

EXPORTACIÓN DE FRUTAS EXÓTICA A LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

**Rodrigo Pedraza Álvarez
Leidy Lorena López**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADOS
Bogotá
2017**

EXPORTACIÓN DE FRUTAS EXÓTICA A LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

**RODRIGO PEDRAZA ÁLVAREZ
LEIDY LORENA LÓPEZ**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR
POR EL TÍTULO DE INGENIERÍA DE MERCADOS.**

**DIRECTORA TEMÁTICA
CELINA FORERO ALMANZA
MSC. Mercadeo Agroindustrial.**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADOS
Bogotá
2017**

DEDICATORIA

Dedicado este trabajo de grado primero a Dios, a nuestros padres quienes nos brindaron su apoyo incondicional y a la Universidad Piloto de Colombia y a la facultad de Ingeniería de Mercados que nos dieron la oportunidad de realizar esta misión académica y poder aplicar todos los conocimientos adquiridos en este proceso de aprendizaje.

AGRADECIMIENTOS

Ante todo, es importante agradecer a Dios que nos permitió llegar a este momento tan especial, junto a nuestras familias y seres queridos.

A nuestros padres y familias que nos han acompañado en todo momento y han sido nuestro apoyo, cuando las fuerzas faltaban en el camino.

A Nuestra Universidad, sus profesores y administrativos, que siempre han estado pendientes de nuestra formación y nuestras necesidades.

A la profesora Celina Forero, que nos acompañó en la elaboración de este trabajo, brindándonos sus conocimientos para que culmináramos nuestros estudios de manera digna y con excelencia.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	7
ABSTRAC	8
1. INTRODUCCION	9
2. OBJETIVOS	11
2.1. OBJETIVO GENERAL	11
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
2.2.1. Mercadeo	11
2.2.2. Legal	11
2.2.3. Financiero	12
2.3. JUSTIFICACION	12
3. ANÁLISIS SECTOR DE IMPORTACIÓN DE FRUTAS EXÓTICA EN DUBÁI 6	13
4. I ENFOQUE	13
4.1 POBLACIÓN CONSUMIDORA DE FRUTAS	13
4.1.1. Consumidores	13
4.1.2. Geografía	15
4.1.3. Demografía	16
4.2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	17
5. II ENFOQUE	18
5.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	18
5.2. DISTRIBUCIÓN MAYORISTA	21
5.3. OPORTUNIDADES DE MERCADO	22
5.4. OPORTUNIDAD PARA EL EXPORTADOR COLOMBIANO	23
5.5. HORECA	24
6. III ENFOQUE	26
6.1. SISTEMAS DE IMPORTACIÓN	26
6.1.1. Políticas públicas	27
6.1.2. Sistemas de Exportación	28
6.1.3. Sistemas de distribución internacional (DFI)	29
6.2. ASPECTOS IMPORTANTES PARA LA LOGÍSTICA	30
6. 3. ACUERDOS COMERCIALES	33
6.4. PERFIL EXIGIDO PARA COLOMBIA EN LOS EUA	35
6.4.1. Integración económica	35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	37
Bibliografía	39

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tabla de crecimiento de la población surgido en EAU, en los últimos diez años y la proyección poblacional estimada para el año 2020.	12
Tabla 2. Principales importadores de frutas en Dubái	17
Tabla 3. Supermercados e hipermercados distribuidores	18
Tabla 4. Importaciones y exportaciones de los Emiratos Árabes	26
Tabla 5. accesos utilizados para la exportación a los Emiratos Árabes Unidos	31

INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Población Emiratos Árabes	13
Gráfico 2. Geografía de Emiratos Árabes.	14
Gráfico 3. Número de Hoteles en Dubái	15
Gráfico 4. Vías marítimas de acceso a Emiratos	28
Gráfico 5. Vías aéreas de acceso a Emiratos	30

RESUMEN

El presente trabajo realizado sobre la Exportación de Frutas Exótica a los Emiratos Árabes Unidos y con una perspectiva académica, es un ejemplo de la aplicación de la Ingeniería de Mercados al mundo de las exportaciones de manera clara y práctica, a partir del manejo de tres temáticas o enfoques principales, específicas como son la identificación y determinación de los mercados, el reconocimiento de los modelos de distribución y comercialización de productos frutales y la establecimiento de las condiciones de logística internacional de transporte y carga de estos productos, así como las políticas de negociación.

Se hace un análisis de importación de frutas exóticas en Dubái, reconociendo las poblaciones consumidoras de frutas, una definición del sector agroalimentario en Emiratos Árabes Unidos (EAU), los canales de distribución con sus variables mayorista y minorista, las oportunidades de mercado para el exportador colombiano, de acuerdo con las características de los Emiratos.

Un tercer enfoque habla de los sistemas de importación y exportación, las políticas públicas, los sistemas de distribución internacional y su logística, los acuerdos comerciales y el perfil que exigen los EAU para las importaciones.

Palabras Claves: Emiratos Árabes Unidos, exportación, importación, mercados, comercialización.

ABSTRAC

The present work on Exotic Fruit Exports to the United Arab Emirates and with an academic perspective, is an example of the application of Market Engineering to the world of exports in a clear and practical way, based on the management of three themes or main approaches, specific as they are the identification and definition of the markets, the recognition of patterns of distribution and marketing fruit products and the establishment of the conditions of international logistics of transportation and loading of these products, as well as the policies of negotiation.

An import analysis of exotic fruits is made in Dubai, recognizing fruit consuming populations, a definition of the agri-food sector in the United Arab Emirates (UAE), the distribution channels with their wholesale and retail variables, the market opportunities for the Colombian exporter, according to the characteristics of the Emirates.

A third approach speaks of import and export schemes, public policies, systems of international distribution, its logistics, trade agreements and the profile demanded by the UAE for imports.

Key words: Arab Emirates, export, import, market, marketing.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad Colombia viene sufriendo un proceso de Internacionalización intensivo, en el cual se han visto las firmas de numerosos tratados comerciales con diferentes países como: Estados Unidos, Canadá, Corea, Suiza y la Unión Árabe. Logrando posicionar productos tradicionales ya que gozan de excepciones arancelarias, otras ayudas comerciales y gubernamentales. Este país (Colombia), se ha caracterizado por tener un alto porcentaje de exportación de materias primas y productos alimenticios sin procesar, al igual que un bajo porcentaje de productos terminados que le han valido de buen renombre internacional.

Las frutas Colombianas, exóticas y exquisitas gracias a la tierra de sus pisos térmicos, contienen vitaminas, minerales y fructosa que ofrecen beneficios para la salud, además del sabor, color y olor que apetece el mercado internacional. Ahora bien utilizando todas sus ventajas para crear productos basados en esta materia prima transformándola con altos estándares de calidad hacen que el mercado internacional fije su mirada en las exportaciones de productos colombianos.

Este proyecto busca realizar un plan de exportación de un producto perecedero, que involucre los factores internos y externos a los que se enfrenta una empresa cuando decide participar en negociaciones con el mercado de los Emiratos Árabes Unidos, todo lo anterior con el fin de dar a conocer todo lo relacionado con las exportaciones de frutas a, Emiratos Árabes Unidos aportando a la reactivación del subsector frutícola y llevando a la práctica todos los conocimientos adquiridos durante la carrera de Ingeniería de Mercados, para crear un beneficio profesional y empresarial.

