



CARTILLA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON EMIRATOS ÁRABES
UNIDOS Y QATAR

AUTORES

LEONARDO AGUILAR VALENCIA

JOSÉ FERNANDO TOVAR ORDOÑEZ

FRANCIX VANESSA ZAMBRANO MARÍN

DIRECTOR DEL PROYECTO

OSCAR ALBERTO GOMEZ ALDANA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2015

Tabla de contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVO GENERAL	8
3. OBJETIVOS ESPECIFICOS	8
4. EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	9
4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES	9
4.2 ECONOMÍA Y DEMOGRAFÍA	11
4.2.1 Producto Interno Bruto	14
4.2.2 PIB per cápita	15
4.3 COMERCIO EXTERIOR	16
4.3.1 Emiratos Árabes Unidos y el mundo	17
4.3.2 Emiratos Árabes Unidos y Latinoamérica	19
4.3.3 Emiratos Árabes Unidos y Colombia	21
4.4 RELACIÓN BILATERAL EAU – COLOMBIA	25
4.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EAU	26
4.6 ¿CÓMO INGRESAR AL MERCADO DE EAU?	29
4.6.1 Documentos requeridos para envíos Comerciales de Colombia hacia EAU	30
4.6.2 Etiquetas, empaques y material publicitario	31
4.6.3 Aranceles	32
4.6.4 Establecimiento de sociedades	32
4.6.5 Zonas Francas	33
4.7 CERTIFICACIÓN HALAL	34
4.8 CULTURA DE NEGOCIOS	36
4.8.2 Días festivos y fiestas importantes	40
4.9 TURISMO Y GASTRONOMÍA EN EAU	41
4.9.1 Turismo	41
4.9.2 Gastronomía	44
5 QATAR	45
5.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES	45
5.2 ECONOMÍA Y DEMOGRAFÍA	47
5.3 RELACIÓN BILATERAL	49

5.4	OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN QATAR	50
5.5	¿CÓMO INGRESAR AL MERCADO DE QATAR?	53
5.5.1	Aspectos técnicos para comercio con Qatar.....	53
5.5.2	Aranceles.....	54
5.5.3	Estándares y Etiquetado:.....	55
5.5.4	Barreras no arancelarias:	57
5.5.5	Puertos.	57
5.6	CERTIFICACION HALAL	59
5.7	CULTURA DE NEGOCIOS	59
5.7.2	Días festivos y fiestas importantes.....	61
5.8	TURISMO Y GASTRONOMIA	63
5.8.1	Museo del armamento.....	63
5.8.2	Museo de arte islamico.....	64
5.8.3	Gastronomía.....	65
6	CONCLUSIONES	67
7	BIBLIOGRAFÍA	70

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1.	Sectores con mayor participación en las exportaciones (2014).....	18
Tabla 2.	Sectores con mayor participación en las importaciones (2014).	19
Tabla 3.	Exportaciones por departamento a los EAU (2010-2014).....	24
Tabla 4.	Oportunidades & Negocios de Emiratos Árabes Unidos y Colombia.	27
Tabla 5.	Oportunidades & Negocios de Qatar y Colombia.	51
Gráfico 1.	Crecimiento del PIB en EAU y Colombia (2008-2014).....	15
Gráfico 2.	PIB per cápita (2008-2014)	16
Gráfico 3.	Principales proveedores y principales compradores de EAU (2014).....	18
Gráfico 4.	Principales compradores y proveedores en Latam de EAU (2014).	20
Gráfico 5.	Balanza comercial EAU - Latinoamérica (2014).....	21
Gráfico 6.	Balanza comercial Colombia - EAU	22

RESUMEN

En el transcurso de esta investigación, se encontraron las oportunidades de negocio que tienen Colombia con Emiratos Árabes Unidos y Qatar, con el fin de incentivar a las grandes empresas, pymes o personas naturales nacionales a iniciar o mejorar el proceso de comercialización con estos países. Se puede evidenciar que no sólo Estados Unidos y Europa son destinos para comercializar, Colombia tiene una amplia gama de productos en los cuales se puede especializar y ser un fuerte competidor en estos países árabes. La investigación brinda información de calidad obtenida en entidades aprobadas en ambos países y páginas web oficiales del mismo origen.

Palabras claves: Emiratos Árabes Unidos, Qatar, oportunidades de negocio, exportación, importación.

ABSTRACT

In the course of this investigation, were found the business opportunities of Colombia with United Arab Emirates and Qatar, in order to encourage large companies, SMEs or nationals to start or improve the marketing process with these countries. It can show that not only the United States and Europe are destinations to market, Colombia has a wide range of products in which can specialize and can be a strong competitor in these Arab countries. The research provides quality information obtained from entities approved in both countries and official web pages of the same origin.

Keywords: United Arab Emirates, Qatar, business opportunities, export, import.

1. INTRODUCCIÓN

Ningún país puede considerarse autosuficiente, aún los países desarrollados necesitan recursos de los cuales carecen, y es por medio del comercio exterior que los países tienen la posibilidad de satisfacer esa demanda.

Son las negociaciones entre países las que permiten acceder y vender productos en el mercado mundial, lo que proporciona una variedad de artículos, una estabilidad de precios, una eficiencia a la hora de utilizar los recursos y un mejor nivel de vida para sus habitantes.

La teoría desarrollada por David Ricardo, demuestra que un país aun cuando no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, es decir aunque produzca sus productos de manera menos eficiente que el resto del mundo, le convendrá especializarse en aquellas artículos para los que su ventaja comparativa sea mayor o su desventaja comparativa sea menor, y de esta manera se beneficiará del comercio exterior. Es por esto, que no sólo son los países desarrollados son los que exportan, y no sólo los subdesarrollados son los que deben importan.

Los beneficios resultantes del comercio exterior no sólo pueden ser aprovechados a nivel de país; las empresas grandes, medianas, pequeñas y las personas en general pueden mejorar su competitividad, su nivel de ingresos y optimizar sus recursos. Se trata de identificar el mercado, descubrir sus necesidades y satisfacer la demanda.

La presente investigación se realizó para ofrecer a las pymes o personas naturales de Colombia el acceso a información precisa y de calidad, sobre aspectos como

la extensión territorial, el idioma oficial, la población aproximada, la moneda, ubicación geográfica, otros indicadores sociales, económicos y políticos, acuerdos bilaterales y por último las oportunidades de negocio que tienen Colombia con Emiratos Árabes Unidos y Qatar

2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar cartillas informativas como apoyo a las PYMES interesadas en iniciar o establecer relaciones comerciales en Emiratos Árabes Unidos y/o Qatar, las cuales contengan información relevante sobre aspectos sociales, culturales, políticos, económicos y comerciales de estos países, haciendo énfasis en las oportunidades de exportación hacia dichos mercados.

3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Buscar y recolectar datos sobre aspectos sociales, económicos y políticos en páginas oficiales de los países en estudio.
- Analizar la relación bilateral entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos y Qatar con base en aspectos como la balanza comercial, desagregación de los productos exportados y acuerdos comerciales firmados.
- Determinar las oportunidades de negocio que tiene Colombia con Emiratos Árabes Unidos y Qatar.

- Analizar la situación histórica de la relación bilateral entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos y Qatar.
- Establecer las razones que permiten pensar en el Mundo Árabe como un mercado alternativo.
- Brindar al lector la información más importante que debe tener en cuenta al momento de iniciar una relación comercial con Qatar y/o Emiratos Árabes Unidos de manera que esta tenga más posibilidades de ser exitosa.

4. EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES

Los Emiratos Árabes Unidos, es un país ubicado en la península arábiga, compuesto por siete emiratos: Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras Al-Khaimah, Sharjah y Umm Al-Qaiwain. Aunque Abu Dhabi es la capital oficial del país, cada emirato conserva una considerable autonomía política, judicial y económica. Limita con Omán al este, con el Golfo Pérsico al norte y con Arabia Saudita al oeste y al sur, además cuenta con una extensión territorial de 83.600 Km², de los cuales el 97% es desértico.

Su población en 2013 se calculaba en 9,4 millones de habitantes, de las cuales, aproximadamente el 70% eran hombres y solo un 30% mujeres, además cerca del 65% de la población total se encontraba en Dubai o en Abu Dhabi. Según los

datos de la UNESCO, la tasa de alfabetismo es del 99%, la más alta del mundo árabe, y la expectativa de vida al nacer entre el 2009 y el 2013 fue de 76 años en promedio. En cuanto a religión, la mayoría de la población es musulmán suní (76%), la otra parte (24%) se compone principalmente por cristianos e hindúes.

El sistema de gobierno de EAU es una monarquía constitucional conformada por una federación de 7 estados, los emiratos, cada uno regido por un Emir. El presidente del país es **Jalifa Ben Zayed Al-Nahyan**, el cual ha estado en el cargo desde 2004 y el primer ministro es **Mohamed Ben Rachid Al-Maktum**. Además, EAU hace parte de la Liga Árabe de Naciones, organización que agrupa los países árabes del Medio Oriente y el Magreb (norte de África). Está conformado por: Arabia Saudita, Argelia, Bahreín, Comoras, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Irak, Jordania, Kuwait, Líbano, Mauritania, Omán, Palestina, Qatar, Siria, Somalia, Sudán, Túnez, Yemen y Yibuti.

Según lo reportado por el departamento de estadísticas de los Emiratos Árabes, su PIB para el 2014 fue de USD 419.000 millones, de los cuales alrededor del 80% fue producido por el sector minero, específicamente por la extracción de petróleo crudo y gas natural. En 2014 se posicionó como el segundo productor de petróleo más grande entre los países de oriente medio detrás de Arabia Saudita. La moneda que circula en EAU es el **Dirham** de los Emiratos Árabes (AED) con una tasa de cambio vigente al 31 de diciembre del 2014 de 3,673 AED/USD.

Emiratos Árabes Unidos cuenta con seis puertos marítimos, los principales son: el Puerto de Jebel Ali, el Puerto Rashid y el Puerto de Mina Zayed. Estos puertos

conectan directamente la carga con los principales aeropuertos del país, permitiendo su fácil acceso a los diferentes destinos. En cuanto a la vía aérea, EAU cuenta con 43 aeropuertos, entre los aeropuertos 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.

4.2 ECONOMÍA Y DEMOGRAFÍA

Los EAU mantienen una economía de libre mercado y forman además uno de los estados políticamente más estables y seguros de la región. Esto confiere al país una ventaja competitiva muy robusta y lo convierte en el principal centro comercial y en la segunda economía de la región. Su PIB para el 2014 fue de USD 419.000 millones y su PIB per cápita de USD 43.050 aproximadamente, ubicándolo como uno de los 7 países con PIB per cápita más alto del mundo y mayor poder adquisitivo.

Gran parte de su estabilidad económica se debe a los altos precios del petróleo durante la última década, lo que a su vez ha estimulado el consumo privado y la inversión en el país. Entre el 2008 y el 2013, en promedio, las tres industrias con mayor crecimiento fueron el sector minero (26%), el sector de corporaciones financieras (26%) y la construcción (19%). Sin embargo, el crecimiento y poder económico se concentran en dos de los siete emiratos del país: Abu Dhabi y

Dubai, los cuales cuentan con una participación del PIB del 60% y 26% respectivamente.

Pese a la caída reciente de los precios del petróleo y la importante volatilidad del sector, la economía de los EAU mantiene su robustez. El PIB de los EAU creció 4,8% entre 2013 y 2014. Las previsiones apuntan a un ritmo de crecimiento económico del 3,2% para el 2015 y del 4,4% si se excluye el sector petrolero.

UAE ha logrado identificar la necesidad de depender cada vez menos del sector petrolero, por lo que está implementando grandes proyectos que incluyen centros comerciales de carácter mundial, hoteles, centrales nucleares, proyectos de energías alternativas, entre otros. Si bien Abu Dhabi se caracteriza principalmente por la extracción y exportación de hidrocarburos, Dubai empieza a destacarse por un gran crecimiento en sectores no petroleros, como el sector de construcción e infraestructura, el sector financiero y, especialmente, el turismo.

