las exportaciones de los Emiratos, seguida por la India, Iraq, Suiza, Omán y China.

Así mismo China, India, Estados Unidos, Japón y Alemania se encuentran entre los principales proveedores de bienes y servicios. El acuerdo reciente de normalización de relaciones con Israel, que incluye cooperación comercial tecnológica, y que permite enviar el petróleo de los emiratos directamente a Europa a través de un oleoducto israelita, tendrá un impacto positivo en el comercio. Los Emiratos Árabes Unidos tienen una balanza comercial estructuralmente positiva, pero el superávit está estrechamente vinculado a los precios mundiales del petróleo. La balanza externa de los emiratos sobre bienes y servicios representó 24% del PIB en 2019 (Banco Mundial). Según datos de la OMC, en 2019 los emiratos exportaron 315.943 millones USD en bienes y 72.500 millones USD en servicios, e importaron 267.937 millones en bienes y 72.700 millones en servicios (Comtrade). En comparación con 2018, la exportación de bienes bajó en un -1,6% en 2019, mientras que las importaciones aumentaron en un 2,5% . A pesar de la pandemia de COVID-19, las exportaciones de los EAU permanecieron fuertes en 2020: crecieron 6% durante los primeros ocho meses (Ministerio de Economía, citado por Waya Media).

También se están fortaleciendo las relaciones con China impulsadas principalmente por el comercio, el turismo y la inversión<sup>9</sup>.

**Cuadro N° 03- Intercambio comercial Emiratos Árabes Unidos - Mundo<sup>10</sup>**  
(Millones de US\$)

Comercio Exterior	2015	2016	2017	2018	2019	TCP%	Var%
						2015-2019	2019/2018
Exportaciones	300,479	295,047	313,548	321,007	315,943	1%	-1.6%
Importaciones	287,025	270,779	273,711	261,511	267,937	-1.7%	2.5%
Balanza Comercial	13,454	24,268	39,837	59,496	48,005	37.4%	-19.3%
Intercambio Comercial	587,503	565,826	587,258	582,518	583,880	-0.2%	0.2%

Fuente: TradeMap (2019). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

#### 4.2. Intercambio comercial de Emiratos Árabes Unidos con Perú

Las exportaciones de Perú hacia Emiratos Árabes Unidos totalizaron un valor de más US\$722 millones en el 2020, mostrando un dinamismo en el período comprendido entre 2016-2020 con una tasa de crecimiento porcentual de 13.8% y un intercambio comercial entre ambos países de US\$ 778 millones.

**Cuadro N° 04**

Información Comercial: EAU – Perú (US\$ Millones)							
Indicadores	2016	2017	2018	2019	2020	TCP. % 16-20	Var.% 20/19
Exportaciones de Perú a EAU	431	602	443	975	722	13.8%	-25.9%
Importaciones de Perú desde EAU	73	22	31	33	55	-6.8%	70.3%
Balanza Comercial	357	580	412	943	667	16.9%	-29.2%
Intercambio Comercial	504	625	474	1,008	778	11.5%	-22.8%

Fuente: SUNAT, TRADEMAP (2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

La balanza comercial muestra un superávit debido a que las exportaciones de Perú ascendieron 667 millones más que las importaciones, siendo los principales productos exportados oro, cinc sin alear, fruta fresca, quinua, plata, de los cuales el oro representa el 97% de total exportado. En tanto, los principales productos emiratíes comprados por Perú fueron partes de construcciones hierro o acero, mezclas de alquilbencenos, polietileno, copolímeros de propileno, placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros, aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso

En el año 2020, EAU fue el quinto (5°) mercado de la región Asia al cual se destinaron las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 290 empresas exportaron 108 partidas (HS10), los sectores que registraron mayor dinamismo fueron minería (US\$ 710 millones), y del no tradicional, agropecuario (US\$ 8.7 millones / +13.4%), Químico (US\$ 2.1 millones / +136.7%) respecto del año anterior.

<sup>9</sup> Fuente: Santander trade markets (2020)

<sup>10</sup> Fuente: TradeMap (2019)



Cuadro N° 05

Exportaciones por sectores económicos (Miles de US\$)			
SECTOR	2019	2020	Var% 20/19
<b>TRADICIONAL</b>	<b>963,893</b>	<b>710,633</b>	<b>-26.3%</b>
MINEROS	963,664	710,149	-26%
AGRÍCOLAS	229	484	111%
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>11,331</b>	<b>12,025</b>	<b>6.1%</b>
AGROPECUARIO	7,758	8,799	13%
QUÍMICO	902	2,135	137%
MINERÍA NO METÁLICA	976	428	-56%
MADERAS Y PAPELES	345	401	16%
METAL-MECÁNICO	285	238	-17%
TEXTIL	283	17	-94%
SIDERO-METALÚRGICO	613	5	-99%
PESQUERO	165	2	-99%
VARIOS(Incl.Joyería)	3	0	-100%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>975,224</b>	<b>722,658</b>	<b>-25.9%</b>

Fuente: SUNAT. (Consultado, enero 2021).

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N°6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados Emiratos Árabes Unidos. Cabe destacar, que se tomó como base de selección los 10 principales productos no tradicionales exportados en el año 2020.

Cuadro N° 06

EAU: Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción*	2016	2017	2018	2019	2020	TCP. % 2016-2020	Var. % 20/19	Part. % 2020
0810909000	- LOS DEMÁS FRUTAS FRESCOS	1,615	1,863	1,120	1,316	1,917	4%	46%	16%
1008509000	- QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA)	402	705	1,062	1,496	1,526	40%	2%	13%
2810001000	- ÁCIDO ORTO BÓRICO	0	0	35	475	1,253	495%	164%	10%
1207999900	- LAS DEMÁS SEMILLAS Y FRUTOS OL	69	367	496	643	847	87%	32%	7%
0805299000	- WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS	0	0	24	283	809	476%	185%	7%
0806100000	- UVAS FRESCAS	1,868	588	1,012	1,167	720	-21%	-38%	6%
0713509000	-HABAS. CABALLAR Y HABA MENOR EXCEPT	119	217	469	524	665	54%	27%	6%
0804502000	- MANGOS Y MANGOSTANES. FRESCOS	343	176	154	420	455	7%	8%	4%
0804400000	- AGUACATES (PALTAS) . FRESCAS O SECAS	58	256	239	279	446	67%	60%	4%
4420900000	- DEMÁS MARQUETERÍA. COFRECILLOS	164	425	288	341	393	24%	15%	3%
	RESTO	6,823	13,237	7,935	4,386	2,994	-19%	-32%	25%
	<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>11,460</b>	<b>17,835</b>	<b>12,835</b>	<b>11,331</b>	<b>12,025</b>	<b>1%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT. (Consultado, julio2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Del cuadro N°6 mostrado, destacan los siguientes productos no tradicionales por su desenvolvimiento comercial, demás frutas frescas con un valor (US\$ 1 917 miles /+46%), ácido bórico (US\$ 1253 miles /+164%), madarinas wilkings(US\$ 809 miles /+185%). Cabe destacar que también mostro un mayor dinamismo las paltas frescas a pesar de que su participación sobre el total de las exportaciones no tradicionales está por debajo de 5%.

## 5. Acceso a mercado

### 5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Los importadores necesitan una licencia comercial para operar en los EAU. Las licencias comerciales se otorgan a los nacionales de los EAU y a las empresas que sean propiedad de ciudadanos de EAU al menos en un 51%. Estas licencias además especifican las mercancías que pueden importarse y la región para la cual son válidas. Los importadores que quieran abastecer a las zonas francas están exentos del requisito de obtener una licencia. En ese caso, sólo necesitarán tramitar la licencia con la autoridad de la zona franca correspondiente. Los códigos de importación se conceden de manera automática por Aduanas contra la presentación de la licencia de actividad y el número de registro de la Cámara de Industria y Comercio correspondiente.

