



# La proyección de los productos y servicios “Made in Spain” en los países árabes

fistockphoto/Thinkstock.

Exportar nunca ha sido fácil y sobre todo si hablamos de países que se encuentran a varias horas de vuelo y con algunos rasgos culturales diferentes. A pesar de todo, conociendo un poco más estos países a los que llamamos emergentes o estratégicos, nos será más fácil ver las posibilidades de nuestros productos servicios. La región del Golfo Pérsico es uno de estos mercados de interés que conviene tener en cuenta.

Sandra Ferrer Bofill

**E**l Golfo Pérsico está situado entre África y Asia, rodeado por el Mar Rojo y el Mar Arábigo y haciendo frontera en el norte con Iraq y Jordania. .

Está compuesto por seis países: Bahrain, Kuwait, Qatar, Emiratos Árabes Unidos, Omán y Arabia Saudí, los cuales forman el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG). Aunque Iraq está considerado un estado árabe y comparte una pequeña frontera con el Golfo, no forma parte del CCG, al igual que tampoco lo está Yemen.

Todos estos países están gobernados por Monarquías, las cuales provienen de antiguas tribus, es decir, de antiguas familias del desierto. Emiratos, formado por siete principados, está gobernado por siete monarquías distintas e independientes.

La población de estos países está en continuo crecimiento dado que la media de hijos por pareja es de 2 a 3. Como se indica en el recuadro adjunto, Arabia Saudí es el país más poblado de la región con 25 millones de habitantes, seguido de Emiratos Árabes Unidos y de Omán.

#### **UN ENTORNO DE NEGOCIO FAVORABLE**

Hasta hace unos años, pocas eran las empresas españolas entusiasmadas en exportar sus productos, pues todo lo que se producía era necesario para el mercado nacional. Ahora las circunstancias globales han cambiado y la coyuntura internacional ha provocado que muchos se vean obligados a vender a otros mercados. Pero al mismo tiempo, muchos mercados exteriores se encuentran también en situaciones precarias; este no es el caso de los países del Golfo Pérsico. En esta zona de Oriente Medio se respira potencial económico y ganas de hacer negocios. Y es que el impacto de la crisis en la región ha sido



menor. La tasa de crecimiento medio de la región ha sido de un 3 % en los momentos más críticos de la desaceleración económica internacional. Leyendo estas líneas, alguien se podrá preguntar: ¿y la burbuja inmobiliaria de Dubai? ¿Los dubaities aún tienen dinero? Pues la respuesta es positiva, tienen dinero y lo siguen gastando. Como en muchas partes del mundo, quedarán viviendas vacías en Dubai, pero los emiraties seguirán consumiendo, y mucho, día tras día, hora tras hora.

#### **La excelente calidad y el buen precio de los productos españoles, son un factor clave que ha descubierto el consumidor árabe**

Cuando hablamos de los Emiratos, pensamos en Dubai, pero debemos tener en cuenta que los Emiratos son siete (Abu Dhabi, Ajmán, Dubai, Fujaira, Ras el Jaima, Sarja y Um el Kaiwain) y muchos de ellos están en pleno desarrollo y cuentan con un gran potencial.

Desde el 11 de septiembre del 2001, la visión de los árabes respecto Estados Unidos cambió por diversas circunstancias. Pasaron a comprar menos productos estadounidenses y los jóvenes estudiantes empezaron a preferir universidades europeas para evitar posibles conflictos o desprecios por parte de algunos americanos por el hecho de ser árabes y musulmanes. Debido a que en algu-

nos países Europeos como Francia y Reino Unido también existe cierta reticencia respecto a esta comunidad, éstos han tendido a desplazarse hacia los países del sur de Europa, entre ellos España.

La excelente calidad y el buen precio de los productos españoles, son un factor clave que ha descubierto el consumidor árabe. Además de los destinos turísticos de la Costa del Sol donde muchos árabes pasan sus vacaciones, la proyección de España al exterior ha sido en buena parte gracias a los grandes cocineros españoles, que han favorecido el conocimiento de nuestra cocina y productos regionales a nivel internacional. También los deportes han contribuido a esta aproximación, sobretudo el fútbol, lo que les facilita la ubicación de ciudades como Madrid y Barcelona.