Para lograr este trabajo de investigación desde la perspectiva académica como la empresarial se requerirá identificar los distintos enfoques y etapas que implica una investigación de mercados, como son el comportamiento del sector desde la oferta

y demanda de las frutas que más consumen en Emiratos Árabes Unidos, condiciones del consumo, identificar los distintos canales de distribución, los sistemas de exportación, el marco legal, etc.

De acuerdo a lo anterior, este estudio se basará en tres enfoques principales, nombrados de la siguiente manera:

El Primer enfoque estará orientado a identificar y determinar las condiciones de mercado:

- Demanda de Frutas frescas y procesadas que requieren y consumen los habitantes de este país. (sector familia, hotelero y comercial)
- Oferta actual de mercado y condiciones
- Condiciones y estilos de consumo

El segundo enfoque estará orientado a reconocer los modelos de mercado distribución y comercialización de este tipo de productos:

- Identificación de sistemas y canales de distribución
- Establecimiento de segmentos de mercado (comercial de consumo y hotelero, como oportunidades de mercado)
- Reconocimiento de Modelos empresariales de importación de productos y sistemas financieros de negociación

El tercer enfoque orientado hacia las condiciones de logística internacional de transporte y carga de este tipo de productos y las políticas de negociación

- Sistemas de Importación
- Políticas Públicas
- Sistemas de Exportación
- Sistemas de Distribución internacional (DFI)
- Acuerdos Comerciales
- Integración Económica

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL:

Llevar a cabo un estudio de inteligencia de mercados con miras a identificar los principales factores, condiciones y políticas de negociación de estos mercados, desde Colombia hacia Dubái, para satisfacer la demanda, y consumo existente en éste.

Diseñar el Plan de negocio ideal para la creación de una compañía que cuente con la capacidad y estructura de administrar e invertir los recursos de diferentes integrantes, a través de la transparencia y profesionalismo. Para crear una mejor confianza se creará diseñará una plataforma donde los inversionistas puedan visualizar el día a día de las inversiones que se basan principalmente en la arquitectura sostenible y funcional financieramente en Emiratos Árabes

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2.2.1 Mercadeo:

Hacer un estudio de mercadeo, identificando así desde lo más general a lo particular de la situación actual del mercado de la importación de frutas exótica en Dubái, identificando los diferentes sistemas de distribución, Sistemas de Distribución internacional (DFI), para establecer las condiciones socioeconómicas y el nivel de aceptación y confiabilidad de las exportaciones de frutas, las oportunidades del mercado, la efectividad de clientes y a su vez la demanda del proyecto.

- Definir el perfil del consumidor y el potencial del mercado, con el fin de identificar el tipo de frutas a exportar.
- Analizar las características de la organización y las condiciones para exportar.

- Identificar los sistemas y canales de distribución.

2.2.2 Legal:

Realizar el análisis de la normativa de importación de frutas, con el apoyo e información suministrada por las cámaras de comercio de Dubái, identificaremos las leyes y normativas aplicar en todo los efectos.

2.2.3 Financiero:

Realizar un análisis económico y financiero donde el objeto es determinar las características económicas del proyecto, identificando las necesidades de: inversión en activos fijos, inversión en capital de trabajo, presupuesto de ingresos, presupuesto de materia prima, servicios e insumos, presupuesto de personal, presupuesto de otros gastos, deducciones tributarias y análisis de costos.

2.3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad Colombia se enfrenta a un número muy interesante de acuerdo de comercio internacional como es el caso del TLC con Estados Unidos, Canadá, Corea, Unión Europea, entre otros, los cuales han generado posibilidades de acceder a mercados inexplorados y fortalecer aquellos en los que ya tiene presencia. Apoyando a los diferentes tratados, está la ubicación geográfica que tiene en el continente, en donde los accesos por puertos marítimos y aéreos tanto del pacífico como del caribe son rápidos y sus distancias entre sí es corta, posibilitando la exportación e importación hacia el mercado americano en sus diferentes costas, de igual forma se tiene la posibilidad de generar nuevas rutas marítimas con el continente asiático y europeo.

El propósito que tienen estos tratados de libre comercio celebrados recientemente, es incentivar la industria Colombiana para mejorar su calidad, eficiencia y tecnología en miras de atender los nuevos mercados internacionales y aprovechar los incentivos económicos ofrecidos para este fin.

Este proyecto busca realizar el estudio de factibilidad para la comercialización, exportación y distribución de frutas exóticas hacia el mercado de Emiratos árabes Unidos, en las ciudades de Dubái y Abu Dabi.

3. ANÁLISIS SECTOR DE IMPORTACIÓN DE FRUTAS EXÓTICA EN DUBÁI

EAU es una federación de siete emiratos, de los cuales Abu Dhabi y Dubái son los más importantes, al representar el 85% del PIB del país.

La producción agrícola no ha alcanzado el ritmo del crecimiento poblacional a pesar de las subvenciones que el Estado concede a este sector, razón por lo cual EAU se ve obligada a importar alimentos en general y productos agrícolas frescos. La creciente demanda de consumidores con alto poder adquisitivo ha contribuido al desarrollo de una sólida y organizada red de distribución de productos alimenticios, tanto para consumo doméstico como para la re-exportación¹.

¹ EMBAJADA ARGENTINA EN EMIRATOS ARABES UNIDOS. Arándanos y otras frutas finas. Emiratos Árabes Unidos. (sin fecha). PDF.

4. I ENFOQUE

4.1 POBLACIÓN CONSUMIDORA DE FRUTAS:

En 2012, la población total de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) fue de 8,3 millones (Euromonitor, 2013).

Esto representó un crecimiento del 121.8% desde 2005 cuando la población ascendió a 3.7 millones. El aumento en la población de los EAU puede atribuirse principalmente a la gran demanda de mano de obra en las dos principales ciudades de Abu Dhabi y Dubái. La construcción en curso y la demanda de mano de obra ha atraído a trabajadores de la región y alrededor del mundo.

Euromonitor International estima que el 88% de la población total en los EAU es exterior. Se estimó que los números nacionales de los Emiratos fueron de 948,000 en 2010, en comparación con 850,000 en 2006.²

Tabla 1. Tabla de crecimiento de la población surgido en EAU, en los últimos diez años y la proyección poblacional estimada para el año 2020.