Los trámites aduaneros se han simplificado y los plazos necesarios para importar se han reducido con la puesta en marcha de nuevos sistemas de despacho utilizados en las aduanas locales: por ejemplo, el nuevo sistema aduanero de Dubái, Mirsal 2, permite a los clientes realizar los trámites de despacho por vía electrónica durante las 24 horas del día, así como el uso de firmas electrónicas. El sistema también contempla un instrumento de evaluación del riesgo que conecta a la Oficina de Aduanas de Dubái con organizaciones locales, regionales e internacionales para contribuir a garantizar la seguridad del proceso de aduana.

#### **Medidas arancelarias**<sup>11</sup>

El Consejo de Cooperación del Golfo (CCG) como Unión Aduanera tiene 7.101 partidas arancelarias al nivel de 8 dígitos, con cuatro tipos arancelarios ad valorem: 0%; 5%, que es el tipo arancelario general; 50%, que se aplica a las bebidas alcohólicas; y 100%, aplicado al tabaco. Casi la totalidad de las líneas arancelarias, un 89,7%, están sujetas a un tipo del 5%.

Los derechos de aduana se calculan sobre la base del valor de transacción expresado en la declaración en aduana. Dicho de otra manera, los derechos se calculan sobre el valor C.I.F. de las importaciones.

En EAU existen cuatro regímenes de importación: mercancías en tránsito, régimen de admisión temporal, mercancías almacenadas, mercancías importadas a zonas francas.

En el caso de las **mercancías en tránsito**, no es necesario pagar derechos de aduana, pero se exige un depósito o un aval bancario por una cuantía igual a los derechos de aduana que deberían pagarse por la importación más unas tasas de cuantía no muy elevada.

En cuanto a las **mercancías en régimen de admisión temporal**, la Oficina de Aduanas puede autorizar su importación siempre que sean reexportadas en un plazo de seis meses (con la excepción de los bienes de capital, que pueden permanecer hasta tres años), previo pago de un depósito o de una garantía bancaria. Éstos se reembolsan previa prueba de reexportación. Los materiales y artículos que entran en régimen de admisión temporal son: maquinaria y equipo para ejecución de proyectos, mercancías para terminar su proceso de elaboración, artículos para espacios de recreo, exposiciones, teatros, maquinaria para reparación, contenedores para recargar, animales para pastoreo, muestras para exposiciones. Los EAU prohíben algunas importaciones por consideraciones medioambientales, de salud y seguridad, o religiosas. En este sentido, los EAU prohíben: las importaciones de bienes que sean incompatibles con la fe y la moral islámicas; los bienes procedentes de Israel o que exhiban lemas o banderas de Israel; los equipos destinados a juegos de azar de cualquier clase; los caramelos en forma de cigarrillos y envasados en paquetes similares a los de los cigarrillos; y cualquier mercancía contaminada por radiación o por polvo radioactivo.

Los productos importados a las zonas francas están exentos de derechos arancelarios, derechos que se devengarán y pagarán sólo si las mercancías se dirigen al mercado de EAU.

También están exentas del pago de derechos de importación las importaciones realizadas por organizaciones internacionales, misiones diplomáticas, sociedades de ayuda humanitaria, las fuerzas armadas o las fuerzas de seguridad interior, así como los efectos personales y los artículos de uso doméstico.

A continuación, se presenta el cuadro N°7 donde se muestra el arancel aplicado NMF para el ranking de productos no tradicionales exportados por Perú.

---

<sup>11</sup> Fuente: ICEX

Cuadro N° 07

Marruecos : Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales de Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.) 2019	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	0810909000	LOS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS FRESCOS	8	India (44%) Tailandia (9%) Vietnam (8%)	0%	No aplica
2	1008509000	QUINUA (QUINOA) (CHENOPODIUM QUINOA) EXC	1	Perú (62%) Bolivia (22%) Francia (4%)	0%	No aplica
3	2810001000	ÁCIDO ORTO BÓRICO	4	Italia (61%) Turquía (25%) Estados Unidos (8%)	5%	No aplica
4	1207999900	LOS DEMÁS SEMILLAS Y FRUTOS	2	Bolivia (28%) Perú (26%) Ucrania (10%)	1.67%	No aplica
5	0805299000	WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS	14	Pakistán (22%) Sudáfrica (21.7%) España (18%)	0%	No aplica
6	0806100000	UVAS FRESCAS	10	India (26%) Sudáfrica (19%) Australia (9%)	0%	No aplica
7	0713509000	HABAS. HABA CABALLAR Y HABA MENOR EXCEPT	4	Australia (71%) Canadá (7%) Bolivia (6.6%)	5%	No aplica
8	0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES. FRESCOS O SECOS	12	India (29%) Pakistán (24%) Kenya (9%)	0%	No aplica
9	0804400000	AGUACATES (PALTAS) FRESCAS O SECAS	3	Kenya (39%) México (28%) Perú (7%)	0%	No aplica
10	4420900000	DEMÁS MARQUETERÍA. COFRECILLOS O ESTUCHE	11	China (54%) India (5%) Francia (4.6%)	5%	No aplica

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, marzo 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

### **Medidas No Arancelarias<sup>12</sup>**

A pesar de que EAU es una economía abierta al comercio exterior, cuando se trata de operar dentro del territorio de EAU las limitaciones a la importación y distribución por criterio de nacionalidad son relevantes. Además, cabe mencionar las siguientes medidas:

#### Importación de bienes

Para poder importar y exportar en EAU, es decir, fuera de zonas francas, se necesita una licencia comercial, que solamente se otorgan a los nacionales de EAU, a empresas que sean propiedad de nacionales de EAU al menos en un 51%, y a empresas que hayan podido acogerse al nuevo Decreto de la Ley n° 19 sobre Foreign Direct Investment Law (FDI).

Los bienes importados sólo pueden ser distribuidos por una agencia comercial. Estas agencias sólo pueden ser propiedad de nacionales de los EAU o de empresas nacionales cuya propiedad pertenezca en su totalidad a nacionales de los EAU.

Las importaciones que entran en los EAU requieren una declaración aduanera que debe remitirse a las autoridades aduaneras competentes cuando las mercancías entran en el país. La declaración de las importaciones debe ir acompañada de: una copia original del conocimiento de embarque; un original de la factura comercial (legalizada); una lista de embalaje; un certificado de origen legalizado por un consulado de los EAU; en caso necesario, un certificado

<sup>12</sup> Fuente: ICEX

sanitario o fitosanitario; y, para las importaciones restringidas, un permiso y una carta de exención de la autoridad competente.

Para importar ciertas mercancías (como todas las bebidas alcohólicas, productos de cerdo, productos del tabaco, publicaciones, cintas de vídeo y audio, equipos de telecomunicación, todos los productos alimenticios, animales y productos de origen animal, piensos, aditivos, abejas vivas y abejas reina, fuegos artificiales y explosivos) es necesaria una autorización previa del órgano gubernamental competente. La importación de otras mercancías, como los productos farmacéuticos, está regulada y requiere un registro.

#### Normas y Prescripciones técnicas<sup>13</sup>

La autoridad responsable de normalización en los EAU es ESMA (*Emirates Authority for Standardization and Metrology* <http://www.esma.gov.ae/en-us>). Se encuadra dentro del Ministerio de Cambio Climático y Medio ambiente. Entre sus funciones destaca:

- ❖ Formular los estándares nacionales y determinar la adopción de los internacionales.
- ❖ Protección al consumidor y al medio ambiente.
- ❖ Asesora al sector empresarial sobre las restricciones de conformidad y calidad.
- ❖ Otorgamiento de la *Emirates Quality Mark* para productos nacionales desde 2007. Certifica que el producto cumple la norma y que su sistema de producción reúnen los requisitos ISO 9001.
- ❖ Acreditación de laboratorios.
- ❖ Emisión de los certificados de conformidad (ECAS). Este sistema de certificación es obligatorio para aquellos productos que afectan a la salud y seguridad, y medio ambiente como equipos de alto voltaje y juguetes. En el siguiente enlace puede encontrar más información <https://www.esma.gov.ae/en-us/Services/Pages/Products/Issue-Certificate-of-Conformity.aspx>

#### Reglamentos técnicos

Los reglamentos técnicos los desarrolla y emite ESMA, aunque el proceso puede ser iniciado por cualquier entidad asociada, ya sean entidades gubernamentales, fabricantes o comerciantes. ESMA estudia el impacto de las regulaciones y propone un borrador que posteriormente debe ser aprobado por el gobierno para su implementación y obligatoriedad.