La Visión Económica de Abu Dhabi 2030 y el Plan Estratégico de Dubái 2015 lideran el camino hacia la diversificación económica de EAU. La estrategia busca atraer el capital extranjero hacia el sector industrial y otros sectores orientados a la exportación, como la industria pesada, el transporte, las petroquímicas, el turismo, las tecnologías de la información, las telecomunicaciones, las energías renovables, la aviación y los servicios de petróleo y gas. Mucho se ha conseguido ya en estos campos, en 2014, los EAU ocuparon el primer puesto entre los países árabes que más inversiones extranjeras directas atrajeron, con un total de USD 10.100 millones.

El comercio lleva muchos siglos desempeñando una función importantísima en la vida económica de los EAU, como es de esperar dada la posición geográfica-estratégica que ocupa el país. No obstante, una inversión con visión de futuro focalizada en aeropuertos, puertos y servicios, así como un entorno empresarial propicio, han hecho posible que los EAU se convirtieran en un importante centro del comercio, que conecta los mercados regionales con el mundo exterior. El comercio exterior total en 2014 alcanzó los 292.200 millones USD.

En cuanto a la población, para el 2013 EAU contaba con un poco más de 9,35 millones de habitantes, y un crecimiento promedio del 5% anual. Los emiratos con mayor población son Abu Dhabi, Dubai y Sharjah, con el 34%, 32% y 19% de la población respectivamente. El resto de la población, vive en los otros cuatro emiratos. Es importante mencionar que en la composición étnica solo el 20% de la población corresponde a árabes nativos, el 50% son inmigrantes de países del sur de Asia y 23% son iraníes. De la población total, 30% son mujeres y 70% son hombres, explicado principalmente por el fenómeno migratorio de trabajadores hombres para las grandes obras de construcción de los últimos años.

La tasa esperanza de vida en el país es de 77 años y el gasto en salud equivale a un 3% de PIB. El acceso a la educación era extremadamente limitado cuando los EAU se fundaron en 1971. Desde entonces se ha producido una transformación enorme y se han efectuado inversiones considerables para satisfacer las necesidades educativas de una población que no para de crecer. Actualmente, los EAU ofrecen una educación integral a todos los estudiantes, tanto masculinos como femeninos, desde la etapa preescolar hasta la universidad. Esta educación

es totalmente gratuita para los ciudadanos del país en todos los niveles y etapas. La nación cuenta además con un sector de enseñanza privado, mientras que varios miles de estudiantes, de ambos sexos, siguen cursos de enseñanza superior en el extranjero a expensas del Gobierno. Durante el curso académico 2013/14, 305.000 estudiantes, masculinos y femeninos, asistieron a 685 colegios del estado en todo el territorio de los EAU, mientras que 605.000 alumnos se matricularon en 489 centros privados.

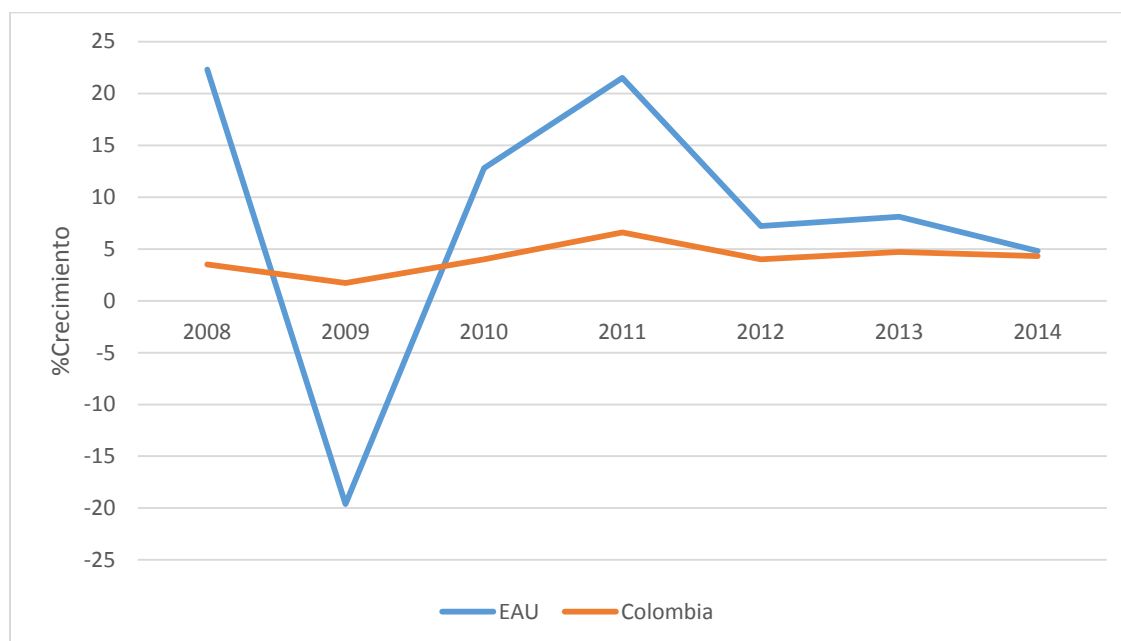
En términos de fuerza laboral, para el año 2013 en EAU la tasa de desempleo total se encontraba en 3,8%, siendo un desempleo relativamente bajo; sin embargo, el desempleo para las mujeres se ubicó en el 8,8%, evidenciando una desigualdad en el mercado laboral. La tasa de desempleo es bastante controlada, debido a que los extranjeros con residencia deben tener una visa vigente y las personas que perdieron su empleo deben encontrar un nuevo trabajo en un plazo máximo de un mes. Los extranjeros que no encuentren trabajo en ese lapso de tiempo son expulsados del país pues su visa, al ser de trabajo, queda invalida. En el caso de la población laboral local, el desempleo es de alrededor de 10% y está siendo controlado por la Ley de Emiraticización, la cual obliga a las empresas nacionales y extranjeras a contar entre sus planillas con un número determinado de empleados de origen local.

4.2.1 Producto Interno Bruto.

Entre el 2008 y el 2014, el PIB total de emiratos árabes unidos ha presentado un crecimiento promedio de 8.2%. En contraste, el crecimiento promedio del PIB en Colombia durante el mismo periodo fue del 4.1%. Esto a pesar la gran caída que

presentó el PIB de EAU (-19%) durante el periodo 2008-2009 el cual puede atribuirse a la crisis financiera mundial que ocurrió durante este periodo. Para el último año el crecimiento del PIB converge en ambos países aproximadamente en el 4%, la disminución en la tasa de crecimiento en los EAU, puede explicarse por la fuerte caída de los precios de los hidrocarburos.

Gráfico 1. Crecimiento del PIB en EAU y Colombia (2008-2014)



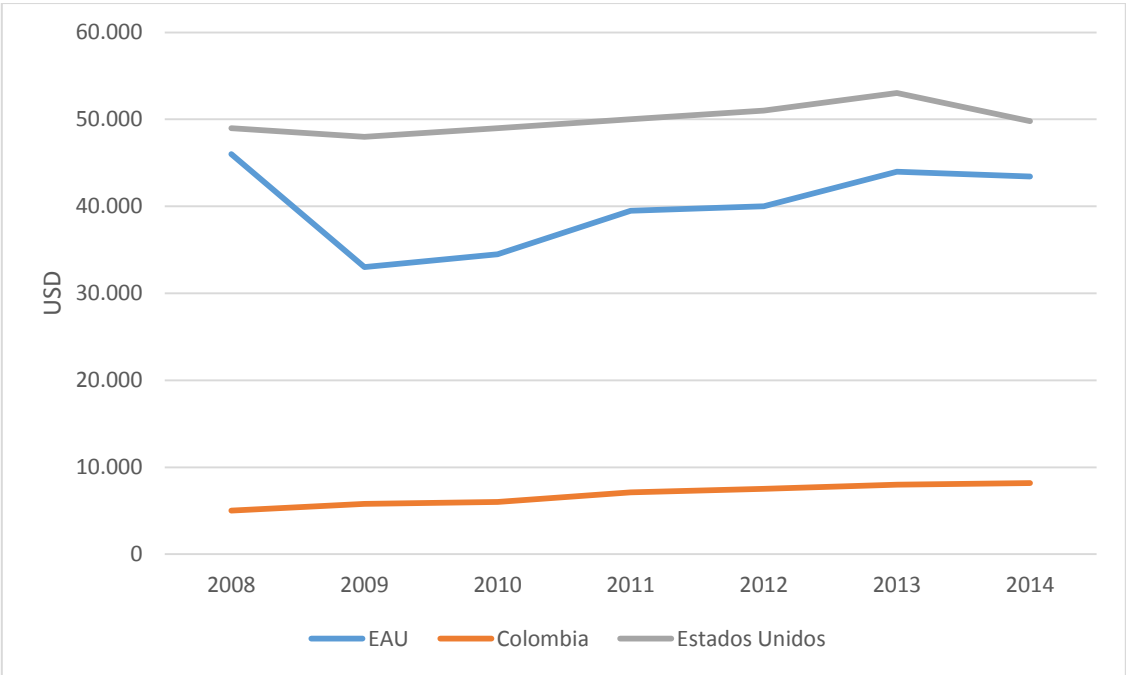
Fuente: UAE National Bureau of Statics, DANE.

4.2.2 PIB per cápita

Comparando los valores del PIB per cápita de EAU con el de Estados Unidos, entre el periodo 2008-2013, se observa que estos valores son similares entre ambos países, es decir que EAU cuenta con un PIB per cápita de un país desarrollado, y en promedio sus habitantes se les catalogan de altos ingresos y con un alto poder adquisitivo.

Ahora haciendo la comparación del PIB per cápita entre EAU y Colombia, se puede observar que existe una notable diferencia entre estos valores. En el gráfico 2, se muestra que el PIB per cápita de EAU se encuentra por encima de USD 40.000 anuales mientras que en Colombia no superan los USD 8.000 anuales. Esto puede explicarse en primer lugar por el número de habitantes, el cual es vastamente superior en Colombia, y en segundo lugar a un PIB mayor por parte de EAU, gracias al sector minero y a la gran cantidad de inversión extranjera que capta.

Gráfico 2. PIB per cápita (2008-2014)



Fuente: UAE National Bureau of Statics, DANE, Banco Mundial.

4.3 COMERCIO EXTERIOR

Para el 2014, las importaciones de Emiratos Árabes Unidos equivalían a USD 92.500 millones de dólares, 23% de su PIB, por su parte, las exportaciones no

petroleras ascendían a USD 17.200 millones, es decir, el 4% de su PIB. Desde el año 2007 al 2013, las importaciones de EAU crecieron un 21%, mientras que las exportaciones no petroleras crecieron 146%. La balanza comercial de este país es positiva, gracias a los altos ingresos generados por las exportaciones petroleras; sin embargo al no tener en cuenta la exportación hidrocarburos dentro, la balanza se torna negativa. Esto debido principalmente a que este país, al estar enfocado al sector petrolero, tiene una alta dependencia de bienes importados para su consumo.