² GOBIERNO DE CANADA. Market Access Secretariat. Global Analysis Report. Consumer Profile United Arab Emirates. Mayo, 2014. Pág. 1

Number of Households by Type in the United Arab Emirates ('000) Historic/Forecast

Categories	2009	2012	2015 ^F	2018 ^F	2020 ^F
Single Person	65.5	67.7	69.2	72.0	74.2
Couple Without Children	205.6	223.2	238.1	256.9	270.6
Couple With Children	798.7	843.0	876.2	923.5	959.0
Single-Parent Family	104.5	113.7	121.3	130.6	137.3
Other	390.1	414.6	433.8	460.1	479.6
Total	1,564.4	1,662.2	1,738.6	1,843.1	1,920.7

Source: Euromonitor, 2013

F: forecast

Fuente: MARKET ACCESS SECRETARIAT. Global Analysis Report. Consumer Profile United Arab Emirates. Mayo, 2014. Pág. 2

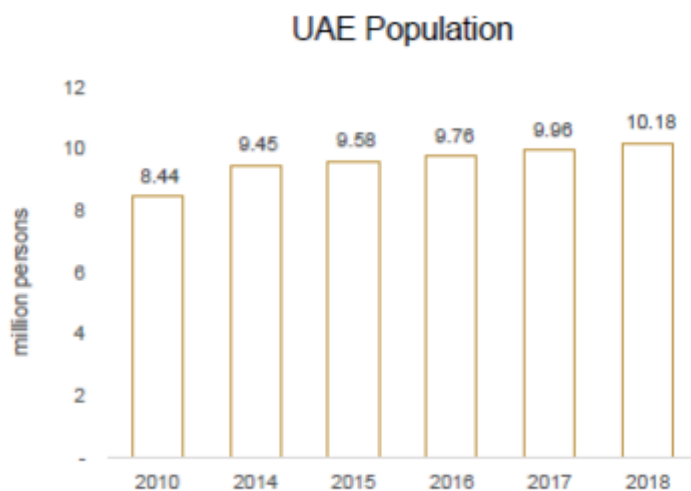
4.1.1. Consumidores:

El mercado de los EAU responde a la demanda de tres grupos: residentes, turistas y población de los países de reexportadores.

La composición de su población es particular. De los seis millones de habitantes el 85% son inmigrantes, en su mayoría trabajadores de países asiáticos como India, Pakistán, Bangladesh y Filipinas. A esto debemos de sumar más de diez millones de turistas, cabe resaltar que el sector hotelero se lleva el 40% del consumo de los alimento y bebidas preparas importadas. (DDE, 2014)

La demanda de alojamiento en hoteles en Dubái ha crecido significativamente en los últimos 7 años. La demanda medida en habitaciones vendidas ha aumentado en casi un 79 por ciento entre 2006 y 2016.

Gráfico 1. Población EAU.



Source: Dubai Chamber based on UNCTAD

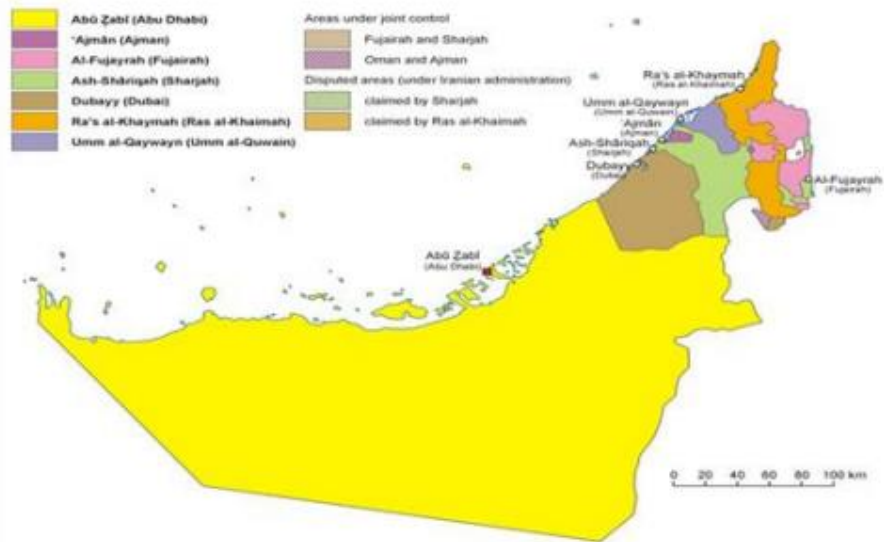
Fuente: Dubai Chamber based on UNCTAD, en United Arab Emirates. Food & Drink Report. 2016. Pág. 6.

4.1.2. Geografía:

Los Emiratos Árabes Unidos son una federación de siete emiratos: Abu Dhabi (la capital), Dubai, Sharjah, Ajman, Umm al-Quwain, Ras Al-Khaimah y Fujairah. Su extensión total es de 83.600 Km, siendo el emirato de Abu Dhabi el más extenso con diferencia. Su tamaño es similar al de Andalucía. El 90% del territorio es desierto³

Gráfico 2. Geografía de Emiratos Arabes.

³ OFICINA DE PROMOCIÓN DE NEGOCIOS EN DUBÁI. Análisis del sector agroalimentario en Emiratos Árabes Unidos. 2013. Extenda EAU. Pág. 7



Fuente: Oficina de Promoción de Negocios en Dubái. Análisis del sector agroalimentario en Emiratos Árabes Unidos. 2013. Extenda EAU. Pág. 7

4.1.3. Demografía

4.1.3.1. Población y sociedad

La población estimada de EAU a mediados de 2012 era de aproximadamente 8,1 millones. Los emiratos más poblados son Abu Dhabi y Dubai con más de 2.5 millones de habitantes cada uno. Sin embargo, desde el punto de vista comercial y de negocios EAU hay que verlo como puerta de acceso a un mercado de 400 millones de personas si incluimos Irak, Irán, Pakistán y parte de la India, al ser el mayor punto de reexportación del área. Esta población, que ya creció un 3,28% en 2012, tiene perspectivas de crecimiento de un 2,87% para el próximo 2013, donde según datos del Business Monitor de marzo 2013, la población es de 8.2 millones en EAU en la actualidad.

El 84% de población de EAU es urbana, de acuerdo a los habitantes censados del país. Los habitantes están concentrados en su mayoría en los emiratos de Abu Dhabi y Dubai que concentran el 66% y Sharjah con un 20%

En Dubái el desarrollo de la ciudad se localiza a lo largo de la costa, desde el Creek (parte antigua) en dirección a Abu Dhabi, cubriendo una extensión de más de 35km⁴

⁴ Ibíd. Pág. 8.

Gráfico 3: Número de Hoteles en Dubái.



Source: Dubai Chamber based on Department of Tourism & Commerce Marketing

Fuente: Dubai Chamber based on UNCTAD, en United Arab Emirates. Food & Drink Report. 2016. Pág. 12.

4.2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

El sector agroalimentario en EAU ha crecido en los últimos años a un nivel muy superior al PIB, debido principalmente al aumento de la población y al crecimiento del turismo. Se estima que alrededor del 80% del consumo local de alimentos y bebidas es de productos importados. En 2011 las importaciones en el sector alcanzaron 13.324 millones de dólares. Las exportaciones anuales se cifraron en 4.651 millones de dólares en 2011 mientras que las re-exportaciones llegaron a 2.259 millones de dólares.

El comercio minorista representa en torno al 60% del total, dominado principalmente por cadenas de hipermercados y supermercados. En las zonas rurales suelen proliferar las tiendas independientes (ultramarinos) especializadas en productos de primera necesidad. Se calcula que 30% de las ventas al por menor la realizan las cooperativas. El sector HORECA representa más del 50% del consumo total de alimentos y bebidas en EAU, demanda proveniente principalmente de hoteles, caterings institucionales y restauración en aeropuertos.