En 2006, EAU notificó su aceptación del Código de Buena Conducta del Acuerdo OTC de la OMC para la Elaboración, Adopción y Aplicación de Normas. Además, en 2007 se designó al ESMA como el encargado de dar el servicio nacional de información para la aplicación del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio. Desde entonces ha desarrollado una intensa actividad sobre diversos aspectos como el etiquetado y el embalaje.

#### Prescripciones sanitarias y fitosanitarias

A nivel federal, el Ministerio de Cambio Climático y Medio Ambiente es el organismo responsable de las cuestiones relacionadas con las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF). Pero, además, cada Emirato tiene su propio organismo competente. Por ejemplo, Abu Dabi Agriculture and Food Safety Authority (ADFCA) es responsable de la seguridad alimentaria y la agricultura, además de la salud de los animales en el Emirato.

En general, los reglamentos federales sobre las prescripciones en materia de MSF suelen estar basados en normas del CCG. No obstante, en EAU existe una amplia legislación que regula las MSF, y todas las leyes federales, reglamentos de aplicación y decretos ministeriales más importantes relacionados con las MSF pueden consultarse en la página web del Ministerio de Cambio Climático y Medio Ambiente <https://www.moccae.gov.ae/en/legislations.aspx#page=1>

De conformidad con la Ley Federal N° 5 de 1979, todos los vegetales y productos vegetales que entran en los EAU deben someterse a cuarentena durante al menos siete días. Los productos agrícolas no pueden introducirse en los EAU sin un certificado sanitario o fitosanitario expedido por la Autoridad competente en el país de origen y validado por la Embajada de los EAU. Todas las importaciones de vegetales y productos vegetales están sujetas a control e inspección.

De conformidad con la Ley Federal N° 6 de 1979, está prohibida la introducción de animales vivos, carne, productos de origen o residuos de origen animal importados que no hayan sido sometidos a medidas de cuarentena. Éstos sólo pueden entrar por puntos fronterizos específicos. Para importar animales vivos, carne, productos de origen animal o residuos de origen animal son necesarios, entre otros requisitos:

- ❖ Un certificado veterinario oficial del país de procedencia. Estos certificados deben de ser consensuados previamente, en el caso de España por el Ministerio de Agricultura y medio ambiente.
- ❖ Un informe del capitán del buque que transporta animales vivos que acredite que los animales no han estado en contacto con animales enfermos.

<sup>13</sup> Fuente: ICEX

- ❖ Un certificado de origen validado por la Embajada de los EAU.
- ❖ Un certificado que acredite que los animales han sido sacrificados de acuerdo con los procedimientos islámicos.
- ❖ Un certificado que acredite que el animal o los productos de origen animal no han estado expuestos a radiación.

El Ministerio de Cambio Climático y Medio Ambiente regula la importación de alimentos. Éstos se someten a una inspección visual para asegurar el cumplimiento de las prescripciones en materia de etiquetado y plazos de conservación. Los productos alimenticios también pueden estar sujetos a pruebas de laboratorios de las respectivas municipalidades bien a petición del importador/distribuidor antes de proceder a su comercialización o bien de manera aleatoria por los servicios de inspección una vez ya introducidos en el canal de venta. Estos envíos quedan almacenados en un depósito (durante un periodo aproximado de 7 a 10 días) hasta recibir los resultados de laboratorio. Además, al producto debe quedarle al menos la mitad de su plazo de conservación en el momento de su importación.

#### Normas específicas de etiquetado y/o homologación

*Medicinas:* Los importadores están obligados a su registro en el Ministerio de Sanidad aportando la documentación técnica que facilite el fabricante.

*Alimentos envasados:* Todos los envases y paquetes deben contar con la información al consumidor en lengua árabe y una caducidad mayor de 6 meses.

*Productos de acuicultura:* La exportación de los mencionados productos a Emiratos Árabes Unidos requiere actualmente la obtención de un certificado en el que se acredite que los peces (o animales de acuicultura de que se trate) no han sido alimentados con ningún tipo de proteína animal de origen porcino.

**Certificación Halal:** Es un requisito importante para los alimentos que deseen entrar en el circuito Halal. El certificado Halal debe ofrecer garantía de que el alimento ha sido procesado siguiendo los preceptos recogidos en el Corán. Las Entidades Certificadoras halal han de registrarse con ESMA y seleccionar una entidad acreditadora, así podrán entrar en la lista de ESMA que se puede encontrar a través de este enlace: <http://halal.ae/>. No obstante, existen certificadoras que no están registradas en ESMA cuyos certificados son admitidos en EAU.

#### **Otros impuestos aplicados al comercio<sup>14</sup>**

EAU se precia de estar dotado de un sistema fiscal sencillo y que impone una presión fiscal baja, ya que no existe impuesto sobre la renta de las personas físicas y no hay impuesto sobre sociedades, salvo para sucursales de bancos extranjeros y para empresas relacionadas con actividades petroquímicas.

Sin embargo, el 1 de enero de 2018 se comenzó a aplicar un impuesto sobre el valor añadido (VAT) del 5%. Algunos bienes y servicios estarán gravados al 0% (lo que implica que el consumidor final paga un 0% de IVA pero que el proveedor puede recuperar el IVA soportado) y otros estarán exentos (lo que implica que el consumidor final no paga IVA pero que el proveedor no puede recuperar el IVA soportado). Se estima que los ingresos por IVA supondrán un 1,5% del PIB del país en el medio plazo. Ello se debe a que las empresas están obligadas a registrarse cuando sean residentes en EAU o en cualquier Estado de Implementación y el valor total de los suministros o bienes vendidos que superen la cantidad de AED 375.000 en los doce meses previos al periodo impositivo o prevean que vayan a superarla en los 30 días siguientes. En el caso de empresas o personas jurídicas no residentes que realicen transacciones sujetas a imposición, si la contraparte no está registrada (por no cumplir los criterios anteriores), la empresa o persona no residente tendrá la obligación de registrarse

*Impuestos directos:* En el actual régimen fiscal en EAU no existe apenas imposición directa a través de los siguientes impuestos:

- ❖ Impuesto sobre la renta de las personas físicas.
- ❖ Impuesto sobre ganancias de capital.
- ❖ Impuesto sobre el patrimonio.
- ❖ Impuesto sobre sociedades.

*Impuestos indirectos:* A partir de 2018 se empezaron a implementar el IVA y otros impuestos indirectos sobre el consumo de determinados bienes:

- ❖ La Federal Law No. (7) of 2017 on Tax Procedures, que establece los fundamentos básicos del sistema impositivo en EAU, tanto para los impuestos señalados como para otros que se decidan crear en el futuro.

<sup>14</sup> Fuente: ICEX

<https://www.mof.gov.ae/En/lawsAndPolitics/govLaws/Documents/Tax%20Procedures%20Law.pdf>

- ❖ La Federal Decree-Law No. (7) of 2017 on Excise Tax, publicada el 17 de agosto de 2017 y que establece unos impuestos especiales (excise tax o excise duty) del 100% para el alcohol y las bebidas energéticas y del 50% para las azucaradas. Entrará en vigor a finales de 2017.

<https://www.mof.gov.ae/En/lawsAndPolitics/govLaws/Documents/Federal%20DecreeLaw%20No.7%20of%202017%20on%20Excise%20Tax.pdf>

- ❖ La Federal Decree-Law No. (8) of 2017 on Value Added Tax y Cabinet Decision No. (52) of 2017 on the Executive Regulations of the Federal Decree-Law No (8) of 2017 on Value Added Tax.

<https://www.mof.gov.ae/En/lawsAndPolitics/govLaws/Documents/VAT%20DecreeLaw%20No.%20%288%29%20of%202017%20-%20English.pdf>

Existen determinadas tasas municipales, por ejemplo, la municipalidad de Dubái cobra una tasa a las rentas que generan los bienes inmuebles. Están sujetos a este impuesto los arrendatarios de inmuebles destinados a:

- ❖ Uso residencial: 5% de la renta anual
- ❖ Uso comercial: 10 % de la renta anual

Los emiratos establecen algunas tasas por ejemplo el Service tax para servicios en hoteles o sobre el consumo de alcohol.