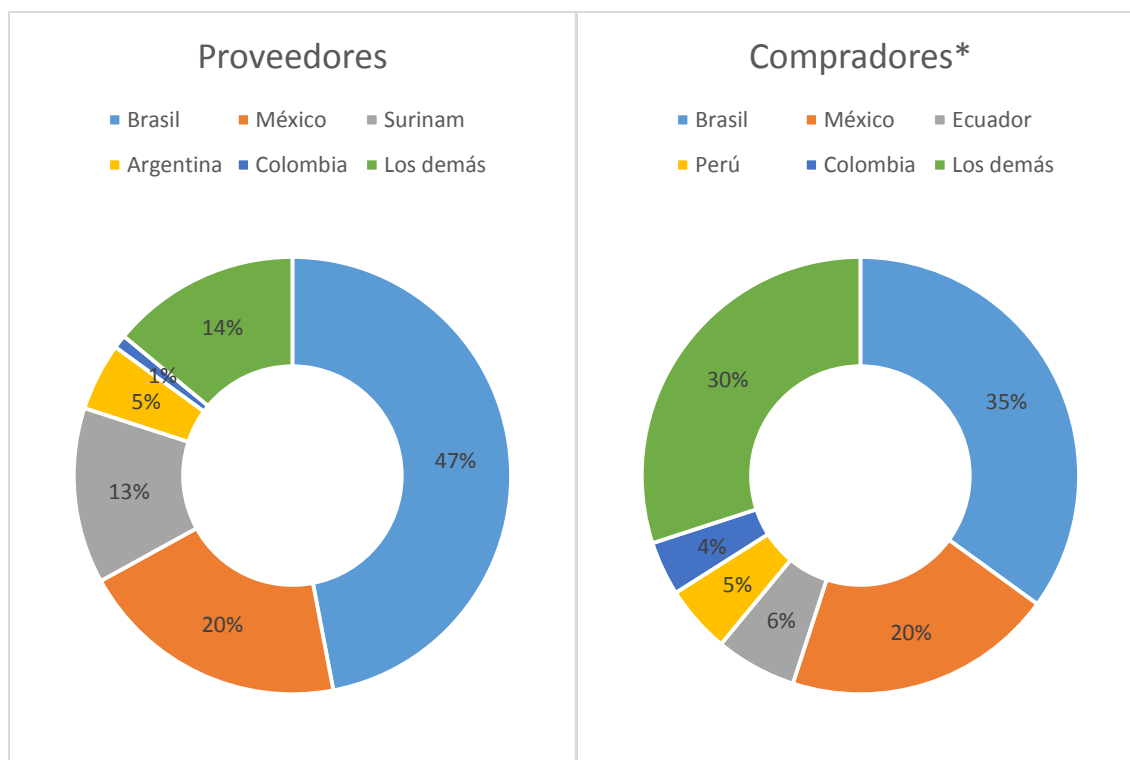
4.3.1 Emiratos Árabes Unidos y el mundo

Los productos que más importa EAU de sus socios comerciales a nivel mundial son, oro, automóviles, diamantes, artículos de joyería y teléfonos móviles, es decir, bienes de lujo, evidenciando el alto poder adquisitivo del país. Algunos de los otros productos que más importa EAU son productos químicos, metal y bases de metal. Los tres principales proveedores a nivel mundial, de este país, son China, Estados Unidos e India, en ese orden, con una participación del 11%, 10% y 10% respectivamente.

En cuanto a las exportaciones, los hidrocarburos ocupan el primer puesto, y representan más del 70% de las mismas. Si no se tienen en cuenta las exportaciones petroleras, el sector de perlas, piedras y metales preciosos tiene aproximadamente el 54% de participación de las exportaciones nacionales, seguido de dispositivos grabadores y reproductores de sonido y sus partes, siendo India,

Arabia Saudita y Suiza los tres principales compradores a nivel internacional.

Gráfico 3. Principales proveedores y principales compradores de EAU (2014)



Fuente: UAE National Bureau of Statics.
 (*) Exportaciones no petroleras.

Para el 2014 los sectores económicos con mayor participación en las exportaciones fueron:

Tabla 1. Sectores con mayor participación en las exportaciones (2014).

Sector económico	Participación
Perlas, piedras preciosos, metales preciosos y sus Manufacturas	34.0%
Artículos a base de metal	22.7%
Plásticos, gomas y productos similares y/o derivados	8.8%

Productos minerales	6.0%
Alimentos, Bebidas, Spirits y Tabaco	5.6%

Fuente: UAE National Bureau of Statics.

Mientras que los sectores con mayor participación en las importaciones durante el mismo periodo fueron:

Tabla 2. Sectores con mayor participación en las importaciones (2014).

<i>Sector económico</i>	<i>Participación</i>
Perlas, piedras, metales preciosos y sus artículos	26.1%
Grabadoras y reproductoras de sonido y sus partes.	19.8%
Vehículos de transporte	14.9%
Metal base y artículos a base de metal	7.7%
Productos químicos	6.2%

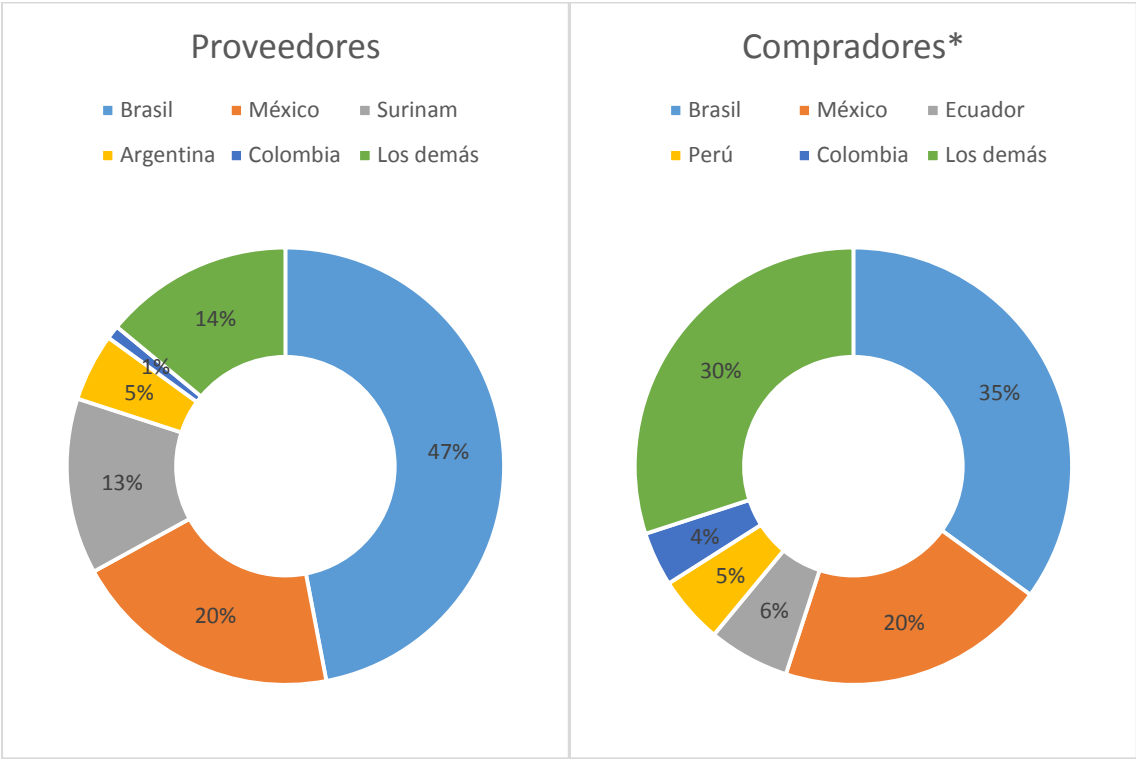
Fuente: UAE National Bureau of Statics.

4.3.2 Emiratos Árabes Unidos y Latinoamérica

Las relaciones comerciales entre EAU y Latinoamérica son muy bajas en comparación con la relación que mantiene con otras regiones del mundo. Latinoamérica tan solo representa un poco más del 2% de las importaciones totales de Emiratos Árabes Unidos; los principales proveedores de esta región son Brasil (46.6%), México (20.1%), Surinam (13.5%) y Argentina (5.2%). En cuanto a las exportaciones, la participación es aún menor, EAU tan solo envía el 0.5% de

sus exportaciones hacia Latinoamérica, de éstas, Brasil compra el 35.5%, México el 19.7%, Ecuador el 6.0% y Perú el 5.1%.

Gráfico 4. Principales compradores y proveedores en Latam de EAU (2014).

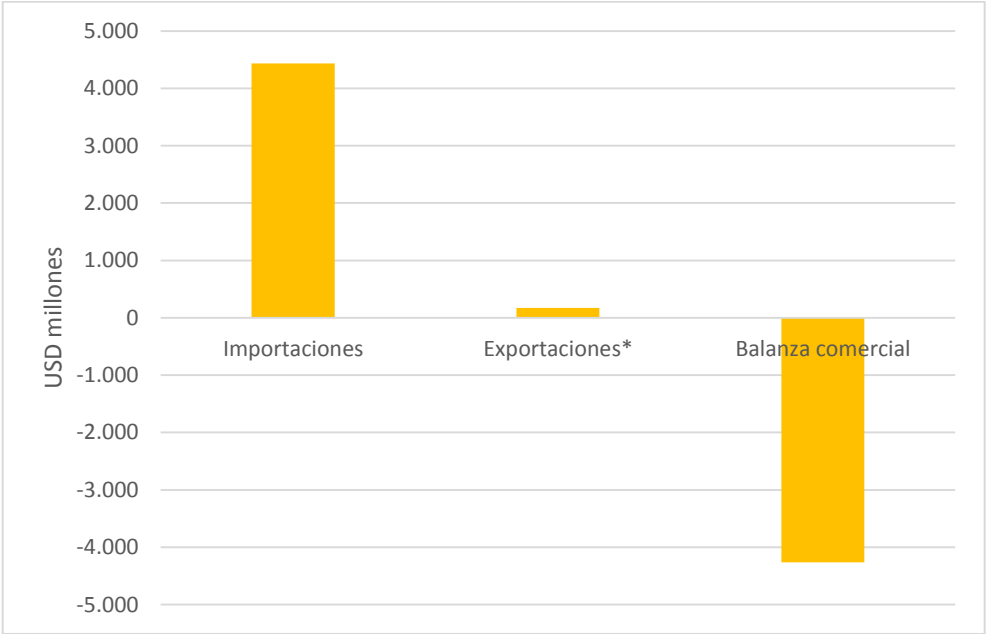


Fuente: UAE National Bureau of Statics.
 (*) Exportaciones no petroleras.

En términos absolutos y excluyendo las exportaciones petroleras, la balanza comercial es negativa para los Emiratos Árabes Unidos, pues compra en la región aproximadamente USD 4.400 millones, mientras que solo vende un poco más de USD 170 millones. Brasil el principal socio comercial, le vende a EAU principalmente animales vivos y sus productos (31%), productos minerales (17%) y productos químicos (17%), mientras que el 73% de los productos que le compra Brasil al país árabe lo conforman manufacturas de metal (50%) y plástico (23%).

Por su parte, Colombia ocupa el puesto número 10 en el ranking de proveedores de la región (0,7% de las importaciones provenientes de Latinoamérica) y el puesto número 7 como mayor cliente latino, adquiriendo el 3,7% de los productos que envía EAU hacia el continente.

Gráfico 5. Balanza comercial EAU - Latinoamérica (2014).



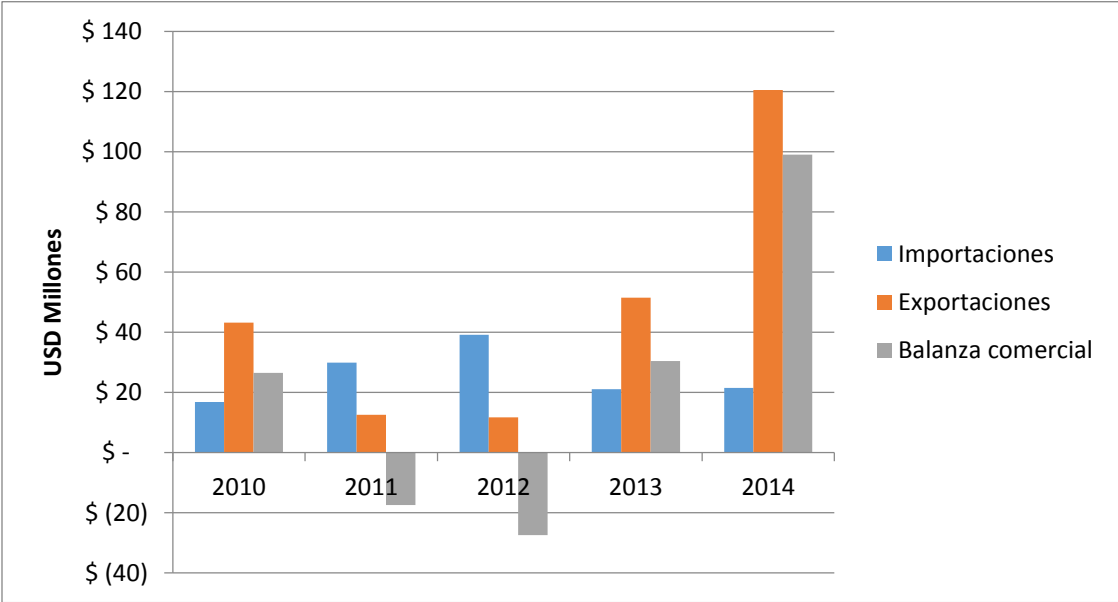
Fuente: UAE National Bureau of Statics, cálculos del autor.
 (*) Exportaciones no petroleras.