Emiratos Árabes, principalmente, Dubai se ha convertido en un punto neurálgico para la aviación civil lo que ha propiciado la expansión del canal HORECA para proveer tanto a aerolíneas como a los servicios de restauración en los diferentes

aeropuertos El principal aeropuerto de Dubai, el primer semestre del 2013 ha recibido a 32, 6 millones de pasajeros. (Dubai, 2013)

5. II ENFOQUE

5.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Hay dos grandes canales de distribución para este producto en EAU: el de los mayoristas, muy desarrollado y potente, y el de los importadores con cadena propia de supermercados, que va cobrando cada vez más importancia en el sector de productos alimenticios en general.
- Los grandes mayoristas importan y venden directamente a compradores “institucionales” como hoteles, restaurantes, servicios de catering o supermercados. Normalmente tienen sus propios almacenes con refrigeración y flotas de camiones.
- También los comercios de venta minorista actúan a veces como importadores para determinado tipo de frutas y venden a otros minoristas, incluso de la competencia. La mayor competitividad y la mejora del transporte y las comunicaciones han llevado a muchos de estos importadores, con cadena propia de supermercados, a expandir su actividad a otros mercados del Golfo, como Bahrein, Omán y Qatar⁵.
- Existe una gran concentración de empresas importadoras-distribuidoras y de puntos de compras de grandes superficies y cadenas de supermercados, en el mercado central de frutas y verduras: llamado “Mercado de Al Aweer” que es el gran centro de recepción de fruta extranjeras⁶.

⁵EMBAJADA ARGENTINA EN EMIRATOS ÁRABES UNIDOS. Mercado de la fruta y verdura fresca en Emiratos Árabes Unidos. 2010. PDF. Pág. 1-2

⁶ Ibíd. PDF.

- Los principales grandes distribuidores de frutas en Al Aweer son: Iffco, NTRC Group, Unifrutti, Barakat Group, Marhaba, Mehtab Vegetables, All Fresh Co, Favourite Fruit Trading, Abu Seedo, Al Sughayar Trading, Khamis, Younes Al Daraimli, Royal Fruit y Green Belt Trading.

Tabla No. 2: Principales importadores de frutas en Dubái:

IMPORTADORES DE FRUTAS Y VERDURAS DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	
EMPRESA	PRODUCTO IMPORTADOR / ORIGEN
International Foodstuff Co. IFFCO	Importadores de frutas de Perú.
Fresh Fruits Co	Importadores de manzanas y peras
Altaf & Khammas Trading Co (L.L.C)	Importan manzanas de la Argentina en la actualidad.
Khalid Ahmad Foudeh Group	Importan manzanas de Chile en la actualidad.
Kibsons International LLC	En la actualidad no importan frutas de la Argentina pero están interesados en recibir cotizaciones de productores argentinos.
Shokri Hassan Trading Co. LLC	Importan frutas y verduras (peras, limones y espárragos) en la actualidad. Están interesados en recibir más cotizaciones de productores argentinos.

Fuente: Dubai Chamber based on UNCTAD, en United Arab Emirates. Food & Drink Report. 2016

5.2. DISTRIBUCIÓN MAYORISTA

El papel de los distribuidores mayoristas juega un rol muy importante en la distribución en EAU. Suelen ser empresas que realizan simultáneamente el papel de agente, importador y distribuidor. Estos mayoristas son los proveedores de aquellos minoristas que no pertenecen a una gran cadena. Suelen poseer modernas instalaciones de almacenaje, flotas de camiones y personal especializado para realizar las labores de logística de importación, almacenaje y posterior distribución a nivel local o nacional. La presencia de pequeños mayoristas es muy común; no teniendo grandes presupuestos para

promocionarse, ni en ocasiones showrooms. Son empresas con almacén, que adquieren cantidades no muy grandes de una variedad de productos y se encargan de su distribución a gran cantidad de pequeños minoristas con unos márgenes de venta muy estrechos. (Dubai, 2013)

5.2.1. Principales mayoristas:

- Truebell Marketing and Trading LLC
- Federal Foods
- M.H. Enterprises
- K.M. Brothers
- 32 Group Sector Agroalimentario EAU 2013 Oficina Extenda EAU 17
- Food Specialities

5.2.2. Principales Minoristas:

La distribución minorista o detallista se entiende que es cualquier establecimiento que llegue al consumidor final. Dentro de los minoristas se pueden diferenciar tres grupos:

Tabla 3. Supermercados e hipermercados distribuidores.

Nombre de la cadena	Facturación en millones de USD	Cuota de mercado
Carrefour	1.580	20%
Lulu's	987	13%
Union Cooperative	790	10%
Abu Dhabi Cooperative	562	7%
Choithrams	345	4%
Safeer	276	4%
Géant	250	3%
Spinneys	237	3%
Sharjah Cooperative	197	2,5%
Al Maya Group	167	2%
Total grandes superficies (sobre el total del canal retail)	5.391	67,5%

Fuente: ICEX

Fuente: OFICINA DE PROMOCIÓN DE NEGOCIOS EN DUBÁI. Análisis del sector agroalimentario en Emiratos Árabes Unidos. 2013. Extenda EAU. Pág. 17

➤ Grandes distribuidores (cadenas de supermercados/hipermercados)

Importan la mayoría de los productos directamente del extranjero (coincidiendo la figura de importador, distribuidor y minorista) En ocasiones adquieren productos a través de mayoristas locales; cuando éstos son los distribuidores en exclusiva de un producto en la región o cuando se quieren adquirir pequeñas cantidades de un producto siendo más rentable adquirirlos vía estos distribuidores. Por lo tanto, una gran cadena de distribución suele ser su propio importador y distribuidor. La aparición de grandes supermercados e hipermercados ha transformado totalmente el escenario de la distribución minorista, actualmente las grandes cadenas tienen más del 50% de la cuota del mercado minorista⁷.

➤ Cooperativas Las cooperativas copan una parte significativa de las ventas de alimentación (cerca de un 30%), y están apreciando un desarrollo continuo en los últimos ejercicios. Tienen precios muy competitivos, no obstante, la variedad de productos es más limitada. Están subvencionadas por el gobierno y la población local suele tener participaciones en éstas cooperativas. Pese a ir dirigidas tradicionalmente a un público de nivel adquisitivo medio y bajo, actualmente, debido a la nuevas localizaciones y modernas instalaciones también tienen clientes de clase alta. Las cooperativas no venden ningún producto procedente del cerdo. Hay una gran presencia de marcas blancas en los lineales⁸.

➤ Pequeños comercios minoristas En esta categoría se incluyen los pequeños comercio o ultramarinos (convenience stores, groceries stores) así como las tiendas de las estaciones de servicios. En los ultramarinos se suelen realizar compras puntuales o de última hora. Pese a que el volumen por compra no es muy grande, este tipo de establecimiento es un canal complementario a los grandes minoristas. En el caso de las tiendas en estaciones de servicios, cada vez van ampliando más sus servicios y la gama de productos es mayor⁹.

⁷ OFICINA DE PROMOCIÓN DE NEGOCIOS EN DUBÁI. Análisis del sector agroalimentario en Emiratos Árabes Unidos. 2013. Extenda EAU. Pág. 17

⁸ *Ibíd.* Pág. 17

⁹ *Ibíd.* Pág. 18.