## 6. Oportunidades Comerciales

### 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales<sup>15</sup>

EAU forma parte del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), organización de autodefensa militar y con objetivos de integración económica. El 1 de enero de 2015 se perfeccionó la Unión Aduanera tras 12 años de avances. A partir de esa fecha existe un único arancel común del 5% y ausencia de aranceles entre los países del CCG.

Desde junio de 2017 existe una grave crisis con Qatar. En dicho mes EAU, Arabia Saudita Bahrain y Egipto comenzaron a aplicar severas sanciones y actualmente no existen relaciones diplomáticas. El conflicto podría acabar afectando al futuro de esta organización.

También se están fortaleciendo las relaciones con China impulsadas principalmente por el comercio, el turismo y la inversión.

Con Irán existe una disputa territorial sobre los islotes de Abu Musa y Tum, ocupados horas antes de que se hiciera efectiva la independencia del Reino Unido. Además, EAU está alineado con Arabia Saudita para intentar limitar la influencia de Irán en la región.

Actualmente el Perú no cuenta con un Acuerdo de Libre Comercio con Emiratos Árabes Unidos, por ende, se aplica el 5% para la mayoría de productos salvo algunos productos alimenticios que están exentos de tratamiento arancelario de acuerdo a Emiratos Árabes Unidos.

Los aranceles aplicados para distintos productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del INTRACEN ( <https://www.macmap.org/> ), respecto al Mapa de Acceso al Mercado.

### 6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo con la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado EAU. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de EAU (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto “estrella”; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como “prometedor”. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como “consolidado”.

#### **Sector Agropecuario<sup>16</sup>**

En general, el volumen de ventas institucional y de servicios de alimentos ha disminuido drásticamente (debido a los cierres de lugares y los consumidores no están dispuestos a salir a cenar con tanta frecuencia), mientras que las ventas minoristas han aumentado (debido al aumento de la cocina casera y, por lo tanto, del consumo doméstico). Las categorías que se consideran más saludables, como frutas, verduras y huevos, obtuvieron mejores resultados que las

<sup>15</sup> Fuente: ICEX

<sup>16</sup> Fuente: Country Report Fresh fruit – Vegetables-Packed food in EAU - Euromonitor

categorías consideradas no saludables, ya que los beneficios para la salud se convirtieron en un factor clave en las compras. La excepción a esto es el azúcar y los edulcorantes, ya que muchos consumidores consumieron refrigerios azucarados para distraerse de las tensiones emocionales y financieras causadas por la pandemia. Además, las opciones envasadas tenían más demanda, ya que los alimentos frescos envasados significaban que había menos riesgo de contaminación cruzada de otros consumidores y de personas en la cadena de suministro.

El año pasado, los Emiratos Árabes Unidos consiguieron un aumento notable en el Índice Global de Seguridad Alimentaria, en el que pasaron de la posición 31 a la 21. Con una mayor preocupación por la sostenibilidad del suministro de alimentos en la región, el consejo de seguridad alimentaria está trabajando activamente en tres parámetros principales, que son la mejora de los sistemas de control para monitorear la calidad de los alimentos importados, la trazabilidad de los alimentos y superar los desafíos de la cadena de suministro. En marzo de 2020, se aprobó la Ley Federal No. 3 de 2020 para garantizar medidas a nivel nacional que aseguren el stock estratégico de productos alimenticios en el país.

En los últimos años, los Emiratos Árabes Unidos ha centrado sus esfuerzos en 18 alimentos frescos y ha desarrollado su producción agrícola local a través de conceptos de tecnología agrícola. Con las crecientes presiones debido al impacto de COVID-19 en el consumo, estas granjas funcionaron a plena capacidad en 2020 y el gobierno instruyó a los pagadores clave para acelerar su proceso de innovación. Las granjas hidropónicas son un ejemplo de las últimas innovaciones, y cada granja hidropónica entrega aproximadamente 10 kg de hierbas frescas y microvegetales por día; esto equivale al rendimiento de aproximadamente un acre de tierra agrícola. Minoristas como Majid Al Futtaim lanzaron tres granjas en la tienda en mayo de 2020 y es probable que el país vea a más minoristas optar por estas nuevas tecnologías durante el período de pronóstico.

Así mismo el entorno global de la industria hizo un cambio de los consumidores a comprar productos básicos, incluidos alimentos frescos. Los consumidores normalmente almacenaban pollo, carnes rojas y huevos. Además, las nueces y las legumbres, como los frijoles y las lentejas, se venden con fuerza en países donde se usan comúnmente en la cocina (y por veganos y vegetarianos). Las raíces y verduras con almidón que tienen una vida útil más larga también vieron un aumento en las ventas, y las papas, las batatas, las cebollas y las zanahorias se beneficiaron.

En términos generales la categoría de frutas registra una disminución del volumen total del 6% en 2020 para llegar a 1,6 millones de toneladas, entre las frutas que más se consumen las manzanas, bananos frescos, cherries, blueberries, uvas, limas y limones, tangelos, naranjas, piñas entre otros. El kiwi registró el mejor desempeño en frutas con un aumento de volumen total del 3%,

El interés en productos más exóticos como cerezas, arándanos y fresas aumentará significativamente, especialmente entre los consumidores de ingresos altos y medios, que pueden permitirse comprar frutas más inusuales y crear variedad en su consumo de frutas. El aumento de blogueros de salud y fitness y las influencias de las redes sociales continuarán impulsando aún más la conciencia de los superalimentos como las bayas de acai y los aguacates. Se sabe que las bayas de acai contienen antioxidantes, reducen las alergias y estimulan el sistema inmunológico. Las hortalizas registraron un aumento de volumen total del 1% en 2020 para llegar a 1,6 millones de toneladas. La coliflor y el brócoli registra el mejor desempeño en hortalizas con un aumento de volumen total del 8% en 2020, otras verduras que consumen más tomates, cebollas, maíz. se espera que los consumidores prefieran cada vez más comprar verduras envasadas en lugar de verduras sin envasarlo, lo que provocará un aumento de los envases de plástico para las verduras.

En cuanto a productos envasados reflejo un sólido desempeño el arroz, la pasta y los fideos en 2020 no solo se debe a que estos productos forman el núcleo de muchos platos populares en el país, sino también al ritmo de innovación con el que los actores clave han podido responder a las necesidades de los consumidores. Se observaron desarrollos significativos en la gama de productos orientados a la salud hacia el final del período de revisión, incluida la aparición de formatos sin gluten e integrales, mientras que recientemente se han utilizado declaraciones de fortificado para enfatizar esta dirección de crecimiento. En la misma línea, es probable que los productos orgánicos experimenten una mejora en el impulso a medida que más consumidores aprecien los beneficios de las frutas y verduras orgánicas procesadas congeladas, por ejemplo. Se espera que las variaciones en curso en la oferta de papas procesadas congeladas sean un motor principal para el crecimiento en el futuro, ya que los actores clave personalizan los productos con condimentos dirigidos a cocinas étnicas específicas.

Las plataformas de comercio electrónico habían aumentado las ventas de alimentos envasados hacia el final del período de revisión, aunque desde una base pequeña, a medida que más consumidores comenzaron a apreciar la conveniencia

de recibir sus comestibles mensuales en la puerta de su casa. Plataformas como Amazon, Noon, Carrefour y Lulu han atraído a los consumidores a través de paquetes de descuentos y recompensas de lealtad en compras en línea.