4.3.3 Emiratos Árabes Unidos y Colombia

Respecto a las relaciones comerciales de EAU con Colombia, entre el 2009 y 2013, el comercio entre ambos países se ha incrementado significativamente: las exportaciones de origen colombiano hacia el país árabe han aumentado 444%, mientras que las importaciones con origen en EAU, excluyendo el capítulo del petróleo, han crecido un 1313%. Implicando una mejora en las relaciones y un acercamiento entre ambos países.

Para el año 2014, el valor de las exportaciones desde Colombia a EAU ascendía a USD 120 millones mientras que las importaciones de Colombia provenientes de EAU equivalían a USD 22 millones, dando como resultado una balanza superavitaria de USD 98 millones.

Gráfico 6. Balanza comercial Colombia - EAU



Fuente: BACEX, cálculos propios.

Entre los años 2010 y 2014 se puede observar que a excepción de los años 2011 y 2012, la balanza comercial de Colombia con EAU ha sido superavitaria detallando especialmente el año 2014 el cual ha mostrado un boom de las exportaciones de Colombia hacia EAU.

En Colombia, solo 13 departamentos han exportado a EAU entre el periodo 2010-2014 de los cuales se pueden destacar Antioquia, Bogotá y el Valle del Cauca quienes en ese orden son las tres regiones del país que más exportan hacia EAU y representan cerca del 90% de las ventas en este destino. Antioquia y el Valle

del Cauca han presentado un comportamiento irregular en su nivel de exportaciones dentro del periodo analizado, mientras que Bogotá ha presentado un crecimiento sostenido en sus exportaciones.

Las principales exportaciones de Emiratos Árabes Unidos hacia Colombia son:

1. Recipientes de fundición, de hierro o acero sin soldadura, de fabricación para funcionamiento exclusivo con gas natural
2. Partes para máquinas y aparatos de maquinaria de construcción, extracción o preparación de aceites vegetales o animales, prensas, robots industriales, entre otros
3. Polipropileno
4. Partes de aviones o helicópteros
5. Material de andamiaje, encofrado, apeo o apuntalamiento
6. Máquinas de tratamiento o procesamiento de datos
7. Placas, laminas, hojas y tiras, de plástico no celular, sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias, de polipropileno

Mientras que Colombia le vende a los EAU, principalmente los siguientes productos:

1. Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso
2. Fueloil o fuelóleo
3. Oro (incluido el oro platinado), en las demás formas en bruto, para uso no monetario

4. Microscopios, excepto los ópticos y difractografos
5. Cordeles, cuerdas y cordajes de las demás fibras sintéticas, estén o no trenzadas, incluso impregnados, recubiertos, revestidos o enfundados con caucho o plástico
6. Anestésicos para usos humano que contengan vitaminas
7. Bombones, caramelos confites y pastillas.

Tabla 3. Exportaciones por departamento a los EAU (2010-2014).

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014
ANTIOQUIA	\$ 3.817.150	\$ 2.717.959	\$ 529.565	\$ 33.245.668	\$ 3.303.724
BOGOTA D.C.	\$ 3.601.634	\$ 5.427.367	\$ 7.313.612	\$ 8.281.409	\$ 12.751.895
VALLE	\$ 2.663.871	\$ 3.170.775	\$ 2.774.038	\$ 4.515.591	\$ 7.396.118
RISARALDA	\$ 1.318.495	\$ 196.511	\$ 15.251	\$ 13.374	\$ 102.775
ATLANTICO	\$ 275.022	\$ 479.472	\$ 177.685	\$ 227.058	\$ 1.158.207
BOLIVAR	\$ 219.373	\$ 39.951	\$ 15.592	\$ 364.173	\$ 183.310
CUNDINAMARCA	\$ 67.812	\$ 230.034	\$ 626.065	\$ 397.638	\$ 551.848
CALDAS		\$ 134.328	\$ 659	\$ 185.107	\$ 181.430
NARIÑO		\$ 116.014	\$ 94.241	\$ 89.341	
MAGDALENA		\$ 2.818			
HUILA			\$ 131.441	\$ 4.154.023	\$ 12.000
CAUCA			\$ 7.500		\$ 153.421
SANTANDER					\$ 15.780

Fuente: BACEX, cálculos propios.

4.4 RELACIÓN BILATERAL EAU – COLOMBIA

El primero de enero de 1976, Colombia y los Emiratos Árabes Unidos establecieron relaciones diplomáticas. En septiembre de 2011 se realizó la apertura de la embajada colombiana en Abu Dhabi y en enero de 2014 fue la apertura de la embajada de Emiratos Árabes Unidos en Bogotá, junto con la presentación de las cartas credenciales del embajador Mohammed Issa Al-Qattam Al-Za'abi ante el presidente de Colombia, Juan Manuel Santos.

Del 3 al 7 de febrero de 2014, una se realizó una visita a Colombia por parte del ministerio de finanzas emiratí, para tratar temas de la agenda bilateral, los cuales incluye el *Acuerdo para el Intercambio de la Materia Tributaria (TIEA)*, el *Acuerdo para Evitar la Doble Tributación (ADT)* y el *Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI)*.

Los días 5 y 6 de mayo de 2014, una delegación de alto nivel de Emirato de Dubái hizo una visita a Colombia, la cual exploró mercados, evaluó oportunidades y a su vez, presentó las oportunidades de inversión en Dubái y como destino de exportación.

Como parte de su trabajo e investigación de energía alternativa renovable para el futuro, el gobierno de EAU creó el premio denominado “Future Energy Prize”. Entre el 18 y el 21 de junio de 2014, la directora de la organización con el mismo nombre visitó Colombia con el fin de promover este premio. Los galardonados son

personalidades destacadas en los temas de energías renovables o limpias, ya sea por contribuciones científicas, técnicas, sociales o políticas.

El 15 de noviembre de 2014, María Ángela Holguín, Ministra de Relaciones Exteriores de Colombia, se reunió con su homólogo emiratí, Su Alteza Shaikh Abdullah Bin Zayed Al-Nahyan. Durante esta reunión se destacó la importancia de la apertura de ambas embajadas en cada país, y como esto contribuye significativamente en la construcción y fortalecimiento de las relaciones bilaterales. También se acordaron realizar más visitas recíprocas, y se suscribió el acuerdo para la exención de visado en pasaportes diplomáticos y oficiales.

En el presente año, el 4 de febrero, se presentaron copia de las cartas credenciales ante el viceministro de relaciones exteriores de ese país, por parte del embajador de Colombia en Emiratos Árabes Unidos, Faihan Al-Fayez Chaljub.

4.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EAU

Colombia ha tenido un crecimiento comercial continuo en las últimas dos décadas: multiplicó por cuatro sus exportaciones, por diez su recepción de Inversión Extranjera Directa y por 6 el turismo internacional que recibe. Son resultados que corroboran que nuestras empresas y regiones tienen lo que el mundo necesita, y el mundo árabe es un mercado de 800 millones de consumidores, el cual se puede empezar a conquistar a través de su HUB logístico más importante, los Emiratos Árabes Unidos.

Tabla 4. Oportunidades & Negocios de Emiratos Árabes Unidos y Colombia.

JOYERÍA

Partidas arancelarias: 7113.19 7113.11

Arancel en EAU: 5%

Nota: La joyería es uno de los principales sectores en la economía de EAU. Este país es el primer consumidor mundial de joyas, con casi 20 gramos por persona al año. El 50% de las compras las realizan turistas. La mayoría de la joyería que se vende en el país procede de la importación.

Dentro de la joyería, el oro tiene un fuerte arraigo sociocultural y religioso. Las piezas de oro amarillo sin incrustaciones son más consumidas (el 90% del total). La joyería de plata se considera de calidad inferior y son pocas las marcas que han triunfado en este segmento. En cuanto a la bisutería, no se considera un sustitutivo de la joyería pero no es fácil encontrar bisutería de calidad en el país. En relación al público objetivo de la joyería, los consumidores de EAU se encuentran segmentados por su origen, grupo social y nivel de renta. En términos generales, todos tienen preferencia por el oro y gastan en joyería mucho más que en cualquier otro país del mundo.

FLORES

Partidas arancelarias: 0603.11 0603.12 0603.14 0603.19 0603.90

Arancel en EAU: 5%

Nota: La competencia más grande para Colombia en Emiratos Árabes Unidos, es la flor de Kenya. Grandes cultivos experimentales están siendo financiados por Emiratis socios de distribuidores de flores, de nacionalidad India, que tienen sus compañías en Emiratos. Compiten con una flor muy barata, de poca calidad y duración, pero que por sus precios son preferidas para los grandes supermercados con bastante rotación. La flor colombiana compite por su valor agregado de calidad y duración, es muy atractiva para clientes de alto perfil, hoteles y organizadores de grandes e importantes eventos.

PRODUCTOS CONGELADOS

Partidas arancelarias: 0202.10 0202.30 0207.14 0702.00 0706.10 0710.21
0710.22 0710.80 0710.90

Arancel en EAU: 5%

Nota: La fruta congelada no es muy apetecida por los supermercados. No existe la cultura del jugo como bebida diaria. Y si se hace se prefiere fresco. Las frutas congeladas que se venden son las fresas. La fruta congelada tiene más salida para el sector industrial. Se vende mucha verdura congelada. Carnes rojas y pollo tienen mucha demanda. Colombia está en el proceso de certificación de sanidad para su admisibilidad en EAU. Así mismo para el certificado Halal.

DULCES BLANDOS, DUROS Y CONFITERÍA

Partidas arancelarias: 1704.10 1704.90

Arancel en EAU: 5%

Nota: Dadas las altas rentas del petróleo, los hábitos de consumo se han sofisticado, así como la demanda de productos gourmet y la confitería Premium.

FRUTAS EXÓTICAS

Partidas arancelarias: 0810.90

Arancel en EAU: 5%

Nota: La gran competencia viene por parte de la fruta ecuatoriana por su precio. Están exportando para EAU tomate de árbol, maracuyá, lulo, curuba y feijoa. Colombia puede competir con granadilla, figo, uchuva y pitahaya.

SNACKS

Partidas arancelarias: 0810.90

Arancel en EAU: 5%

Nota: Los supermercados están invadidos de papas fritas con diferentes sabores,

Cheetos y nachos únicamente. Colombia tiene gran variedad de snacks diferente con los cuales puede competir. Ejemplo: snacks de yuca y plátano.

Fuente: ProColombia. Tabla del autor.

4.6 ¿CÓMO INGRESAR AL MERCADO DE EAU?

Los EAU mantienen una economía de libre mercado y forman además uno de los estados políticamente más estables y seguros de la región. Esto confiere al país una ventaja competitiva muy robusta y lo convierte en el principal centro comercial y en la segunda economía del mundo árabe.

La moneda de los EAU, el dírham, de paridad fija con el dólar, es segura y de libre convertibilidad; no existen restricciones a la transferencia de beneficios o a la repatriación del capital; los derechos de importación son bajos (alrededor de un 5% para prácticamente todos los bienes); los costes laborales son competitivos; no existen impuestos de sociedades ni sobre las personas físicas y hay en vigor numerosos acuerdos y tratados bilaterales de inversión. Todos estos factores, combinados con una ubicación estratégica y accesible para los principales mercados regionales, una infraestructura excelente y fiable y un entorno de trabajo agradable, estable y seguro son los elementos fundamentales de un clima empresarial atractivo y competitivo.