5.3. OPORTUNIDADES DE MERCADO:

- la escasez de producción local debido a condiciones climáticas. La producción frutícola no alcanza para abastecer a la población nacional, a pesar de las subvenciones que el Estado concede a este sector. Lo que se consume en el país procede de la importación, representando esta el 85% de los alimentos a consumir.
- Para los Emiratos Árabes, salvaguardar la seguridad alimentaria, es uno de los objetivos de política nacional, sin perjuicio que para eso tengan que mantener un alto flujo de importaciones.
- Se estima que las importaciones de alimentación seguirán creciendo, teniendo en cuenta un aumento poblacional constante y un mayor consumo esperado por habitante.
- El Emirato de Dubái es uno de los lugares destacados en materia de reexportación en el Medio Oriente. EAU es uno de los mayores re-exportador de frutas y todo tipo de productos en la zona del Golfo.
- Dubái se ha consolidado como un eje de importaciones y re-exportación para la zona del Golfo, parte del continente africano y del subcontinente indio, debido básicamente, a las excelentes condiciones de infraestructura de sus terminales portuarias.
- La industria de transformación o procesamiento de alimentos en EAU, fuertemente apoyada por el Gobierno, se encuentra en pleno desarrollo.

5.4. OPORTUNIDAD PARA EL EXPORTADOR COLOMBIANO

Se ha identificado en esta investigación, que a pesar que EAU es un potencial distribuidor en la zona del golfo, el 85% de sus productos son importados y especialmente los productos alimenticios tanto vegetales como frutíferos, por lo que hay una oportunidad para Colombia, desde el punto de vista comercial, ya que somos un país productor por naturaleza y gracias a los nuevos tratados que está realizando el gobierno se están creando nuevas oportunidades de ingresar al mercado Emiratis.

Hay un factor que también influye en el aumento de importaciones de productos alimenticios frescos en EAU, el reciente desarrollo de la industria de transformación o procesamiento de alimentos, fuertemente apoyada por el Gobierno. (En especial la industria láctea, que utiliza para el procesamiento de yogures, este tipo de frutas).

- Adicionalmente existen distintas oportunidades de mercadeo para que Colombia se dé a conocer en los EAU, y son las ferias de exhibición y exposición de los productos alimenticios que se realizan año a año, a continuación mencionamos las ferias más destacadas:
- Feria específica sobre frutas y verduras frescas:
- WOP DUBAI En el Centro de Exhibiciones de Dubai “Dubai World Trade Centre” Feria anual cuya sexta edición tendrá lugar entre 09 y 11 de noviembre 2014 Página web: <http://www.wop-dubai.com> (Gulfood, s.f.)
- Ferias generales sobre alimentación.

GULFOOD EXHIBITION En el Centro de Exhibiciones de Dubai “Dubai World Trade Centre” Es una de las exhibiciones más importantes del sector alimentos y bebidas a nivel mundial y de seguro la más importante feria del golfo pérsico y medio oriente. Feria anual cuya vigésimo primero edición tendrá lugar entre 08 y 12 de Febrero 2014. Página web: <http://www.gulfood.com>

Emiratos Árabes Unidos es uno de los puntos estratégicos para la reexportación en el área de Oriente Próximo, una circunstancia que es aprovechada por muchas empresas para abrirse paso en el mercado de los países del Golfo.

Además, la logística y los ágiles medios de pago con que cuenta potencian su carácter de plataforma de mercado hacia sus países vecinos; disfruta de una ubicación estratégica, buenas conexiones marítimas y aéreas, eficiencia de sus puertos y aeropuertos, bajos costos de almacenamiento y zonas francas. (DDE, 2014)

5.5. HORECA

El sector HORECA ha adquirido especial interés en los últimos años debido al espectacular crecimiento del turismo y usuarios de la aviación civil, el crecimiento de la población residente y su renta, así como las numerosas visitas de negocios

que recibe EAU a lo largo del año. La elevada cifra de establecimientos hoteleros y de restauración hace muy interesante este canal. Es un canal muy sensible al precio y en el cual los productos locales están ganando importancia pese a que aún existe una gran dependencia de las importaciones. Dentro del canal HORECA se pueden encontrar los siguientes tipos de establecimientos:

- Cadenas de hoteles internacionales: Suelen ser propiedad de un inversor local o una compañía de inversión de la zona (las más importantes son de EAU o Kuwait). Las cadenas internacionales sólo gestionan el hotel. Consiguientemente, el poder de decisión final de compra la tiene el inversor. Sin embargo, dado que es la cadena la que gestiona el hotel, en la gran mayoría de los casos son los directores de compras de los hoteles quienes toman las decisiones y es a ellos a quién hay que dirigirse. Los inversores pueden intervenir en cuestiones muy concretas, como podría ser la compra de cerdo. Los hoteles se proveen normalmente de las grandes distribuidoras de alimentación.
- Cadenas de hoteles locales: Las principales son Rotana, Jumeirah, Abu Dhabi Nacional Hotels, Habtoor. En este caso los propietarios y gerentes son la misma compañía. Suelen tener sus propios equipos de compras.
- Restaurantes aparte de las cadenas hoteleras: Generalmente de menor nivel que los restaurantes que hay en los hoteles y no tienen licencia de alcohol. Son propiedad de inversores locales y son gestionados por expatriados.
- Cadenas internacionales de fast food: Estas cadenas de alimentación están ganando cuota de mercado rápidamente. Las cadenas internacionales de fast food y las cadenas de fast food regionales son propiedad de inversores locales. Las decisiones de compra se hacen desde las oficinas centrales a nivel regional, aunque el equipamiento y los productos vienen muy definidos ya por el concepto de la franquicia. El concepto tradicional de comida rápida tiene cada vez más competencia por parte del concepto de comida rápida y sana. No obstante, a pesar del crecimiento de la conciencia de una dieta sana, los expertos todavía auguran unas grandes oportunidades de crecimiento a las cadenas fast food, y cada año se inauguran nuevas franquicias de USA por citar algún ejemplo¹⁰.

¹⁰ Ibíd. Pág. 18 - 19

6. III ENFOQUE

6.1. SISTEMAS DE IMPORTACIÓN

Hay Emiratos Árabes Unidos es un estado situado en el Medio Oriente, bordeando la costa noreste del Golfo de Omán y el Golfo Pérsico, entre Omán y Arabia Saudita. Está compuesto por siete emiratos: Abu Dhabi, Ajman, Dubái, Fujairah, Ras Al-Khaimah, Sharjah y Umm al-Qaiwain. Al sur y al oeste limita con Arabia Saudita en una extensión de 457 kilómetros y al sureste con Omán en una extensión de 410 kilómetros. Posee una extensión de tierra de un total de 83.600 km². y un total de 1.318 kilómetros en costas.

El país cuenta con una extensión de carreteras de 4.080 kilómetros totalmente pavimentados, de los cuales 253 son autopistas. El país no cuenta con transporte férreo, ya que cada emirato cuenta con un puerto propio (dos para Dubái), y por medio de ellos se efectúa el tráfico de más del 60% de la mercancía. El resto de los productos comercializados se movilizan por una red de tuberías intercomunicadas, y por transporte aéreo. El país posee un sistema de oleoductos de 4.679 kilómetros en total, que conectan los siete (7) emiratos para el transporte de productos combustibles, distribuidos así: 458 kilómetros para condensados, 2.352 kilómetros para gas natural, 220 kilómetros para gas líquido de petróleo, 212 kilómetros para productos refinados y 1.437 kilómetros para petróleo.

Los Emiratos Árabes Unidos son la 29^o mayor economía de exportación en el mundo. En 2016, los Emiratos Árabes Unidos exportaron \$ 98,8 Miles de millones e importó \$ 184 Miles de millones, dando como resultado un saldo comercial negativo de \$ 86 Miles de millones. En 2016 el PIB de Emiratos Árabes Unidos fue de \$ 348 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 72,4 Miles.