También se prevé que las bolsas y bolsas de chocolate se beneficiarán de la pandemia. Las bolsas y bolsas de chocolate son particularmente populares en los Emiratos Árabes Unidos debido a la naturaleza compartida del producto. Culturalmente, los emiratíes a menudo disfrutan compartiendo comida para celebrar o pasar tiempo juntos en familia. Las bolsas de chocolate en forma de stand up, en particular, se han vuelto cada vez más populares, debido a su conveniencia para ser compartidas entre grupos. Durante el bloqueo, es probable que el consumo de este producto haya aumentado debido a que el Ramadán cayó entre el 23 de abril y el 23 de mayo. Además de la introducción de productos que faciliten el control de las porciones, también habrá un énfasis creciente en el chocolate negro, que se percibe como que ofrece beneficios positivos para la salud debido al hecho de que contiene una amplia gama de nutrientes, incluidos hierro, magnesio, cobre y manganeso. El fabricante de chocolate belga, Godiva, planea lanzar una nueva línea de chocolate amargo, Pure, compuesta en su totalidad por productos con un 85% de cacao o más. La nueva gama incluirá productos mezclados con ingredientes como frutos del bosque, albaricoques y café, además de un chocolate con un 90% de cacao, que la compañía describe como "súper saludable"

A continuación, se detalla un cuadro con 10 partidas con potencial exportador:

Cuadro N° 08

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao,	Estrella	309,901	5%	Italia (13%) Turquía (11%) Países Bajos (8%)
'220300	Cerveza de malta	Estrella	94,681	0%	Países Bajos (92%) México (1%) Zona Nep (7%)
'220820	Aguardiente de vino o de orujo de uvas	Estrella	60,822	0%	Francia (95%) Alemania (1.3%) Zona Nep (1%)
'080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Estrella	45,222	0%	Kenya (39%) México (28%) Perú (7%)
'090111	Café sin tostar ni descafeinar	Estrella	43,349	0%	Brazil (28%) Nicaragua (17%) India (13%)
'081190	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	Prometedor	15,195	5%	Filipinas (57%) Brasil (12%) India (8%)
'081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	Prometedor	9,997	0%	España (15%) Sudáfrica (14.5%) México (13.6%)
'071420	Batatas "boniatos, camotes", frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incl. troceadas o en ...	Prometedor	6,598	5%	Egipto (41%) Australia (32%) Estados Unidos (14%)
'090421	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar	Prometedor	5,981	5%	India (51%) Pakistán (35%) China (10%)
'070810	Guisantes "arvejas, chícharos" "Pisum sativum", aunque estén desvainados, frescos o refrigerados	Prometedor	3,065	0%	Pakistán (41%) Kenya (28%) China (7%)

Fuente: TradeMap (marzo2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.



**Sector pesquero<sup>17</sup>**

El pescado congelado ha experimentado un mayor interés en 2020 ya que los consumidores, deseosos de reducir la frecuencia de sus viajes de compras para reducir el riesgo de contraer COVID-19, compran productos que pueden almacenarse por más tiempo. Durante el período objeto de examen, la categoría sufrió de escepticismo sobre la salubridad del pescado congelado. Los pescados y mariscos orgánicos habían recibido una mayor atención durante el último período de revisión, apoyados principalmente por el salmón orgánico. Los occidentales con altos ingresos disponibles buscan en particular variantes orgánicas cuando compran pescado y marisco. Además, los consumidores son cada vez más conscientes de la compra de pescado y marisco procedente de pesquerías sostenibles. Como tal, se espera que la tendencia orgánica crezca en los próximos años.

A continuación, se muestra en el cuadro, un total de 10 partidas de productos con potencial exportador:

**Cuadro N° 09**

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'030617	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones ...	Consolidado	231,099	0%	India (69%) Pakistán (7%) Irán (7%)
'160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito "Sarda spp.", enteros o en trozos ...	Consolidado	82,572	5%	Tailandia (78%) Filipinas (10%) Italia (3%)
'030749	Sepia "Sepia officinalis, Rossia macrosoma Sepiola spp." y el calamar "Ommastrephes spp., Loligo ...	Consolidado	14,242	5%	China (27%) India (32%) Pakistán (16%)
'030482	Filetes congelados de trucha "Salmo trutta, Oncorhynchus mykiss, Oncorhynchus clarki, aguabonita ...	Prometedor	1,055	5%	Estados Unidos (92%) Chile (7%) Turquía (1%)
'030369	Pescado congelado de la Bregmacerotidae familias, Euclichthyidae, Gadidae, Macrouridae, Melanonidae, ...	Prometedor	3,784	5%	Myanmar (60%) Bangladesh (14%) Nueva Zelandia (9%)

Fuente: TradeMap (Consultado, julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

**Sector textil y confecciones<sup>18</sup>**

Categorías como ropa cómoda, ropa deportiva y ropa de dormir fueron las menos afectadas durante la pandemia, ya que los consumidores se quedaban en casa y optaban por llevar ropa informal y cómoda. Esto llevó a una fuerte caída en la ropa formal y para ocasiones, que generalmente son impulsadas por el trabajo y los grandes eventos sociales. Además, los deportes y otros eventos a gran escala se cancelaron o pospusieron en 2020 debido a que las restricciones de viaje redujeron la cantidad de turistas en el país. La Expo2020 también se pospuso, con las próximas fechas oficiales fijadas para 2021. Las marcas de comercio electrónico de terceros como Namshi, Amazon.ae y Noon.com, así como los sitios web de marcas como Mango, Zara y H&M, se beneficiaron de las ventas de ropa y calzado durante los cierres temporales de tiendas al seguir teniendo ventas. canales online. Cuando se levantó el bloqueo, se reanudó un enfoque combinado para las compras de ropa con el uso en línea junto con el uso fuera de línea.

Ropa inspirada en los deportes ve cierta demanda de consumidores que buscan ropa cómoda. Este tipo de ropa es multifuncional y significa que los consumidores no necesitan negociar sobre la comodidad durante su mayor tiempo en casa. Para las mujeres, los pantalones de yoga funcionan comparativamente bien, ya que las mujeres los encuentran

<sup>17</sup> Fuente: Country Report Fish and Seafood in EAU - Euromonitor

<sup>18</sup> Fuente: Country Report Apparel and Foodwear in EAU - Euromonitor

cómodos y versátiles. Los zapatos para correr y caminar (dentro del calzado deportivo) también funcionarán razonablemente bien en 2020, ya que los consumidores se han vuelto más conscientes de su salud y están haciendo tiempo para mantener sus niveles de condición física caminando y corriendo durante la pandemia.

Respecto a la moda femenina, un gran aumento de la demanda de vestidos, faldas y ropa de primera calidad. Mientras tanto, la demanda de ropa cómoda aumentó tras la cuarentena. Las mujeres de los Emiratos Árabes Unidos estaban cada vez más interesadas en las tendencias de la moda occidental antes de la pandemia y usaban cada vez más la moda occidental al tiempo que agregaban un toque tradicional, las camisas y blusas de algodón de manga larga pero livianas se pueden combinar con pantalones, jeans o faldas, lo que las convierte en piezas de moda versátiles pero elegantes, adecuadas para una variedad de ocasiones. Es probable que las marcas regionales como Splash y Max, así como las marcas internacionales de precio medio alto como Mango, Zara y H&M continúen publicitando con esta tendencia en mente, ya que los consumidores buscan regresar a sus vidas normales previas a la pandemia. Así como también es probable que las tendencias de la moda informal y de inspiración deportiva también persistan en la ropa de mujer, ya que la pandemia aumentó la conciencia de la importancia de llevar un estilo de vida saludable. Como tal, se espera que las mujeres mejoren su salud y bienestar mediante la participación en actividades deportivas y de ejercicio, por lo que requieren ropa informal y activa.

La preferencia de los hombres por la ropa confeccionada con materiales naturales, como el algodón, también siguió aumentando, ya que estos materiales son cómodos y están ligados a la buena calidad.

Por otro lado, muchas empresas e individuos comenzaron a hacer disponibles máscaras faciales de tela y comenzó una tendencia para que los consumidores combinaran su mascarilla con el resto de sus atuendos, especialmente las mujeres. De hecho, Nishat Linen en los Emiratos Árabes Unidos comenzó a vender camisas largas para mujeres (que son atractivas para las mujeres en los Emiratos Árabes Unidos debido a su estilo modesto) en combinación con máscaras faciales a juego.

Una tendencia que impulsó las ventas de ropa infantil durante el período de revisión fue la introducción de colecciones a juego de padre-hijo / madre-hija, que se compartieron ampliamente en las redes sociales. Muchos consumidores estaban ansiosos por comprar atuendos a juego para ellos y sus hijos y lucirlos en Instagram, para demostrar su propio estilo personal.