Los EAU son parte contratante del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) desde 1994 y miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) desde 1996. También forman parte de la Gran Zona Árabe de Libre Comercio

(GAFTA), en la que están presentes todos los estados del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG).

Establecer relaciones comerciales en los Emiratos Árabes Unidos cada vez es más simple, notablemente, los EAU consiguieron el liderato regional en el Índice de Competitividad Global 2015, con un ascenso de cinco posiciones, hasta el 12º puesto entre un total de 144 países. A continuación se presentan varios puntos que se deben tener en cuenta para establecer negocios en esta región:

4.6.1 Documentos requeridos para envíos Comerciales de Colombia hacia EAU

- Facturas comerciales (x3), una original y dos copias, que incluyan el nombre del fabricante, del productor y/o del exportador y una descripción detallada de los bienes. La original siempre debe ser enviada por correo certificado al cliente, una copia se va con la carga y la otra se queda con el proveedor.
- Peso bruto, peso neto y valor CIF de cada artículo debe ser listado por separado y debe ser adjuntado al documento de transporte.
- Certificado de origen expedido por el 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)*".
- Certificado fitosanitario o certificado de Conformidad SGS según el producto.

- Air Waybill o Bill of Landing (documentos de transporte)
- Lista de embalaje total y lista de contenido de cada caja enviada.
- Póliza de seguro (si hay).

4.6.2 Etiquetas, empaques y material publicitario

Las leyes de EAU, al ser un país de creencia y religión musulmana NO permiten:

- Entregar un artículo que contenga la palabra "KÖSHER", no es aceptable para el mercado musulmán.
- Entregar un artículo donde se mencione cualquier tipo de alcohol (vino, brandy, ron...). Productos con contenidos de cerdo o sus derivados.
- Productos con fotografías obscenas o de mujeres mostrando mucha piel. Productos con contenidos religiosos y símbolos asociados a otras creencias religiosas.

4.6.2.1 Regulación sobre etiquetado del producto.

El idioma del etiquetado debe ser inglés. Se exige traducción al árabe de:

- Nombre del producto.
- País de origen.
- Ingredientes.
- Fecha de producción y caducidad.

Dicha información puede presentarse en papel autoadhesivo adherido al envase o paquete. Cualquier etiqueta que contenga descripción del producto en árabe tiene que ser idéntica, legible y clara.

El etiquetado en inglés debe incluir:

- Marca.

- Descripción del producto.
- Ingredientes y aditivos.
- Contenido Neto.
- Nombre y dirección del productor, país de origen.
- Fecha de producción (*production date*), fecha de caducidad (*expiry date*), y lote (*batch*).
- Condiciones de almacenamiento, sólo si fuese necesario.
- Método de preparación, sólo si fuese necesario.

4.6.3 Aranceles

Los aranceles son del 5% para la gran mayoría de productos, por ejemplo productos eléctricos y electrónicos, recubiertos de azúcar, purés y pastas, rosas, tubérculos, raíces y hierbas frescas. Para camarones, frutas con semillas y vegetales como la cebolla, la zanahoria, el pepino, el pimentón y los commodities en bulto pagan 0% de arancel. Una vez el producto entra y paga arancel, puede ser reexportado a todo el GCC sin pagar otros impuestos.

4.6.4 Establecimiento de sociedades

Bajo la legislación de los EAU, las entidades extranjeras interesadas en establecer una presencia oficial en el país disponen de cinco opciones: crear un establecimiento permanente, del cual existen siete tipos diferentes; fundar una sucursal; crear una entidad en una zona franca de los EAU; crear una sociedad civil (sólo en Sharjah y Dubái); o firmar un contrato de representación comercial.

La Ley de Sociedades Comerciales de los EAU (CCL) exige que cada empresa establecida en el país tenga uno o más socios nacionales emiratíes poseedores

de al menos el 51% del capital de la compañía. Las empresas dedicadas a ciertas actividades (industria del petróleo, producción de electricidad y gas, tratamiento y distribución de agua) están exentas del requisito del 51%.

También las empresas establecidas en las zonas francas se encuentran exentas del requisito del 51%, siempre y cuando la zona franca correspondiente posea disposiciones especiales para la regulación de la compañía. Los bancos extranjeros están exentos de la obligación de nombrar a un patrocinador.

4.6.5 Zonas Francas

Constituir una sociedad en alguna de las Zonas Francas (FTZ) de los EAU puede ser una opción enormemente atractiva para los inversores extranjeros. Las principales ventajas de establecerse en una zona franca son las siguientes:

- 100% de propiedad extranjera de la empresa.
- Barreras, tarifas o cuotas al comercio reducidas o diferentes.
- 100% de repatriación de capital y beneficios.
- Exenciones al impuesto de sociedades de hasta 50 años.
- Inexistencia de impuestos sobre la renta de las personas físicas.
- Ayuda en la contratación del personal, con servicios de apoyo adicionales, tales como patrocinio y vivienda.

Cada zona franca está dirigida por una Autoridad de Zona Franca (FZA) independiente, que es el organismo encargado de conceder las licencias para operar en las FTZ y de prestar ayuda a las empresas para establecer sus sociedades en las zonas francas.

Los inversores pueden crear una nueva sociedad en forma de Free Zone Establishment (FZE) o simplemente establecer una sucursal o una oficina de representación de una sociedad ya existente o sociedad matriz domiciliada en los EAU o en el extranjero. Las FZE son sociedades de responsabilidad limitada que se rigen por las normas y regulaciones de la zona franca en la que se constituyen. Excepto en lo relativo a la obtención de la nacionalidad en los EAU, lo estipulado en la Ley de Sociedades Comerciales no es de aplicación en el caso de las FZE, siempre y cuando en las zonas francas existan disposiciones especiales que regulen este tipo de sociedades.

Sin embargo, las empresas radicadas en una zona franca sólo pueden operar dentro de los límites de su zona franca, y por lo general con limitación exclusiva a aquellas actividades que figuren en su licencia.

4.7 CERTIFICACIÓN HALAL

*“El mercado Halal es una oportunidad de alrededor
1.500 millones consumidores potenciales en los 5 continentes.”*

-Sheik Lyes Marzougui

La *certificación Halal*, es un proceso de calidad que se aplica a la fabricación de productos para consumo humano como alimentos, cosméticos, productos de uso personal, así como para la prestación de servicios dirigidos a consumidores practicantes del Islam, en el cual se verifica y acredita que el contenido y proceso

de manufactura de un producto está de acuerdo con lo establecido en la normativa islámica.

La certificación Halal consiste en la verificación de la condición tanto de las instalaciones como del producto, durante su procesamiento, almacenamiento y transporte hasta el mercado de destino. En el caso de animales, considera la realización del ritual de sacrificio, y en el caso de alimentos, productos farmacéuticos y cosméticos, la utilización de productos, insumos e ingredientes que cumplan las especificaciones islámicas.

El término Halal, en árabe, se refiere a todo lo que está permitido y beneficia la calidad de vida del ser humano; este concepto influye en la cotidianidad de los musulmanes de manera integral ya que tiene connotaciones en aspectos como la alimentación, la higiene, el entretenimiento, el equilibrio emocional, las finanzas y los viajes.

En consecuencia, todos los productos o servicios que aprueben el proceso de *certificación Halal* lograrán el ingreso a los mercados musulmanes y captarán la atención de los consumidores. Dentro de la normativa Halal se especifican los requisitos y documentos que debe tener una organización para obtener la certificación. El procedimiento es relativamente sencillo comparado con otras certificaciones como la *Kösher*: los empresarios que tengan experiencia en ésta certificación tendrán una mayor facilidad para obtener el sello Halal, ya que estos son similares y esta última cuenta con un nivel menor de complejidad.

La certificación debe ser auditada por un profesional en estudios islámicos y que pertenezca a una entidad acreditada como el Centro de Estudios Islámicos Al Qurtubi¹ establecido en Bogotá. En este centro los empresarios colombianos se pueden asesorar para garantizar que los procesos de producción se están realizando de manera adecuada y que quien supervisa la certificación sea una persona capacitada y experta en asuntos islámicos. Las empresas que incursionen en la certificación además de entrar al mercado musulmán también podrán captar otros consumidores interesados en tener una dieta saludable. Además tendrán una certificación que es aceptada por los estándares de calidad reconocidos internacionalmente y sus productos serán percibidos de mejor calidad.

4.8 CULTURA DE NEGOCIOS

La cultura de negocios, así como las costumbres y festividades nacionales varía de acuerdo a cada país, por tal motivo, es esencial conocerlos previamente para entablar cualquier relación de negocios con una persona extranjera. En seguida se presentan algunos puntos clave que se deben tener en cuenta al momento de establecer una relación comercial en EAU.

¹ Los empresarios colombianos interesados en obtener el sello Halal, pueden acudir al Centro de Estudios Islámicos Al Qurtubi que se encuentra en la Carrera 54 No 59-04 Barrio El Quinal – Bogotá DC; Celular: (320) 3403730; Email: centroalqurtubi@gmail.com; Página Web: www.piensaislam.com.

4.8.1.1 Principios fundamentales de la cultura de negocios

Es costumbre no comenzar una reunión hablando directamente de negocios, sino que un poco de sí mismo. La puntualidad no es el fuerte de las personas locales, pero no esperan menos de los occidentales. Es importante no estar apurado. DE hecho, las negociaciones comerciales requieren paciencia y algunas reuniones pueden resultar infructuosas.

4.8.1.2 El primer contacto

La relación con el cliente en los Emiratos está fuertemente marcada por el habla. Por ello, la mejor manera de establecer un contacto es llamar directamente al representante en su teléfono móvil. Las secretarias no tienen la capacidad de fijar citas. Es inútil fijar citas con semanas de antelación, y se aconseja recordar la reunión al otro unos pocos días antes. En cualquier caso, siempre debiera haber una carta entregada a la secretaria. Es mejor fijar una reunión a través de un contacto en común. En efecto, la cultura oriental está fuertemente basada en el sistema de intercambio de servicios en una red de contactos. Por lo demás, todos los hombres de negocio importantes se reúnen semanalmente en un "majili", suerte de reunión a la que se asiste sin cita previa. Este es un lugar ideal para sociabilizar y hacer contactos claves.

4.8.1.3 Los saludos

- La fórmula de saludar es "essalamu 'aleikum", con que se desea literalmente la paz o el bienestar, y la respuesta es "wa aleikum salam". Dicho aquello, es poco común que los hombres de negocios de los Emiratos saluden a un extranjero de esta manera.

- Una vez que se le invita a pasar, retire sus zapatos si el piso del cuarto está recubierto con tapiz o alfombra.
- Si hay varias personas en el cuarto, siempre salude al mayor, y luego continúe en el sentido inverso a las manecillas del reloj.
- Las personas de los Emiratos acostumbran a guardar las manos apretadas por largo tiempo –no se sorprenda, y espere a que el otro retire su mano primero.
- Si la reunión es con una mujer, no dé la mano a menos que ella estire su mano primero. Es importante además evitar una atención prolongada. Si una mujer occidental tiene una reunión con un emiratí, no debe dar la mano directamente: debe esperar a que este dé la mano primero.
- Es importante presentar siempre la mano derecha.

4.8.1.4 *Cómo presentarse*

Los emiratíes son bastante informales con respecto a los nombres de sus visitas occidentales. Por ello, es común que un occidental sea llamado por su nombre precedido de Míster o Madame.

4.8.1.5 *Las relaciones de negocios*

La vida privada y la profesional no están separadas claramente. Por esta razón, prefieren citas cara a cara.

4.8.1.6 *Los regalos*

Los regalos no son obligatorios, pero son muy apreciados. Si se ofrece un regalo, será abierto únicamente en privado. Hay algunos regalos que no puede hacerse, como perfumes basados en alcohol, artículos en piel de cerdo, objetos que

representen perros, cuchillos o joyería de oro. Si se ofrece un regalo a un occidental, rechazarlo es muy descortés. Se debe aceptar el regalo con la mano derecha.