Los Emiratos Árabes Unidos limitan con Omán y Arabia Saudita por tierra y con Irán y Katar por mar.

En 2016 los Emiratos Árabes Unidos importó \$184 Miles de millones, lo que es el 20º importador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Emiratos Árabes Unidos han incrementado a una tasa anualizada del 2,95%, de \$170 Miles de millones en 2011 a \$184 Miles de millones en 2016. Las importaciones más recientes son lideradas por Oro, que representa el 17,3% de las importaciones totales de Emiratos Árabes Unidos, seguido por Diamantes, que representa el 6,79%.

La balanza comercial fue negativa con \$ 86 Miles de millones en las importaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando todavía tenían una balanza comercial negativo de \$ 3,07 Miles de millones de las importaciones netas.

Los principales orígenes de las importación de Emiratos Árabes Unidos son China (\$30,1 Miles de millones), la India (\$30 Miles de millones), los Estados Unidos (\$22,4 Miles de millones), Alemania (\$16,3 Miles de millones) y el Reino Unido (\$9,1 Miles de millones).

6.1.1. Políticas públicas

Los Emiratos Árabes Unidos (EAU), una federación de siete emiratos (Abu Dhabi, Dubái, Sharjah, Ajmán, Umm al-Qaiwain, Ra's al-Khaimah y Fujairah), se fundaron oficialmente en 1971.

El sistema político federal está consagrado en la Constitución de los EAU e incluye las instituciones siguientes:

➤ El Consejo Supremo

El máximo órgano de decisión política del estado, está integrado por los gobernantes de cada emirato. Cada cinco años, el Consejo Supremo renueva el mandato del Presidente existente o elige a uno nuevo. El Jeque Khalifa bin Zayed Al Nahyan, Gobernante de Abu Dhabi, es el Presidente de la Federación.

El Consejo Supremo elige también cada cinco años al vicepresidente de la nación, un cargo que actualmente ocupa S. A. el Jeque Mohammed bin Rashid Al Maktoum, Gobernante de Dubái. Los príncipes herederos o los vicegobernantes pueden asistir a las reuniones por delegación, en sustitución de un gobernante.

➤ El Consejo de Ministros

El Consejo de Ministros o Gabinete, presidido por el Primer Ministro, es el poder ejecutivo de los Emiratos Árabes Unidos.

➤ El Consejo Federal Nacional

El CFN es el parlamento de los EAU y consta de 40 miembros: ocho de Abu Dhabi y Dubái; seis de Sharjah y Ra's al-Khaimah; y cuatro de Ajmán, Umm al-Qaiwain y Fujairah. El CFN estudia las decisiones ejecutivas, presenta recomendaciones, vela por las finanzas públicas y ratifica tratados.

En 2005, el Presidente Jeque Khalifa solicitó un papel más importante para el CFN, con el objetivo final de incrementar la participación y de “consolidar el Estado de Derecho y el debido proceso, la rendición de cuentas, la transparencia y la igualdad de oportunidades...” Por consiguiente, se fundó un colegio electoral que en 2006 eligió a la mitad de los miembros del CFN, y los gobernantes de cada emirato eligieron a la otra mitad.

Este mecanismo de elecciones indirectas para los cargos públicos aportó caras nuevas al proceso político y estableció además una cultura electoral por primera vez en la historia de los EAU. Un total de 330 candidatos, incluidas 74 mujeres, participaron en una tercera ronda de elecciones en octubre de 2015. En esta ocasión, el colegio electoral se ha incrementado hasta alcanzar los 224.279 votantes, el 48% de los cuales son mujeres. La XVI sesión legislativa del CFN se reunió en noviembre con el nombramiento de 8 mujeres miembros (el 20% del total de 40), incluida la presidenta del consejo, la primera vez en toda la región que una mujer ocupa este cargo.

➤ El Poder Judicial Federal.

El Poder Judicial Federal, cuya independencia está garantizada por la Constitución, está formado por el Tribunal Supremo y los Juzgados de Primera Instancia. Los jueces federales resuelven sobre la constitucionalidad de las leyes federales, y arbitran en los litigios entre emiratos y en los litigios entre el Gobierno Federal y los emiratos.

6.1.2. Sistemas de Exportación

Las principales exportaciones de Emiratos Árabes Unidos son Oro (\$15,8 Miles de millones), Diamantes (\$12,3 Miles de millones), Joyería (\$11,8 Miles de millones), Coches (\$4,5 Miles de millones) y Raw Aluminio (\$4,22 Miles de millones), de

acuerdo a la clasificación del Sistema Harmonizado (HS). Sus principales importaciones son Oro (\$31,9 Miles de millones), Diamantes (\$12,5 Miles de millones), Coches (\$11,6 Miles de millones), Equipos de Radiodifusión (\$8,77 Miles de millones) y Aviones, helicópteros, y / o de la nave espacial (\$8,5 Miles de millones).

Los principales destinos de las exportaciones de Emiratos Árabes Unidos son la India (\$11,3 Miles de millones), Irán (\$8,81 Miles de millones), Suiza (\$7,42 Miles de millones), Irak (\$5,36 Miles de millones) y Omán (\$5,15 Miles de millones). Los principales orígenes de sus importaciones son China (\$30,1 Miles de millones), la India (\$30 Miles de millones), los Estados Unidos (\$22,4 Miles de millones), Alemania (\$16,3 Miles de millones) y el Reino Unido (\$9,1 Miles de millones)¹¹.

En 2016 los Emiratos Árabes Unidos exportó \$98,8 Miles de millones, lo que es el 29º exportador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Emiratos Árabes Unidos han decrecido a una tasa anualizada del -0,683%, de \$181 Miles de millones en 2011 a \$98,8 Miles de millones en 2016. Las exportaciones más recientes son lideradas por la exportación de Oro, que representa el 15,9% de las exportaciones totales de Emiratos Árabes Unidos, seguidas por Diamantes, que representan el 12,4%¹².

Tabla 4.- Importaciones y exportaciones de los Emiratos Árabes.

¹¹ OEC – The Observatory of Economic Complexity. 2016. Blog disponible en <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/are/>

¹² Ibid.



Nota: En azul las exportaciones y en rojo las importaciones a los Emiratos Árabes.

Fuente: OEC – The Observatory of Economic Complexity. 2016. Blog disponible en <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/are/>

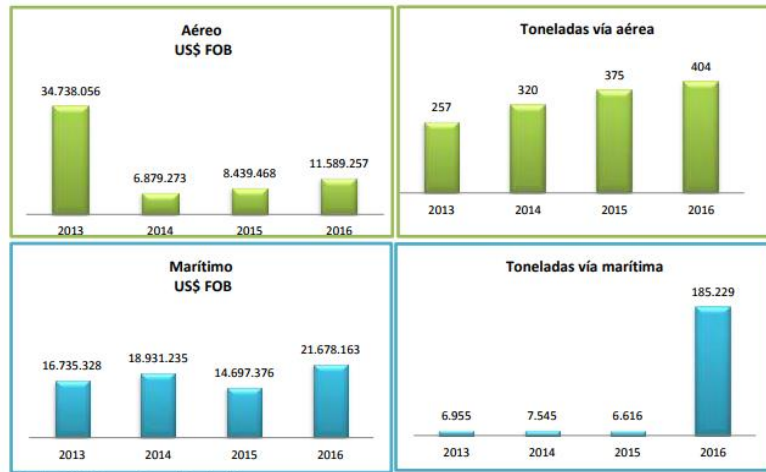
Los principales destinos de las exportaciones de Emiratos Árabes Unidos son la India (\$11,3 Miles de millones), Irán (\$8,81 Miles de millones), Suiza (\$7,42 Miles de millones), Irak (\$5,36 Miles de millones) y Omán (\$5,15 Miles de millones).