Durante 2021-22, se espera que la demanda comience a recuperarse para la mayoría de las categorías, ya que los consumidores que pueden pagar estarán ansiosos por realizar más compras y adoptar su estilo en los próximos años.

A continuación, se presenta cuadro con 10 partidas potencial exportador:

Cuadro N° 10

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	464,773	5%	India (36%) China (14%) Bangladesh (13%)
'611020	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de algodón ... ,	Estrella	179,036	5%	China (29%) Bangladesh (11%) India (11%)
'610510	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. camisones, "T-shirts" y camisetas)	Estrella	89,803	5%	China (26%) India (14%) Bangladesh (11%)
'611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras ...	Estrella	86,323	5%	China (43%) Camboya (10%) Bangladesh (9%)
'610462	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres ...	Estrella	68,497	5%	China (27%) Bangladesh (21%) India (18%)
'610831	Camisones y pijamas, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts", camisetas ...)	Estrella	41,600	5%	India (44%) Bangladesh (25%) China (13%)
'610442	Vestidos de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)	Estrella	36,855	5%	China (24%) India (17%) Bangladesh (12%)
'611011	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana ...	Estrella	35,770	5%	China (46%) Italia (26%) India (8%)
'610610	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts" ...)	Estrella	30,985	5%	India (32%) China (29%) Bangladesh (16%)
'611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.", ...	Estrella	24,344	5%	China (38%) Turquía (19%) Italia (6%)

Fuente: TradeMap (Consultado, julio 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

### **Sector manufacturas diversas<sup>19</sup>**

El crecimiento general de los envases de belleza y cuidado personal se desaceleró en 2020, aunque se mantuvo positivo, apoyado por un repunte a corto plazo en algunas áreas de productos relacionados con la higiene.

Como era de esperar, los formatos de envasado en barra de jabón y jabón líquido han liderado el crecimiento en los envases de baño y ducha, con los envases de cartón plegables de 125G en barra de jabón aumentando más rápidamente, seguidos de cerca por las botellas de PET de 300 ml en jabón líquido. Las botellas de HDPE de 60 ml y las botellas de PET de 400 ml en gel de ducha y gel de ducha también han experimentado aumentos rápidos. Se prevé que el crecimiento general se recupere nuevamente durante 2020-21 y continúe aumentando a

<sup>19</sup> Fuente: Country Report Home & garden, home care, tissue, packaging in EAU - Euromonitor

tasas estables durante todo el período de pronóstico. El desarrollo y la innovación estarán en línea con las tendencias actuales, especialmente la sostenibilidad y los formatos más pequeños, pero también las formas de empaque y las obras de arte creativas e "inspiradas en el diseño"

En los Emiratos Árabes Unidos, las empresas de comercio electrónico pequeñas y medianas se están volcando cada vez más hacia soluciones de embalaje más sostenibles. Por ejemplo, Sprii.com, la compañía de madres y bebés, ha pasado los últimos cuatro años enfocándose en mejorar su huella ambiental a través de la reducción de materiales de embalaje de plástico y la adopción de cartón reciclable. Hasta ahora, los jugadores más grandes con sede en los Emiratos Árabes Unidos han tardado más en cambiar a soluciones sostenibles cuando se trata de empaquetar sus pedidos en línea. y ahora utiliza papel Tetra Pak 100% reciclable, así como bolsas de papel y yute para sus pedidos en línea. En 2019, el jugador de comercio electrónico de moda de lujo Ounass lanzó cajas de embalaje ecológicas de producción local para todos sus pedidos.

Palm Co, una empresa emergente con sede en los Emiratos Árabes Unidos, ha ideado una forma de convertir la fibra de palmera en material de envasado de alimentos sostenible para minoristas y agricultores. El atractivo de la fibra de palma es que es un subproducto de la extracción del aceite de palma que normalmente se ha desperdiciado y, por lo tanto, tiene un costo relativamente bajo en comparación con varias alternativas sostenibles. como el desarrollo de un indicador de frescura adjunto al envase que cambia de color a medida que el producto se oxida.

A principios de 2020, los jugadores de alimentos y bebidas Agthia lanzaron el primer empaque a base de plantas para agua embotellada en la región, bajo su marca Al Ain. Las botellas están hechas de ácido poliláctico (PLA), un tipo de bioplástico, que es 100% vegetal y se descompone como suelo en 80 días cuando se composta, por lo que es 100% biodegradable.

Por otro lado la participación de los minoristas de comercio electrónico puro en el campo de la belleza y el cuidado personal ha aumentado significativamente recientemente. Esto está relacionado con la creciente popularidad de las plataformas de comercio electrónico como Farfetch, que se posiciona como el "Amazon del lujo", y el jugador de comercio electrónico de lujo Ounass, que recientemente colaboró con Snapchat para crear una boutique virtual con tecnología de realidad aumentada e imágenes en 3D.

Respecto al hogar, los consumidores estarán más interesados en categorías como limpiadores multiusos con propiedades desinfectantes. También se espera que las principales marcas en el cuidado del hogar dependan en gran medida de las promociones, ofertas y descuentos en el período de pronóstico para mantener la lealtad de los consumidores en los Emiratos Árabes Unidos. Los consumidores serán cada vez más exigentes a la hora de exigir productos de alta calidad y una buena relación calidad-precio en los próximos años, lo que es una buena oportunidad para que los fabricantes se centren más en agregar valor a través de la innovación y la mejora de la calidad de sus productos.

Otra tendencia hágalo por mí continúa extendiéndose más allá de las tareas básicas, como cocinar, limpiar y mejorar el hogar: los consumidores buscan cada vez más servicios de valor agregado como el asesoramiento en diseño de interiores, además de la entrega y el montaje de muebles. IKEA ofrece muebles personalizables a sus clientes, con la opción de colocar digitalmente los muebles en su hogar a través de las medidas proporcionadas y diseñar la combinación de colores; esto aumenta la confianza y la satisfacción del consumidor al realizar una compra. La marca Home Center del gigante minorista Landmark Group también está utilizando tecnología de renderizado 3D, que crea imágenes visuales de los hogares de los clientes con sus productos de Home Center. Durante el período de revisión, el mercado vio precios de alquiler de bienes raíces mucho mejores, lo que permitió que un gran número de consumidores se mudaran a casas nuevas y más grandes, una situación que benefició las ventas de casas y jardines. Se espera que esto continúe. El desarrollo de tecnologías domésticas, como placas de inducción, aumentará la demanda de utensilios de cocina adecuados. Mientras tanto, también es probable que la conciencia medioambiental entre los consumidores lleve a una mayor preferencia por materiales como el vidrio o la cerámica sobre las alternativas de plástico. La demanda de toallitas húmedas también aumentará, impulsada principalmente por las toallitas húmedas para bebés dominantes, que tienen un alcance más amplio más allá de los padres debido a su asequibilidad y atributos de usos múltiples en términos de limpieza y conveniencia cuando están fuera del hogar.