4.8.1.7 *Comunicación de negocios*

Antes que nada, si le ofrecen de beber, siempre acepte. Un rechazo es visto como descortés. Además, se recomienda no cruzar las piernas mostrando los talones, lo que es percibido como ofensivo.

El gesto con el pulgar hacia arriba también es considerado ofensivo. No hay que sentirse ofendido cuando un anfitrión contesta las llamadas telefónicas o deja entrar a más personas al lugar. Dicho aquello, es mejor tener reuniones si posible en el lobby de un gran hotel.

Los habitantes de los Emiratos son muy buenos negociadores, y se debe prestar más atención a lo que dicen que lo firman.

La toma de decisiones es lenta pero no servirá para nada presionar.

4.8.1.8 *Código de etiqueta.*

- No intente vestirse como la gente de los EAU, que es muy mal percibido.
- Se aconseja el traje con corbata para los hombres, y evitar las joyas vistosas.
- Las mujeres deben evitar la ropa demasiado descubierta.

4.8.1.9 *Tarjetas de visita*

Las tarjetas de presentación son corrientes pero no una obligación. Se recomienda tener una versión en árabe de la tarjeta. Hoy por hoy, un lado de la tarjeta está impreso en inglés y el otro en árabe. También se puede imprimir ambas versiones

en una cara de la tarjeta, o tener dos tarjetas diferentes (una en inglés y otra en árabe). La tarjeta siempre debe entregarse con la mano derecha. Para mayor información Página web sobre las prácticas de negocios en los Emiratos.

4.8.2 Días festivos y fiestas importantes

El año islámico está regido por el calendario lunar. En éste los meses comienzan con la luna nueva lo que ocasiona que el año islámico lunar sea 11 o 12 días más corto que el año solar. Debido a la gran importancia que tiene la religión en el diario vivir de la población de Egipto, la semana laboral es de domingo a jueves para facilitar la asistencia de la población musulmana al día de oración que es el viernes. El 15 de octubre de 2015 empieza el año islámico 1437, el cual durara hasta el 2 de octubre de 2016. A continuación se exponen algunas fechas importantes que debe tener presente al momento de programar su agenda

- ***Ras as-Sana Al-Hegriyya***: en árabe "Ras as-Sana", conmemora el inicio del calendario islámico o lunar. 15 de octubre de 2015.
- ***La navidad copta***: a diferencia de occidente, los Coptos de la Iglesia Ortodoxa Egipcia conmemoran el nacimiento de Jesucristo el 7 de enero, día 29 del mes copto Kiohk. Los 43 días previos no se ingieren productos de origen animal.
- ***El Ramadán***: tiene lugar en el noveno mes del calendario lunar islámico, los adultos musulmanes realizan ayuno desde el alba hasta la puesta del sol y es parte de los cinco pilares del Islam. Al mismo tiempo se celebra la revelación del Corán. 7 de junio al 6 de julio de 2016

- ***Al Mawlid Al Nabawi***: evoca el nacimiento del profeta Mahoma. Se lleva a cabo el día 12 del mes árabe Rabi al-Awwal. Las festividades comienzan desde el primer día del mes. 24 de diciembre de 2015.
- ***Al-Israa Wal Mirag***: el día 27 del mes lunar Rajab, se celebra el “Viaje Nocturno” y la “Ascensión” al más elevado de los cielos, del profeta Mahoma. 5 de mayo de 2016.
- ***Eid Al-Fitr***: fiesta de la ruptura del ayuno del Ramadán. Abarca los tres primeros días del décimo mes del calendario musulmán, Shawwal. Más que una celebración pública, estos días son considerados para compartir en familia. 7 de julio al 9 de julio de 2016.
- ***Eid Al-Adha***: también conocida como gran Bairam y Al Eid-al Kebir. Es la manifestación religiosa más importante del calendario. Con esta celebración, los musulmanes recuerdan que el Islam significa sumisión rememorando el sacrificio que realizaría Abraham al asesinar a su hijo para así demostrar su fe aunque tal ofrenda finalizó con la muerte de un cordero. Suele tener una duración de dos a tres días. 6 de Septiembre de 2016.

4.9 TURISMO Y GASTRONOMÍA EN EAU

4.9.1 Turismo

El patrimonio y la cultura de los EAU se pueden disfrutar en sus muchos museos y centros del patrimonio, o con visitas a los puertos de pescadores o mercados

(*souqs*), a sus astilleros, a los centros de cetrería, a los *souqs* de oro o de especias y a otros centros e instalaciones. A lo largo del año, organismos como el Club del Patrimonio de los Emiratos organizan todo tipo de actos, desde carreras de *dhow*s, carreras de remo tradicionales y carreras de camellos hasta una gran variedad de actividades que fomentan el interés por el patrimonio y la cultura de los EAU. Algunos sitios que no puede dejar de visitar en EAU son:

1. **Al Bastakiya:** Fahidi, anteriormente conocido como Al Bastakiya (su traducción literal es lugar iraní), es la zona donde se construyeron los primeros asentamientos de Dubái. El nombre original de Al Bastakiya fue Bastak, una región de Irán. Se nombró de esta manera puesto que decenas de ricos comerciantes textiles y de perlas de esa zona emigraron a Dubai a finales del del siglo XIX invitados por el emir para evitar pagar tributos al estado iraní.

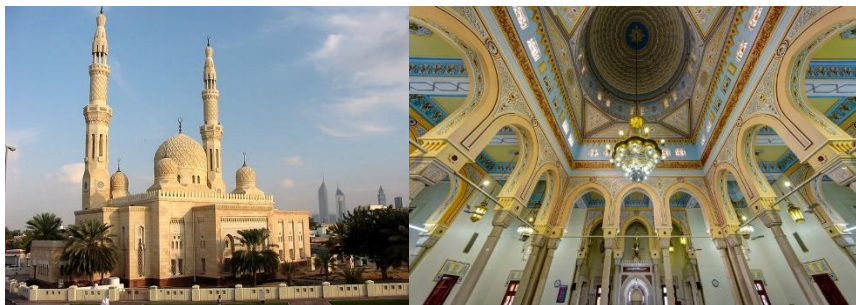


2. **Burj Al Arab:** El hotel Burj Al Arab está considerado el único hotel de 7 estrellas del mundo. Desde su construcción ha sido catalogado como el mejor hotel del planeta por muchos expertos hoteleros. Para ver que lo hace tan especial basta enumerar alguna de sus características: está construido en su propia isla artificial a 280 metros de la costa, mide 321

metros de altura, todas sus habitaciones son suites (la más pequeña de 175 metros cuadrados) y el servicio de transfer del hotel se compone de BMWs, Rolls Royce y un helicóptero privado. Su construcción duro cinco años y el hotel se inauguró en diciembre de 1999. Actualmente su estructura con forma de vela hace que sea uno de los edificios más fotografiados del mundo.



- Mezquita Jumeirah:** La Mezquita Jumeirah es la mezquita más importante de Dubái y lo es por dos razones: por su impresionante arquitectura y por ser la única mezquita a la que pueden acceder los no musulmanes. No está permitido acceder a la mezquita con pantalones por encima de la rodilla o camisetas sin mangas. Las mujeres deben cubrirse el pelo. Para entrar también es necesario descalzarse.



4.9.2 Gastronomía

A continuación se presentan algunos platos tradicionales de la comida emiratí, sin embargo, la gastronomía de EAU se considera cosmopolita donde los platillos tradicionales árabes han perdido relevancia o peso dentro de la comida típica en este país. En mayor parte gracias a la influencia extranjera y apertura internacional que ha experimentado los Emiratos Árabes Unidos durante los últimos 30 años.

Shawarma: tentempié, similar al *Kebab* turco o al *Suvlaki* griego, a base de carne de pollo o cordero.



Samosas: empanadas árabes típicas.



Humus: puré de garbanzos y sésamo.



5 QATAR

5.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES

El Estado de Qatar está situado en el suroeste de Asia, se encuentra a lo largo de la costa occidental del Golfo Pérsico. Su capital es Doha. Qatar cuenta con una extensión territorial es de 11.572 Km². El territorio incluye una serie de islotes, siendo los más importantes Halul, Shraouh y Al-Asshat.

El clima es semitropical y desértico, con estaciones: templada en primavera entre marzo y abril, un caluroso verano de mayo a octubre, que puede alcanzar temperaturas de 45 grados; un suave otoño a finales de octubre hasta noviembre y un invierno con temperaturas por debajo de los 15 grados entre diciembre y febrero.

Las lluvias son escasas y esporádicas y solo el 1% de la tierra es cultivable. Sin embargo, es muy rico en petróleo y gas. Según lo reportado en la página de estadísticas de Qatar, el PIB para el 2014 fue de USD 340 millones de dólares de los cuales alrededor de USD 146 millones fueron aportados por minas y canteras,

sin incluir el petróleo y el gas. Desde el descubrimiento en 1940 de las reservas petrolíferas, su economía se transformó por completo pasando a tener un elevado nivel de vida, modernas ciudades y uno de los PIB más alto del mundo. La moneda oficial es el Riyal Qatarí (QAR), con una tasa de cambio vigente para el 31 de diciembre del 2014 de 3,64 USD/QAR.

El idioma oficial es el árabe, aunque gran parte de la población habla inglés. Para diciembre del 2014 su población era aproximadamente 2.2 millones de habitantes, de los cuales sólo el 15% son qataríes y el 85% restante se distribuyen entre un árabes (20%), indios (18%), pakistaníes (18%), iraníes (10%), europeos (10%) y el resto entre norteamericanos y otras nacionalidades asiáticas. El número de analfabetos para el 2012 era de 7 por cada 100 qataríes y su expectativa de vida al nacer es de 79 años en promedio para las mujeres y de 77 años en promedio para los hombres.

El sistema de gobierno de Qatar, es una monarquía, el Emir HH Sheikh Tamim Bin Hamad Al Zani asumió el poder en el Estado de Qatar desde el 2013 tras la renuncia de su padre Emir HH Jeque Hamad Bin Khalifa Al Thani. En la Constitución existe una separación entre los poderes del Estado, sus competencias, derechos y libertades de los ciudadanos, entre ellos, la no discriminación, la igualdad, la prohibición a la tortura, presunción de inocencia y no retroactividad de normas penales, deberes como el respeto por las normas, orden publico moral y costumbres locales. El emir es el Jefe de Estado y de las fuerzas Armadas, quien designa al Príncipe Heredero, al Primer Ministro y al Consejo de Ministros.

El Islam es la religión oficial del país y la sharia (ley islámica) es la principal fuente de sus legisladores.

5.2 ECONOMÍA Y DEMOGRAFÍA

La economía de Qatar, al igual que la de otros países pertenecientes a la Liga Árabe, se ha desarrollado a través de la extracción y exportación combustibles, como el petróleo y el gas natural. La estabilidad económica de Qatar se ha debido principalmente al alto precio de los hidrocarburos durante los últimos años, haciendo que su PIB per cápita llegara en el año 2013 a 93.714 dólares, ubicándolo como el PIB per cápita más alto del mundo. Lo anterior lo posiciona como un país de ingreso alto y alto poder adquisitivo, sin embargo no pertenece al OCDE.

El petróleo es la piedra angular de la economía de Qatar y representa más del 7 % de los ingresos totales del gobierno, más del 60% del producto interno bruto, y aproximadamente el 85% de los ingresos por exportación. Las reservas petroleras probadas de 15 mil millones de barriles, deben asegurar una producción continua en los niveles actuales durante 23 años. Además las reservas probadas de Qatar de gas natural exceden los 7.000 Km³, representan más del 5% del total mundial, y es la tercera reserva más grande, generando que la producción y exportación de gas natural tome cada vez más importancia en la economía catari. Los objetivos a

largo plazo incluyen el desarrollo de petróleo off-shore y la diversificación de la economía.