6.1.3. Sistemas de distribución internacional (DFI)

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, los Emiratos Árabes Unidos ocupa el puesto número 13 en el mundo en cuanto al desempeño logístico.

Estas son las exportaciones realizadas por Colombia a los Emiratos Unidos en el 2016.

Gráfico 4. Tazas de exportaciones.



Fuente: Dane – Procolombia. Blog disponible en <https://procolombia.co>

Los dos accesos utilizados para la exportación a los Emiratos Árabes Unidos son los siguientes:

6.1.3.1. Marítimo

Emiratos Árabes Unidos cuenta con una infraestructura portuaria de seis puertos, dos situados en Dubai, Mina' Jebel 'Ali y Mina' Rashid; Mina' Zayed en Abu Dhabi; Mina' Saqr en Ra's al Khaymah; Khawr Fakkan en Sharjah y Al Fujairah.

Los principales puertos son: Puerto de Jebel Ali, Puerto Rashid, Puerto de Mina Zayed.. Estos puertos conectan directamente la carga con los principales aeropuertos del país, permitiendo su fácil acceso a los diferentes destinos de exportación¹³.

Gráfico 4: Vías marítimas de acceso a Emiratos

¹³ PROEXPORT COLOMBIA. Perfil de logística desde Colombia hacia Emiratos Árabes. Pág. 4



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Perfil de logística desde Colombia hacia Emiratos Árabes. Pág. 3.

6.1.3.2. Aéreo

Emiratos Árabes Unidos dispone de una red de 42 aeropuertos, de los cuales 25 son pavimentados y 17 están sin pavimentar. Entre los más importantes se encuentran Abu Dhabi International Airport, Dubai International Airport, Fujairah International Airport, Ras Al Khaimah International Airport, Sharjah International Airport y Al Ain International Airport. Terminal de carga de Dubai.

Cuenta con una capacidad total de almacenamiento de mercancías de 7420 toneladas, 35 puertos para importaciones, exportaciones y carga perecedera. Adicionalmente cuenta con secciones especiales para objetos de valor, animales, perecederos explosivos y bienes peligrosos¹⁴.

Gráfico 5 .Vías aéreas de acceso a Emiratos

¹⁴ Ibid. Pág. 6



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Perfil de logística desde Colombia hacia Emiratos Árabes. Pág. 5.

Tabla 5. Conexiones Colombia Dubái.

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Dubai	Cartagena	Manzanillo – Panamá, Tanger Med – Marruecos, Jebel Ali – Emiratos Árabes Unidos	35
	Buenaventura	Balboa - Panamá, Algeciras - España, Jebel Ali - Emiratos Árabes Unidos	38
	Barranquilla	Manzanillo – Panamá, Tanger Med – Marruecos, Jebel Ali – Emiratos Árabes Unidos	36
	Santa Marta	Manzanillo – Panamá, Tanger Med – Marruecos, Jebel Ali – Emiratos Árabes Unidos	35

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Dirección de Información Comercial – ProColombia.

6.2. ASPECTOS IMPORTANTES PARA LA LOGÍSTICA

- ✓ 3 facturas comerciales que incluyan el nombre del fabricante, del productor o del exportador y una descripción detallada de los bienes.

- ✓ Peso bruto, peso neto y valor CIF de cada artículo debe ser listado por separado y debe ser adjuntado al AWB. Junto con las facturas que deben incluir la cláusula “Estos bienes son fabricados por (nombre de la firma)”.
- ✓ Certificado de origen expedido por la Cámara de Comercio del país exportador debidamente certificado por la embajada o el consulado de Emiratos Árabes Unidos o la oficina de la Liga Árabe. Este debe también indicar el nombre y dirección del fabricante certificando: “Estos bienes fueron fabricados por (nombre de la firma)”.
- ✓ Póliza de seguro (si hay).
- ✓ Lista de embalaje.

6.2.1. Documentos Requeridos para la Importación de Frutas y Verduras a los Emiratos Árabes Unidos.

- ✓ Certificado oficial fitosanitario certificando que están libres de enfermedades e insectos.
- ✓ Todas las clases de plantas, semillas y flores cortadas deben tener permiso del Ministerio de Ambiente y Agua.
- ✓ El tipo exacto y la cantidad del envío deben ser mencionados en la lista de embalaje.
- ✓ Certificado de origen proveyendo toda la información acerca del embarque.

6. 3. ACUERDOS COMERCIALES

La incorporación de la embajada Colombiana en los Emiratos Árabes en el 2016 hace un gran paso para el mercado colombiano, la idea de esta embajada es poder crear un fortalecimiento en las relaciones comerciales entre los dos países. Estos son algunos de los indicadores históricos de las exportaciones en Colombia y a los Emiratos Unidos Árabes.

En materia comercial, Emiratos Árabes Unidos son hoy por hoy el segundo socio comercial de Colombia en el mundo árabe, y el principal, en la llamada región del Golfo Pérsico.

Nuestro comercio bilateral en 2008 alcanzó los USD 27,3 millones, con un crecimiento del 62,2% respecto de 2007, cuando fue de USD 10,3 millones.

Las principales exportaciones de Colombia están centradas en: esmeraldas 18.7%.; productos agroindustriales, 43,8%; industria liviana, 17,5% (principalmente confecciones, con un 3,4% y manufacturas de cuero, 1.9%); y química básica: 7,3%.

Colombia, por su parte, lo que más compra a Emiratos Árabes Unidos es: maquinaria y equipo, 57,7% (especialmente equipo de prospección y perforación petrolera); industria básica, 33,7%, (especialmente química básica, 19,6% y metalurgia, 14%); e industria liviana, 7,6% (principalmente productos de plástico, 6,5%).

Las empresas colombianas viajaron con el apoyo de PROCOLOMBIA, en busca de nuevos mercados para sus productos como la uchuva deshidratada, coberturas de chocolate, licor de cacao, manteca de cacao, cafés especiales y galletas dulces.

Las empresas Colcafé, Terrafértil, Noel y Casa Luker están ubicadas en un stand de Colombia con PROCOLOMBIA, en el que además ofrecen degustaciones de sus productos a las cerca de 60 mil personas que asisten a la feria.

Hasta el momento, el stand ha sido visitado por compradores provenientes de países como Angola, Arabia Saudita, China, Egipto, Filipinas, India, Irán, Jordania, Marruecos, Pakistán, Siria, Sudán, Suráfrica y Yemen.

Ante las nuevas oportunidades de negocios identificadas por PROCOLOMBIA en países del Medio Oriente, específicamente para los productos secos y deshidratados, una de las empresas colombianas, Terrafértil, inscribió la uchuva deshidratada en el concurso Gulfood Awards en la categoría de mejor nuevo ingrediente saludable.