Es importante señalar que esta zona del planeta es una plataforma hacia mercados en los que es más complejo acceder directamente desde España; un ejemplo de ello es Irán. Imed Laiti, Director General de *Dubai Consultants*, quien se encuentra en Oriente Medio, manifiesta que “existe un flujo cada vez mayor de visitantes por motivos de negocios y turismo que provienen de regiones de Malasia e Indonesia hacia países como Qatar y los EAU. La creación de universidades con acuerdos con Estados Unidos y Europa, centros médicos, equipamientos deportivos y culturales, conexiones aéreas muy buenas junto a establecimientos hoteleros de primer nivel contribuyen al desarrollo de la demanda de los habitantes de la región y de los de países asiáticos”.

#### **SECTORES DE OPORTUNIDAD**

Para aquellos que se pregunten qué pueden ofrecer al mercado de Oriente Medio, la respuesta es muy extensa dado que hay muchas oportunidades de negocio. Pode-

- Se deben solicitar las licencias de importación al Ministerio de Comercio Exterior presentando la licencia de actividad y el número de registro de la Cámara de Industria y comercio y una relación de documentación básica.
- El Consejo de Cooperación del Golfo, como Unión Aduanera, estableció un arancel del 5% sobre casi todos los productos que se importan. Otros productos pagan aranceles más altos, como es el caso del alcohol (50%) y el tabaco (100%). Existen una serie de productos exentos de aranceles dado a su naturaleza e importancia. Algunos de estos productos son los animales vivos, las verduras frescas, las frutas, las medicinas, los libros, el arroz, el azúcar y el té. También están exentas la materia prima, la maquinaria importada por entidades fabricantes con una Licencia Industrial emitida por el Ministerio de Industria y Finanzas, la maquinaria pesada y a los equipos que entran en el país para proyectos de construcción o de investigación y alta tecnología.
- Los certificados técnicos emitidos por las autoridades competentes del país de origen de las exportaciones, deben traducirse al inglés y al árabe. Todos los envases y paquetes de alimentos, deben contar con la información al consumidor en lengua árabe.
- El transporte de mercancías se puede hacer por vía marítima, aérea o terrestre. El trayecto por vía marítima dura de doce a dieciséis días, dependiendo del país del Golfo al que nos dirigimos y el precio suele ser de unos 3.000 euros, aunque el precio siempre puede variar debido al precio del crudo. Por vía aérea, por ejemplo, desde Barcelona, hay un vuelo comercial cada día. Otros aeropuertos con los que existen buenas conexiones son el de Valencia y el de Málaga. El precio en este tipo de transporte es de unos 400 euros por palé, siempre dependiendo del volumen y del peso. El transporte terrestre es el menos utilizado dado a la cantidad de días necesarios para llegar al país de destino.
- Debido a la demanda de viajes desde España hacia Oriente Medio y viceversa, la compañía Qatar Airways empezó hace unos meses a ofrecer vuelos directos de Barcelona a Doha (Qatar) y la compañía Fly Emirates de Madrid a Dubai.
- Los laboratorios de las respectivas municipalidades realizan análisis y pruebas de producto 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.
- Sólo los nacionales emiratíes y los residentes pueden ser titulares de cuentas corrientes. Los no residentes sólo pueden ser titulares de cuentas de ahorro. La diferencia entre ambos productos es que sólo se puede abrir póliza de crédito en cuenta corriente, así como proceder a libramientos de cheques.
- Para participar en concursos públicos, el concurrente debe ser una empresa de propiedad 100% local o en el caso de ser un inversor extranjero, debe contar siempre con la participación de un local. En zonas como Emiratos, el socio local debe poseer un mínimo del 51% de las acciones de la empresa.
- No existen mecanismos de control de cambios y la circulación de capitales para transacciones corrientes se pueden llevar a cabo de forma libre. También existen procedimientos de prevención de blanqueo de capitales a los que las entidades de crédito están obligadas.
- En cuanto a la repatriación de capital, ésta puede efectuarse en todos los supuestos:
  - Transferencias de saldos de cuentas de ahorro/corrientes y depósitos (incluidos intereses).
  - Transferencias de importes procedentes de venta y liquidación de valores.
  - Transferencias de importes procedentes de liquidación de activos de sociedades.
  - Transferencias de rentas del trabajo o por actividades profesionales.
  - Pagos mediante libramientos de cheques.

mos dividir estas oportunidades en cuatro sectores: construcción, alimentación, tecnología y sector médico-estético.