Durante los últimos años, a raíz de la crisis mundial del 2008, el gobierno de Qatar ha incentivado la inversión extranjera en sectores no energéticos y ha realizado inversión directa en los bancos para protegerlos. Sin embargo, el petróleo y el gas siguen representando la mayor fuente de ingresos del país.

Gracias al desarrollo del sector energético, Qatar cuenta con unos de los mejores indicadores macroeconómicos de la región. Su desempleo promedio entre 2010 y 2013 se ubica en 0,5%, así mismo su inflación promedio durante los mismos años fue de 1 % y el crecimiento económico promedio fue de 10,5%. Las importaciones de bienes y servicios ascienden al 25% del PIB mientras que las exportaciones representan el 70%.

En cuanto a la demografía, para el año 2013 Qatar contaba con 2,16 millones de habitantes y una superficie total de 11.586 Km². El crecimiento promedio de la población desde el año 2010 hasta el 2014 ha sido de 6,22%. Su composición étnica consiste en 20% árabes cataríes, 20% otros árabes, 20% indios, 13% nepalíes, 10% filipinos, 5% paquistaníes, 5% esrilanqueses y 5% de otras etnias. Por su parte, la composición de la estructura religiosa está formada por 78% musulmanes, y 22% entre hindúes, cristianos y otros. Del total de la población, el 75% son hombres y el 25% son mujeres.

Respecto a los indicadores de calidad de vida, en Qatar la esperanza de vida para las mujeres es de 79 años, mientras que la de los hombres es de 78 años. Solo el

1% de la población es rural y todos los habitantes tienen acceso a agua potable. De la superficie de Qatar, tan solo el 1% es cultivable, lo que indica que probablemente no pueden producir sus alimentos por sí mismos y deban recurrir a la importación de los mismos. El gobierno de Qatar ha invertido, en promedio, 2% de su PIB en salud, desde el año 2010.

5.3 RELACIÓN BILATERAL

Las relaciones diplomáticas entre Colombia y el Estado de Qatar se establecieron el 9 de mayo de 1995. La Embajada de Colombia en Emiratos Árabes Unidos es concurrente para Qatar (Decreto 1538 de 19 de julio de 2013) y su Sección Consular está a cargo de los asuntos consulares (Decreto 1945 de 19 de septiembre de 2012). El Embajador de Colombia en EAU es el señor Roberto Vélez Vallejo. Su Excelencia el señor Battal Meajeb Al-Dosari es el Embajador no residente ante la República de Colombia.

El 15 de febrero de 2013 en Bogotá, se realizó la visita oficial del Jefe del Estado de Qatar, Su Alteza el Emir Sheik Hamad Bin Khalifa Al-Thani. El señor Presidente Juan Manuel Santos recibió al Emir de Qatar y a la Delegación qatarí. En el marco de la visita se suscribieron los siguientes instrumentos: Acuerdo de transporte aéreo, Memorando de Entendimiento en Minas, Memorando de Entendimiento en Inversión, Memorando de Entendimiento en el ámbito del deporte y Memorando de Entendimiento entre las Cámaras de Comercio de ambos países.

5.4 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN QATAR

Colombia ha tenido un crecimiento comercial continuo en las últimas dos décadas: multiplicó por cuatro sus exportaciones, por diez su recepción de Inversión Extranjera Directa y por 6 el turismo internacional que recibe. Son resultados que corroboran que nuestras empresas y regiones tienen lo que el mundo necesita, y el mundo árabe es un mercado de 800 millones de consumidores, el cual se puede empezar a conquistar a través de una de las economías de mayor crecimiento en la región: Qatar.

Durante años la balanza del comercio de mercancías de Qatar ha registrado tradicionalmente un superávit; la magnitud de ese superávit depende principalmente de la evolución del sector de los hidrocarburos, lo que ha permitido que el consumidor qatarí cuente con un alto poder adquisitivo. A continuación se presentan algunas oportunidades en Qatar:

Tabla 5. Oportunidades & Negocios de Qatar y Colombia.

<p>CONFECCIONES</p> <p>Partidas arancelarias: 6104.62 6104.32</p> <p>Arancel en Qatar: 5%</p> <p>Nota: El sector de moda ofrece perspectivas con gran potencial de crecimiento. Por un lado, el desarrollo económico que está experimentando el país ha repercutido en un mayor poder adquisitivo, por otro, se han producido cambios en los hábitos de consumo de los qataríes, abriéndose a las tendencias internacionales, lo que supone un cambio considerable de las costumbres. Las prendas de vestir tradicionales están siendo reemplazadas por diseños occidentales, tanto de alta gama como de estilo más informal o casual. Estas tendencias están altamente influenciadas por la televisión, internet y los continuos viajes al extranjero. Dado que la producción local de prendas de vestir es muy escasa, Qatar importa casi la totalidad de lo que consume. Un mercado emergente, en constante crecimiento y con una altísima demanda.</p>
<p>FLORES</p> <p>Partidas arancelarias: 0603.11 0603.12 0603.14 0603.19 0603.90</p> <p>Arancel en Qatar: 5%</p> <p>Nota: La competencia más grande para Colombia entra al mercado con una flor muy barata, proveniente de Kenya principalmente, de poca calidad y duración, pero que por sus precios son preferidas para los grandes supermercados con bastante rotación. La flor colombiana compite por su valor agregado de calidad y duración, es muy atractiva para clientes de alto perfil, hoteles y organizadores de grandes e importantes eventos.</p>
<p>INFRAESTRUCTURA</p> <p>Partidas arancelarias: N/A</p> <p>Arancel en Qatar: N/A</p> <p>Nota: Qatar está aprovechando el favorable ciclo económico para diversificar su economía, mejorar las infraestructuras y potenciar la formación de una mano de obra nacional mejor preparada y dinámica. Ofrece interesantes oportunidades comerciales y</p>

de negocio, resultado del alto volumen de proyectos que se están llevando a cabo:

- ✓ *Proyectos energéticos*: En el sector eléctrico plantas de generación y subestaciones.
- ✓ *Proyectos de infraestructuras de transportes*: Nuevo aeropuerto de Doha, red transversal de autopistas, tren ligero de Doha y puente Qatar-Bahrein.
- ✓ *Proyectos educativos*: La ciudad de la educación, con construcción, equipamiento y gestión de facultades y sistemas.
- ✓ *Proyectos Inmobiliarios*: Proyecto Lusail, Proyecto Pearl.

La elección de Qatar como sede del **Mundial de Fútbol 2022** ha incrementado las expectativas de negocio en el país, que va a experimentar una transformación tanto económica como social.

PRODUCTOS EN CUERO

Partidas arancelarias: 4201.00 6403.51 6403.59 6403.91 4201.00

Arancel en QATAR: 5% - 15%

Nota: Hay muchas oportunidades en el sector de manufacturas de cuero como **Zapatos para hombre**, los cuales pueden tener oportunidad si hay diferenciación en el diseño, además Qatar es un país que se destaca por una larga y distinguida tradición de cría de caballos árabes de raza pura y por el disfrute de las carreras de caballo, por lo tanto existe una gran oportunidad para los **artículos de talabartería** o guarnicionería para caballos (incluidos los tiros, traíllas, rodilleras, alforjas, y artículos similares), en especial los de cuero.

SNACKS

Partidas arancelarias: 0810.90

Arancel en QATAR: 5%

Nota: Los supermercados en el Oriente Medio están invadidos de papas fritas con diferentes sabores, *Cheetos* y nachos únicamente. Colombia tiene gran variedad de snacks diferente con los cuales puede competir. Ejemplo: snacks de yuca y plátano.

Fuente: ProColombia.

5.5 ¿CÓMO INGRESAR AL MERCADO DE QATAR?

Al igual que cualquier mercado, Qatar tiene sus propias directrices y requisitos relativos a las empresas extranjeras que operan en este país. A continuación se resumen las principales cuestiones. Las empresas deben saber que existen servicios adecuados en Qatar para asuntos legales, financieros y fiscales, asesoramiento empresarial, verificación de antecedentes de la empresa, y estudios de viabilidad, entre otros, que promueven los negocios en el país.

5.5.1 Aspectos técnicos para comercio con Qatar.

Todos los importadores están obligados por ley a contar con una licencia de importación, la cual es expedida sólo a quienes tienen nacionalidad qatarí. Esta disposición se aplica también a todas las entidades extranjeras que operen en Qatar. Adicionalmente, todas las carnes importadas incluyendo carne de vaca y productos avícolas, requieren un certificado sanitario expedido por el país exportador y un certificado "Halal" (que significa que es un producto permitido por el Corán).

Para desaduanar las mercancías de los puertos o fronteras de Qatar los importadores deberán presentar una variedad de documentos, incluyendo una declaración aduanera detallada, Bill of Lading (conocimiento de embarque), certificado de origen, factura pro forma y la licencia de importación.

Es muy común en Qatar que los importadores qataríes manejen sus negociaciones con precios calculados a base de C&F (costo y flete), y no en base

a CIF, ya que los comerciantes qataríes prefieren tener una cobertura de seguro previsto por un seguro local y por empresas internacionales para cubrir los daños en tránsito a las mercancías incluidas en la Carta de Crédito. En Qatar, la carta de crédito (L/C) es el instrumento de control de importaciones y exportaciones más utilizado.

Cuando una carta de crédito es abierta, el proveedor debe entregar el certificado de origen y un certificado del capitán del barco o de la empresa de transporte, declarando que el envío tiene permitido su ingreso a puertos árabes. Ambos documentos deben ser legalizados por la embajada qatarí, consulado qatarí o por una cámara de comercio habilitada en el país exportador. La mayoría de los países de Medio Oriente requieren que la documentación comercial sea certificada por una organización predeterminada antes de la legalización en la embajada o consulado.

5.5.2 Aranceles

De acuerdo con la ley N ° 41/2002, implementada de acuerdo a la ley del 01 de enero 2003 de la Unión Aduanera de los países del CCG, Qatar impone un arancel de importación del 5% sobre el valor CIF de la factura para la mayoría de los productos importados, incluyendo aquellos alimentarios. El GCC ha aprobado exenciones para aproximadamente 400 productos incluidos los productos alimentarios básicos, tales como: animales vivos, frutas frescas y verduras, productos del mar, te, azúcar, trigo, harina, arroz, cereales forrajeros, especias, semillas para la siembra y leche en polvo, las importaciones diplomáticas y consulares, militares y de productos de seguridad, aviación civil, efectos

personales y artículos de uso doméstico, equipaje y regalos de pasajeros, bienes destinados a la beneficencia, buques y otras embarcaciones para el transporte de pasajeros, plataformas flotantes, y los productos que se utilizarán para proyectos industriales. Además algunos productos también pueden ser admitidos temporalmente sin arancel de importación como lo son: productos semiterminados, productos y maquinaria a ser utilizados en exposiciones y eventos de carácter temporal, equipos importados para su reparación y muestras comerciales. Qatar también tiene un arancel del 20% para las barras y varillas de hierro, laminados en caliente de acero sin alear y barras de acero de 12 milímetros, así como el cemento. Las importaciones de urea son gravadas en un 30% mientras que los discos e instrumentos musicales son afectos en un 20%. La carne de cerdo y productos de origen porcino en general son ilegales bajo la legislación de Qatar debido a razones culturales. El tabaco y las bebidas alcohólicas están sujetos a un derecho de importación del 100%. Para el caso de los proyectos financiados por el Banco de Desarrollo Industrial de Qatar (QIDB) se les puede conceder una exención de derechos de aduana para la importación de maquinaria, materias primas y otros insumos industriales.

5.5.3 Estándares y Etiquetado:

Las actuales leyes y reglamentos del Ministerio de Asuntos Municipales y Agricultura y la Autoridad Nacional de Salud (NHA) exigen el etiquetado y marcado sobre todo si se trata de importaciones de productos alimenticios. En el marco de la Unión Aduanera del CCG, los seis Estados miembros están trabajando para la unificación de sus normas y regímenes de evaluación de conformidades. La

impresión de la etiqueta con todos los requerimientos es obligatoria para todos los productos exportados a Qatar.