Gulfood es considerada la feria de alimentos más importante de Medio Oriente y se realiza en el Dubái International Convention and Exhibition Centre, en Emiratos Árabes.

6.4. PERFIL EXIGIDO PARA COLOMBIA EN LOS EUA.

En cuanto a frutas en los supermercados Carrefour que son los que se ven en EUA , y que Colombia ya tienen presencia es el tomate de árbol (Tamarillo), Maracuyá (pasión fruit yellow), Granadilla , guanábana(Sour sop), Pasion fruit.

En nuestra visita a la cámara de comercio de Abu Dabi el Doctor Nasef Dhafari nos comentaba que para poder iniciar un proyecto o un negocio en los Emiratos Unidos Árabes, se debe de realizar una alianza con un Nativo y a él le corresponde el 51% de las ganancias generadas en este negocio, ofrecen adicionalmente asesoramiento inicial y permanente sobre el negocio planteado, él no tenía conocimiento sobre las empresas en Colombia en Abu Dabi quedo de enviarnos esta información.

En nuestra visita con el Canciller nos decía que esperan a futuro excelentes negociaciones de Colombia en EUA, algunas de las cuales se está evaluando la fruta, la carne y las flores.

6.4.1. Integración económica

Haciendo referencia que en el presente año ellos están muy interesados en el Aguacate, en la visita del presidente de Colombia Juan Manuel Santos el 12 de noviembre del año en curso se concretaron varios aspectos favorables para el país, ellos están interesados en lo agropecuario, turismo estos factores se evaluaron ya que ven más viable las negociaciones dados a los acuerdos de paz firmados.

En cuanto el Aguacate se entregó el 05 de diciembre 24 toneladas de Aguacate Hass del puerto de Buenaventura a la empresa Valle Pacific Fruits.

La fruta, cultivada en tierras de Antioquia, Caldas, Quindío y el Valle del Cauca, tendrá que atravesar el Mediterráneo, hacer una parada en Malta y de ahí tomará camino hacia los países árabes.

Los directivos de la compañía exportadora de frutas, que apenas tiene dos años en el mercado, tienen la seguridad de que, tal como sucedió con el embarque enviado hace unos días a Hong Kong, este nuevo cargamento llegue en buen estado y listo para que los habitantes de Dubai disfruten del producto.

Rodolfo Ahumada, director Comercial de Pacific Fruits quiso probar la exportación de estos productos y fue un éxito y esto ayudo a confirmar la exportación de frutas a este país.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. La coyuntura económica que presenta los EAU, es favorable y se sustenta en los acuerdo que han realizado con los países Latinoamericanos, demostrando que son un mercado idóneo para dirigir la oferta exportable frutas exóticas y aprovechar el nivel de crecimiento de los Emirato de Dubái como fuerte para llegar a otros mercados.
2. El diagnóstico sobre el comportamiento actual de la producción y exportación de frutas exóticas de Colombia hacia Emiratos Árabe, demostró que en el corto plazo los cultivos de frutas exóticas tienen un gran potencial de crecimiento y que se tiene suficiente oferta exportable para cubrir los requerimientos de los Emiratos Árabe.
3. El plan de exportación se valoró como positivo y pertinente a partir
4. El plan de exportación de frutas exóticas es viable, dado que el 85% de las frutas consumibles en Emiratos Árabes, es importada de distintos países del mundo, como España, Argentina, Perú, Chile entre otros, donde se visualiza la gran participación de países latinoamericanos, como una oportunidad para Colombia.
5. Dado a lo observado en las visitas realizadas, evidenciamos el auge y crecimiento turístico y hotelero en Dubái, evidenciamos el 40% del consumo de frutas y verduras que ingresan al país está concentrado en los hoteles, creando una nueva oportunidad de ingreso de Colombia a este nicho de mercado.

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer el gremio Frutero, creando alianzas estratégicas con las grandes empresas, con el fin de capacitar a nuestros campesinos para tener una maximización de los recursos y una mejor visión de abrir nuevos nichos de mercado.

2. Se recomienda a las empresas exportadoras cumplir con todos los requisitos exigidos por el ministerio de Industria y comercio, así mismo con los requisitos de ingreso al Dubái como ya se mencionaron anteriormente.
3. Se recomienda aprovechar las ventas del mercado y el crecimiento económico del País, para dar un crecimiento al sector exportador fructífero, en los ámbitos, social, económico, y político.
4. Importante tener claro y definido un plan exportador, definiendo los canales de distribución investigados.
5. Aprovechar las condiciones agronómicas y de localización estratégica del país, para incrementar el área de producción y poder conseguir mayor cobertura del mercado Emiratis.

Nota: Como este proyecto de Exportación se hizo en el marco de la misión académica, llevada a cabo del 22 d Noviembre al 04 de Diciembre del 2017 en Dubái , se adjunta a este documento la bitácora realizada que sirve como soporte a todas las investigaciones presentadas en el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Businnes, B. C. British Centres for Business (BCB). United Arab Emirates. Food & Drink Report. 2016. PDF. Disponible en <http://www.chamberelancs.co.uk/wp-content/uploads/2016/02/UAE-Food-and-Drink-Sector-Report-by-the-BCB-February-2016-Sample.pdf>

Businnes, B. C. British Centres for Business (BCB). Retrieved from DANE. (n.d.). PÁGINA DEL DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS - DANE. 2016. Disponible en <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>

DDE. Diario el Exportador. Retrieved from Diario el Exportador: 2014, 12. Disponible en http://www.diariodelexportador.com/2014/12/mercado-de-alimentos-en-emiratos-arabes_2.html

Dubai Chamber based on UNCTAD, en United Arab Emirates. Food & Drink Report. 2016. PDF.

Dubai, O. d. Iber Global. Retrieved from Iber Global: Disponible en 2013, Diciembre. http://www.iberglobal.com/files/2015/emiratos_agroalimenario.pdf

EAU, E. d. (n.d.). Disponible en <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/docus/Informe%20de%20Mercado%20de%20Arandanos.pdf>

EMBAJADA ARGENTINA EN EMIRATOS ÁRABES UNIDOS. Mercado de la fruta y verdura fresca en Emiratos Árabes Unidos. 2010. PDF.

EMBAJADA ARGENTINA EN EMIRATOS ARABES UNIDOS. Arándanos y otras frutas finas. Emiratos Árabes Unidos. (Sin fecha). PDF.

Gulfood. (n.d.). Gulfood. Disponible en <http://www.gulfood.com/>

GOBIERNO DE CANADA. Market Access Secretariat. Global Analysis Report. Consumer Profile United Arab Emirates. Mayo, 2014. PDF.

Mercado, S. d. Represented by the Minister of Agriculture and Agri- Food (2014). Disponible en <http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6484-eng.pdf>

Dubai Chamber of Commerce and Industry. Disponible en www.dubaichamber.ae

OEC – The Observatory of Economic Complexity. 2016. Blog disponible en <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/are/>

OFICINA DE PROMOCIÓN DE NEGOCIOS EN DUBÁI. Análisis del sector agroalimentario en Emiratos Árabes Unidos. 2013. Extenda EAU. PDF.

PROEXPORT COLOMBIA. Perfil de logística desde Colombia hacia Emiratos Árabes. 2012. PDF.