A continuación, se muestra en el cuadro, una relación de 10 partidas de productos con potencial exportador:

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Miles de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'711319	Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata, incl. revestidos ...	Estrella	14,800,555	5%	India (59%) Italia (7%) Malasia (6%)
'740311	Cobre refinado en forma de cátodos y de secciones de cátodos	Estrella	2,594,928	5%	India (21%) Mali (6%) Hong Kong (5%)
'392690	Artículos de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914, ncop ...	Estrella	391,445	5%	China (31%) Estados Unidos (18%) Alemania (10%)
'790111	Cinc en bruto, sin alear, con un contenido de cinc >= 99,99% en peso	Estrella	225,272	5%	España (32%) Korea del Sur (19%) India (14%)
'701090	Bombonas "damajuanas", botellas, frascos, botaes, tarros, envases tubulares y demás recipientes ...	Prometedor	94,032	5%	China (58%) India (21%) Omán (10%)
'392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno y sin esfuerzo, estratificación ...	Prometedor	61,241	5%	Arabia Saudita (20%) China (18%) India (13%)
'480300	Papel del tipo utilizado para papel higiénico, toallitas para desmaquillar, toallas, servilletas ...	Prometedor	39,117	5%	Indonesia (41%) India (35%) China (8%)
'700721	Vidrio contrachapado, de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles, aeronaves, ...	Prometedor	22,733	5%	Estados Unidos (15%) Canadá (15%) China (9%)
'740911	Chapas y tiras, de cobre refinado, de espesor > 0,15 mm, enrolladas (exc. chapas y tiras extendidas ...	Prometedor	21,361	5%	Alemania (33%) Bulgaria (25%) Reino Unido (17%)
'391732	Tubos flexibles, de plástico, sin reforzar ni combinar con otras materias, sin accesorios	Prometedor	13,417	5%	China (20%) República Checa (18%) Alemania (17%)

Fuente: TradeMap (Consultado, marzo 2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

## 7. Tendencias del Consumidor<sup>20</sup>

Con la adopción del comercio electrónico en el MEA impulsada por la pandemia, los consumidores continuarán adoptando esto por sus beneficios de conveniencia e higiene. La dependencia de las herramientas y los servicios basados en aplicaciones para gestionar todos los aspectos de la vida aumentará, dando a las marcas oportunidades para lanzar nuevos productos. Las marcas tienen la oportunidad de establecer un nuevo precedente para el uso de la tecnología mediante la incorporación de herramientas de inteligencia artificial para que su uso sea lo más humano y ecológico posible.

A los consumidores de MEA se les ofrecen herramientas digitales para que se les entreguen productos, se les proporcione información y se acceda al contenido en un instante, lo que está impulsando la demanda de estos servicios integrados.

A medida que Oriente Medio en particular se acostumbre a esta conveniencia, se volverán más exigentes, lo que impulsará opciones de entrega súper rápidas y el despliegue de tecnología avanzada como drones y robots.

<sup>20</sup> Fuente: Euromonitor: Megatrends en EAU (2021)

## Megatencias

*Experiencia:* Hay un cambio fundamental en los valores del consumidor hacia las experiencias; comprometerse directamente con un producto / servicio y, a cambio, recibir una interacción mejorada y única con la marca. Los consumidores buscan experiencias auténticas que se adapten a los gustos, preferencias y estilos de vida individuales. Los residentes de los Emiratos Árabes Unidos, alrededor del 90% de los cuales son expatriados que generalmente trabajan muchas horas, suelen ser ricos y dispone poco tiempo y, por lo tanto, prefieren las experiencias de lujo. Encuesta de Euromonitor mostró que el 64% de los consumidores (en comparación con el 53% a nivel mundial) dice que es importante gastar dinero en experiencias, y el 58% busca experiencias seleccionadas que se adapten a sus gustos.

*Vida saludable:* Los hábitos de vida saludables se están convirtiendo en la forma de vida normal a medida que aumentan las preocupaciones sobre la obesidad, la sensibilidad a los alimentos y las personas afectadas por enfermedades. Sin embargo, las percepciones de una vida saludable están cambiando más allá de la salud física para representar una visión mucho más holística, donde la comida, el ejercicio, el bienestar mental y los problemas de estilo de vida más amplios se ven como una entidad completa.

Las largas horas de trabajo y la afición por la comida rápida han contribuido a un fuerte aumento de las tasas de obesidad, del 34% en 2015 al 39% en 2020, mientras que el 10% de los encuestados dicen que son diabéticos. Como reflejo de esto, el 57% monitorea activamente lo que come para controlar su peso y el 37% sigue una dieta de pérdida de peso, muy por encima de los promedios respectivos del 42% y 24%. Esto generó un aumento del 27% en el gasto en control de peso durante 2015-2020.

Correr es una actividad popular entre los que están activos: el 61% dice que corre al menos semanalmente, en comparación con solo el 43% de sus contrapartes globales. El yoga también es muy popular, practicado por el 50% de los consumidores.

En julio de 2020, Mulk Healthcare, con sede en los Emiratos Árabes Unidos, anunció el próximo lanzamiento de una nueva plataforma de atención médica digital global. A través de una aplicación descargable, Mulk E-health ofrecerá a los pacientes una gama completa de servicios, desde la reserva de citas y la búsqueda de consultas iniciales hasta la obtención de la aprobación, el diagnóstico, la prescripción, la medicación y la atención poshospitalaria del seguro médico. Mulk Healthcare ha anunciado que más de 2.000 expertos internacionales ya se han registrado para proporcionar sus servicios en la plataforma.

Los consumidores se han preocupado cada vez más por la seguridad alimentaria durante la pandemia y están mostrando un mayor interés en la sostenibilidad.

La medida de la Autoridad de Seguridad Alimentaria y Agrícola de Abu Dhabi (ADAFSA) es parte de un esfuerzo para apoyar a los agricultores locales, ampliar la disponibilidad de alimentos frescos para todos los consumidores y reducir la dependencia de los EAU de los productos importados. Abu Dhabi ahora cultiva 42 frutas y verduras, muchas de ellas orgánicas.

*Compras reinventadas:* La compra de comestibles se realiza principalmente en hipermercados y supermercados, que suelen estar ubicados en centros comerciales y están abiertos las 24 horas, los 7 días de la semana. Sin embargo, la compra de alimentos en línea es cada vez más popular: antes del COVID-19, el 45% de los consumidores compraban alimentos en línea al menos una vez al mes, en comparación con el 33% a nivel mundial.

Bazzarna.com, con sede en los Emiratos Árabes Unidos, un minorista de moda en línea que presenta marcas como Desigual, H&M, Lacoste, Ralph Lauren, Fila y Tommy Hilfiger, ha lanzado lo que llama el primer "probador virtual" del país.

Con la aplicación o el sitio web, los compradores pueden seleccionar una prenda de vestir e ingresar las medidas de su cuerpo. La herramienta de tallaje inteligente del minorista luego recomienda el tamaño correcto de la prenda para ordenar y aconseja qué tan bien le quedará. La herramienta también recuerda las medidas del comprador para la próxima vez que compre. No poder probarse los artículos es un gran inconveniente de comprar ropa en línea, especialmente porque las tallas no están estandarizadas entre las marcas.

Las herramientas de dimensionamiento inteligente ayudan a evitar la molestia de devolver artículos que no le quedan bien y son especialmente relevantes durante la pandemia, cuando los probadores físicos están cerrados o son poco atractivos para los consumidores.

*Vida ética:* Los minoristas de los Emiratos Árabes Unidos están introduciendo una serie de iniciativas para eliminar los desechos plásticos y reducir su huella de carbono de acuerdo con los objetivos del gobierno.

Los consumidores, deseosos de apoyar la economía circular, están mostrando un mayor interés en conceptos como estaciones de recarga y tiendas sin residuos. En octubre de 2019, el hipermercado Carrefour, operado en los Emiratos Árabes Unidos por Majid Al Futtaim (MAF), lanzó su primera estación de recarga de detergente "Green Home" en Mall of the Emirates, en asociación con Planet Pure.

Los clientes tienen la opción de comprar botellas reutilizables y llenarlas con detergente orgánico certificado y libre de crueldad. Un chip RFID incrustado en la etiqueta de cada botella reutilizable ayuda a garantizar que siempre se dispense el producto correcto.

MAF se ha comprometido a convertirse en Neto Positivo en carbono y agua para 2040.

*Más marcas por menos:* Brands For Less Group (BFL), un minorista de moda y artículos para el hogar a precios reducidos con sede en los Emiratos Árabes Unidos, anunció en septiembre de 2020 que invertiría USD 12 millones en su negocio de comercio electrónico luego de un aumento dramático en las ventas en línea durante la pandemia.

BFL, la franquicia oficial de Tchibo en el Medio Oriente, se ha expandido rápidamente y ahora opera 65 tiendas Brands For Less en toda la región.

El minorista ofrece marcas de lujo asequibles a precios de descuento, como Ralph Lauren, Moschino y Superdry, así como ropa deportiva de Adidas, Puma y Reebok.

Los consumidores de clase media son un impulsor clave de las ventas de lujo en los Emiratos Árabes Unidos. Sin embargo, los minoristas con precios rebajados se están convirtiendo en una perspectiva más atractiva a la luz de la reciente introducción del IVA y la incertidumbre económica actual.