La construcción, aunque se haya generalizado la idea de que está saturada debido a la burbuja de

Dubai, está en pleno auge en muchos países. Tal y como argumentamos anteriormente, estas economías se encuentran en procesos de fuerte desarrollo, con una población joven que quiere independizarse y con una tasa de natalidad

muy elevada. Además de la obra privada, se debe remarcar la importancia de la obra civil, también en continuo desarrollo.

Desde España les podemos ofrecer buenos materiales de construcción, novedosos y de calidad,

ingeniería que facilite y economice el trabajo en la obra y sobre todo, el diseño y la arquitectura propias de nuestro país.

En alimentación, ante todo debemos tener en cuenta que los productos no pueden contener alcohol ni derivados del cerdo y, en el caso de ser cualquier otro tipo de carne, debe tener el certificado *halal*, el documento que certifica que el animal ha sido sacrificado según el ritual islámico.

Los productos gourmet están entrando con fuerza en estos mercados, aunque debemos tener en cuenta que no todos los productos españoles son válidos para los árabes debido a su sabor, su textura, su aspecto y, aunque parezca mentira, incluso su precio.

### El impacto de la crisis en los países del Golfo Pérsico ha sido menor que en otras regiones

Otro de los puntos fuertes de España es la tecnología y la transferencia de *know-how* en múltiples ámbitos, desde la tecnología industrial, agroalimentaria hasta la formación académica para el sector servicios. Es de su máximo interés comprar nuestro *know-how*, un conocimiento que les permite disponer de más eficiencia y competitividad. Se debe añadir que existe en la región una toma de conciencia de la necesidad de encontrar alternativas a los ingresos obtenidos por el petróleo.

Es preciso tener en cuenta el sector médico-estético dada la gran importancia que se da a la belleza, tanto en hombres como en mujeres, para equipararse a los cánones europeos. La higiene, el cuidado de la piel y los nuevos métodos médico-estéticos utilizados en España, tienen un gran potencial en esta zona del mundo. Dos de los problemas con los que están luchando desde el mismo gobierno son la obesidad y la diabetes, enfermedades producidas, en

#### DATOS BÁSICOS DE LOS PAÍSES DEL GOLFO PÉRSICO

País	Capital	Habitantes
Emiratos Árabes Unidos	Abu Dhabi	4.765.000
Bahrain	Manama	1.106.509
Arabia Saudí	Riyadh	25.373.512
Omán	Muscat	3.173.917
Qatar	Doha	1.608.903
Kuwait	Kuwait City	2.483.020

Fuente: The Cooperation Council For the Arab States of the Gulf.



Distrito Dubai Marina, Emiratos Árabes Unidos.

buena parte, por la mala alimentación que han llevado durante años.

La relación histórica con América Latina y Europa, el crecimiento en España en los últimos años, una focalización hacia el Norte de África pero sólo para producir, han provocado el olvido de los países que analizamos. Sin embargo, es preciso consolidar las relaciones con estos mercados, apoyándose en las ventajas que nos proporcionan nuestros lazos históricos con la región. Podemos llegar a la conclusión que España tiene mucho que aportar a los mercados internacionales, pero para ello es necesario tener entusiasmo e invertir el tiempo, esfuerzo y recursos necesarios para

posicionar el producto o servicio. Pregúntense si no, ¿Por qué los supermercados de Oriente Medio están llenos de aceite de oliva italiano y no español?

La formación en lenguas extranjeras, una buena práctica en diplomacia cultural y conseguir que existan menos turbulencias políticas internacionales son factores claves para desarrollar proyectos empresariales con la dimensión humana que requieren y con la repercusión de sus beneficios en los máximos ámbitos posibles de la sociedad ::

**SANDRA FERRER BOFILL** es Coordinadora Ejecutiva de Dubai Consultants.  
E-mail: [sfbofill@dubaiconsultants.es](mailto:sfbofill@dubaiconsultants.es)