El comercio electrónico también está floreciendo a medida que los consumidores continúan observando el distanciamiento social y buscan reducir costos.

*Premiumización:* Las marcas de estilo de vida con una imagen natural y premium atraen a los consumidores que buscan cada vez más un enfoque holístico de la salud y la belleza.

Aunque el mercado de la belleza en los Emiratos Árabes Unidos está saturado, existe una demanda creciente de maquillaje de alta calidad que sea seguro y beneficioso para la piel. Liht Organics, fundada por la empresaria singapurense Nerissa Low en 2019, se lanzó en los Emiratos Árabes Unidos en enero de 2020 y afirma ser la primera marca de maquillaje orgánico premium de la región.

Liht (abreviatura de "Living In Her Time") está dirigida a mujeres de Oriente Medio que disfrutan de nuevos niveles de libertad y empoderamiento. Además de contener ingredientes orgánicos certificados por el USDA, los productos son veganos, libres de crueldad animal, sin gluten y 100% naturales.

Actualmente, la marca está disponible en 22 tiendas BLSH en hipermercados Lulu en Dubai y Abu Dhabi.

## 8. Cultura de Negocios<sup>21</sup>

El mercado de EAU es la segunda economía del Golfo por el tamaño del PIB. Dubái y Abu Dabi son dos economías dinámicas y en continuo desarrollo. Hay que tener presente su carácter de plataforma empresarial para acometer terceros mercados y su naturaleza de hub logístico. El resto de emiratos también muestran una actividad creciente y adoptan estrategias similares a las de los grandes emiratos del país. La actividad comercial presenta sus propias particularidades, directamente relacionadas con la cultura árabe. Pueden destacarse tres aspectos claves:

- ❖ Importancia de las relaciones personales. Se trata de un mercado de contactos, mediante los cuales la empresa no sólo consigue transmitir su compromiso con el mercado, sino también obtener información y posicionarse adecuadamente hacia licitaciones y planes de inversión de agentes públicos o privados. La información no fluye abiertamente, por lo que es fundamental apoyarse en actores locales bien posicionados.
- ❖ Mercados de medio-largo plazo. El periodo de maduración de la actividad comercial, o proyecto de inversión, se sitúa en el medio o largo plazo. En este sentido, las empresas locales no suelen tomar en serio a los exportadores esporádicos, sino a aquellas empresas extranjeras que muestran un fuerte compromiso en tiempo e inversión con el mercado. Los agentes locales buscan establecer una relación sólida, de cercanía y confianza antes de iniciar cualquier actividad comercial. Es necesario estar a su disposición ante cualquier duda o sugerencia que pueda surgir, así como realizar visitas frecuentes al mercado.
- ❖ Aportar referencias de proyectos/actuaciones comerciales realizados en el país, o en su defecto en la región CCG o MENA. Una vez que la empresa ha demostrado su adaptabilidad para trabajar con otros clientes árabes es cuando empieza a ser reconocida como un potencial socio comercial.

En Emiratos Árabes, durante la negociación evite ir directamente a hablar de negocios, ya que no es bien visto. Asimismo, debe llegar a tiempo a la reunión pactada, a diferencia de otras regiones del continente, es casi inútil fijar reuniones con semanas de anticipación por lo que se recomienda fijarlas unos días antes.

<sup>21</sup> Fuente: ICEX

En el caso que el empresario emiratí lo invite a beber, de no hacerlo se tomaría como una descortesía; a su vez, se recomienda no cruzar las piernas mostrando los talones ya que puede tomarse como una ofensa. De la misma forma el pulgar hacia arriba es considerado inapropiado.

En términos de vestimenta se debe evitar estilos que sean muy coloridos, por ejemplo el americano, ya que el ser muy vistoso es mal visto por el empresariado árabe.

La negociación en los Emiratos Árabes se acostumbra hacerse sin prisa, por lo que se espera llegar a un acuerdo luego de varias reuniones.

Además, son mercados en los que hay que ser muy flexible para adaptarse a las exigencias en precio (incluso una vez cerrado el trato puede haber recorrido para la renegociación), volumen de pedido y plazos de entrega. Asimismo, y debido a la gran competencia procedente de países anglosajones (que además disfrutaban de la ventaja de que los estándares generalizados son británicos o americanos), es fundamental que la empresa tenga suficientes competencias lingüísticas para manejar el inglés como idioma de trabajo.

## 9. Links de interés

- Cámara de comercio de Dubai  
<https://www.dubaichamber.com/>
- Cámara de comercio e Industria de Abu Dabi  
<http://www.abudhabichamber.ae/>
- ESMA (*Emirates Authority for Standardization and Metrology*)  
<http://www.esma.gov.ae/en-us>
- Doing Business:  
<http://espanol.doingbusiness.org>
- Unión de Comercio del Centro – UCV  
[www.cgi-cf.com](http://www.cgi-cf.com)
- Datamonitor:  
<http://www.datamonitor.com>
- Business Monitor:  
<http://www.businessmonitor.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo  
<http://www.mincetur.gob.pe>

## 10. Eventos comerciales

Cuadro N° 12. Ferias en EAU

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Arabplast	Manufacturas diversas	Dubai	15 al 18 nov 2021	<a href="https://www.arabplast.info/">https://www.arabplast.info/</a>
Arab Health Exhibition & Congress	Manufacturas diversas	Dubai	21 al 24 junio 2021	<a href="https://www.arabhealthonline.com/en/Home.html">https://www.arabhealthonline.com/en/Home.html</a>
Gulfood Exhibition	Gastronomía	Dubai	7 al 9 nov 2021	<a href="https://www.gulfood.com/">https://www.gulfood.com/</a>
Middle East Coatings Show	Manufacturas diversas	Dubai	27 al 29 setiembre 2021	<a href="https://www.middleeastcoatingsshow.com/">https://www.middleeastcoatingsshow.com/</a>
Middle East Energy Dubai	Manufacturas diversas	Dubai	17 mayo al 7 junio 2021	<a href="http://bit.ly/2CeBXbn">http://bit.ly/2CeBXbn</a>
AGRA Middle East	Agropecuario	Dubai	29 al 30 junio 2021	<a href="https://www.agramiddleeast.com">https://www.agramiddleeast.com</a>
BeautyWorld Middle East	Manufacturas diversas	Dubai	5 al 7 octubre 2021	<a href="https://www.beautyworldme.com">https://www.beautyworldme.com</a>
Expo2020Dubai	Cultura, Turismo	Dubai	1 octubre 2021 Al 31 marzo 2022	<a href="https://www.expo2020dubai.com/es">https://www.expo2020dubai.com/es</a>
Middle East Concrete The big 5 Heavy	Manufacturas diversas	Dubai	12 al 15 setiembre 2021	<a href="https://www.middleeastconcrete.com/">https://www.middleeastconcrete.com/</a>

Fuente: Feriasinfo. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

Nota: Revisar fechas en el portal ya que probablemente varíen dada la actual coyuntura del COVID-19.



## 11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: [www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- Doing Business: [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- Euromonitor International: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Fondo Monetario Internacional (FMI): [www.imf.org](http://www.imf.org)
- Market Access Map: [www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: [www.rree.gob.pe](http://www.rree.gob.pe)
- Mundo Ferias: [www.mundoferias.com/index.html](http://www.mundoferias.com/index.html)
- Auma : <https://www.auma.de/es/exponer-en-ferias/buscar-ferias>
- Tradefairdates: <https://www.tradefairdates.com/>
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- Trading Economics: [es.tradingeconomics.com/](http://es.tradingeconomics.com/)
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- World Trade Organization: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tpr\\_s/tp\\_rep\\_s.htm#bycountry](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tp_rep_s.htm#bycountry)
- Federal Competitiveness and Statistics Authority.: <http://fcsa.gov.ae/en-us>.
- Ministerio de economía: [www.economy.ae/english](http://www.economy.ae/english).
- Dubai Airports: [www.dubaairports.ae/](http://www.dubaairports.ae/).
- Banco central emiratí: [www.centralbank.ae/en](http://www.centralbank.ae/en)
- ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/index.html>