Qatar aplica las normas de vida útil del CCG-GS 150/1993, Parte I y II, que combinadas afectan a 170 productos alimenticios. La vida útil que determine el fabricante se acepta para otros productos alimenticios. La producción y las fechas de caducidad deben ser impresas en la etiqueta o en el contenedor original por el fabricante. Las fechas no se pueden agregar (o modificar) después de la fabricación del producto a través de una etiqueta autoadhesiva. Los productos deben llegar a su destino con al menos la mitad de la duración de vida útil restante. Se recomienda al proveedor que trabaje en estrecha colaboración con el importador qatarí para garantizar el cumplimiento de los requisitos locales de vida útil.

Las etiquetas de los alimentos deben incluir el nombre del producto, nombre de la marca, la fecha de producción, la fecha de caducidad, el país de origen, nombre y dirección del fabricante, peso neto en unidades métricas, y una lista de los ingredientes en orden decreciente de importancia.

También debe incluir un detalle de todas las grasas y aceites utilizados, así como todos los ingredientes deben ser identificados específicamente en la etiqueta. Las etiquetas deben estar sólo en árabe o en árabe/inglés. Las etiquetas autoadhesivas en árabe son aceptadas.

5.5.4 Barreras no arancelarias:

Qatar no tiene cuotas de importación, sin embargo barreras no arancelarias surgen ocasionalmente. Cabe mencionar que Qatar se adhiere a los acuerdos de la OMC en relación con los gravámenes aduaneros y facilitación del comercio. La carne de cerdo, embutidos de cerdo y material pornográfico son ilegales en Qatar. La Empresa de Distribución de Qatar monopoliza la importación de alcohol, elementos militares y de seguridad están prohibidos a menos que se cuente con una licencia de las autoridades locales.

Todos los productos que violan las marcas también están prohibidos. Narcóticos y elementos como los que se listan a continuación también se encuentran prohibidos: Ácidos, Baterías Productos bio-peligrosos Productos químicos peligrosos, Corrosivos Cosméticos peligrosos Medicamentos sin prescripción Productos inflamables Sustancias infecciosas Oxidantes Pinturas hechas con insumos tóxicos Perfumes, peligrosos Venenos (Tóxicos) Tabaco para promoción y materiales de publicidad para tabaco Artículos de higiene peligrosos

Cualquier otro ítem ofensivo para la cultura musulmana. Qatar participa en los principales aspectos del boicot a Israel, sin embargo en Doha se encuentra una Oficina de representación comercial Israelita.

5.5.5 Puertos.

El puerto de Doha es el principal canal comercial del Estado de Qatar, a través del cual se importan todo tipo de bienes en general. El puerto se ubica en la costa este de la península de Qatar. La mayoría de los bienes importados por Qatar

llegan a través de los puertos cercanos (Dubai y Sharjah, ambos de Emiratos Árabes Unidos). Cuenta con espacio total de almacenaje de 219.500 m2 y con almacenamiento para congelados y refrigerados.

Para la línea marítima Cma-Cmg se presentan los siguientes tiempos de embarque desde distintos puertos de Colombia al puerto de Doha.

Tabla 6. Rutas de comercia Colombia-Qatar

Línea Marítima	Punto de embarque	Punto de desembarque	Conexiones	Frecuencia (días)	Tiempo tránsito (días)	Tipo de carga
Cma-Cmg	Barranquilla	Doha	Kingston Rotterdam EAU	7	45	CONT 20',CONT 40',CONT 40'R,CONT 40'HC
Cma-Cmg	Buenaventura	Doha	Panama Hamburgo EAU	7	58	CONT 20',CONT 40',CONT 40'R,CONT 40'HC, CONT 45'
Cma-Cmg	Cartagena	Doha	Hamburgo EAU	7	44	CONT 20',CONT 40',CONT 40'R,CONT 40'HC

Fuente: ProColombia.

5.6 CERTIFICACION HALAL

En Qatar, al igual que en Emiratos Árabes Unidos y el resto de países árabes, es necesaria la certificación Halal para los productos de consumo humano. Para mayor información sobre la esta certificación, ver el artículo [4.7](#).

5.7 CULTURA DE NEGOCIOS

A pesar de la percepción que se tiene de los musulmanes, no es necesario tomar precauciones extremas a la hora de tratar con ellos sin embargo existen varias recomendaciones que pueden facilitar la relación comercial a la hora de hacer negocios en Qatar.

5.7.1.1 *Vestimenta.*

Los hombres deben vestir pantalón largo y camisa, mientras que **las mujeres han de cubrirse los hombros y los brazos hasta el codo, así como las rodillas.**

5.7.1.2 *Costumbres.*

Llegar tarde a las reuniones de negocios o citas no es algo mal visto para los musulmanes, si su contraparte llega tarde no significa que no estén interesados en la propuesta o el negocio.

Las reuniones pueden ser interrumpidas, contestar los teléfonos o mensajes en plena reunión no es un problema. Si este tipo de situaciones le molesta, mantenga la calma y no se enfade.

Cuando hablan, los musulmanes suelen gesticular mucho y realizar comentarios exagerados lo que los hace parecer constantemente enfadados aunque no sea así. Además, las conversaciones se realizan en voz baja y suele haber muchos silencios, procure respetarlos. No suelen ser muy claros en sus afirmaciones por lo que un “sí” puede significar un “tal vez” así que no dé por cerrado un negocio en la primera reunión

5.7.1.3 *Primer encuentro.*

Durante el primer contacto, es el empresario qatarí el que debe señalar el tipo de saludo, bien dándose la mano (o no) si el interlocutor es hombre o bien con una pequeña reverencia si es mujer. En el primer caso, **si el empresario considera que ya se ha establecido un nivel de confianza apropiado, éste tenderá a abrazar al empresario.**

Antes de rubricar cualquier decisión, se suele compartir té y, muy habitualmente una cena. Aunque es una cultura que cierra acuerdos "de palabra", conviene que siempre quede por escrito. **Durante estas cenas o comidas no se hablan de los temas de negocios, eso se deja para el final.** La historia, el arte y los deportes son temas de conversación aconsejables.

En la cultura islámica, la familia tiene muchísima influencia. Los padres, hermanos, tíos, sobrinos, etc. participan en negocios comunes. Tanto las relaciones familiares como las de amigos, son muy fuertes y obligan a las partes a ser transparentes y protegerse en los negocios.

Otros ítems importantes que deberá recordar son: No debe servir ni le serán servidas bebidas alcohólicas; Antes de ingresar a una mezquita o casa retire sus zapatos y lentes oscuros; Para los musulmanes, al igual que los hindúes, la mano izquierda es impura. Por eso, siempre se come y se toca a las personas y cosas con la mano derecha; Los perros son animales impuros, por lo que no deben estar presentes en reuniones ni imágenes; Los pies también son considerados impuros. Consecuentemente nunca toque, mueva o señale algo con los pies. Nunca enseñe sus pies ni las plantas de sus zapatos, por lo que deberá tener cuidado al cruzar sus piernas.

5.7.2 Días festivos y fiestas importantes

El año islámico está regido por el calendario lunar. En éste los meses comienzan con la luna nueva lo que ocasiona que el año islámico lunar sea 11 o 12 días más corto que el año solar. Debido a la gran importancia que tiene la religión en el diario vivir de la población de Egipto, la semana laboral es de domingo a jueves para facilitar la asistencia de la población musulmana al día de oración que es el viernes. El 15 de octubre de 2015 empieza el año islámico 1437, el cual durara hasta el 2 de octubre de 2016. A continuación se exponen algunas fechas importantes que debe tener presente al momento de programar su agenda

- ***Ras as-Sana Al-Hegriyya***: en árabe "Ras as-Sana", conmemora el inicio del calendario islámico o lunar. 15 de octubre de 2015.
- La navidad copta: a diferencia de occidente, los Coptos de la Iglesia Ortodoxa Egipcia conmemoran el nacimiento de Jesucristo el 7 de

enero, día 29 del mes copto Kiohk. Los 43 días previos no se ingieren productos de origen animal.

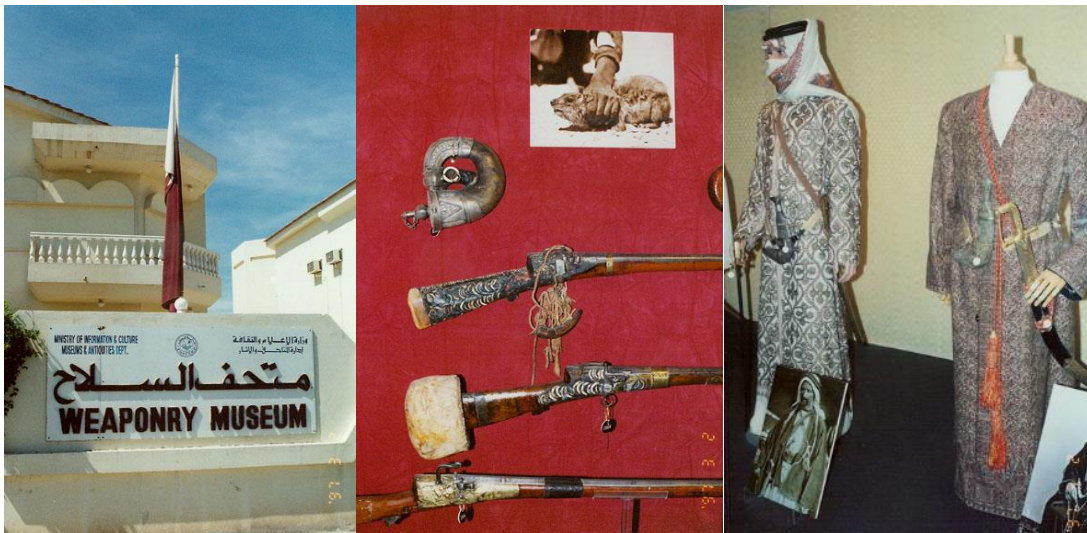
- ***El Ramadán:*** tiene lugar en el noveno mes del calendario lunar islámico, los adultos musulmanes realizan ayuno desde el alba hasta la puesta del sol y es parte de los cinco pilares del Islam. Al mismo tiempo se celebra la revelación del Corán. 7 de junio al 6 de julio de 2016
- ***Al Mawlid Al Nabawi:*** evoca el nacimiento del profeta Mahoma. Se lleva a cabo el día 12 del mes árabe Rabi al-Awwal. Las festividades comienzan desde el primer día del mes. 24 de diciembre de 2015.
- ***Al-Israa Wal Mirag:*** el día 27 del mes lunar Rajab, se celebra el “Viaje Nocturno” y la “Ascensión” al más elevado de los cielos, del profeta Mahoma. 5 de mayo de 2016.
- ***Eid Al-Fitr:*** fiesta de la ruptura del ayuno del Ramadán. Abarca los tres primeros días del décimo mes del calendario musulmán, Shawwal. Más que una celebración pública, estos días son considerados para compartir en familia. 7 de julio al 9 de julio de 2016.
- ***Eid Al-Adha:*** también conocida como gran Bairam y Al Eid-al Kebir. Es la manifestación religiosa más importante del calendario. Con esta celebración, los musulmanes recuerdan que el Islam significa sumisión recordando el sacrificio que realizaría Abraham al asesinar a su hijo para así demostrar su fe aunque tal ofrenda finalizó con la muerte de un cordero. Suele tener una duración de dos a tres días. 6 de Septiembre de 2016.

5.8 TURISMO Y GASTRONOMIA

5.8.1 Museo del armamento.

El Museo del Armamento, se ubica en Al Luqta, y exhibe una amplia selección de espadas de oro, propias de la región, así como tradicionales dagas curvas o *khunjars*, además de armas antiguas y armaduras que se remontan al siglo XVI.

Dentro de este museo, hay más de 2.300 exposiciones. Aquí, las armas disponibles se dividen en dos categorías. La primera categoría incluye a las armas individuales, tales como pistolas o rifles, de todas formas y tamaños, además de espadas, flechas y cubre cabezas, sin contar con las armas de defensa utilizadas para proteger a los caballos contra el fuego, una ametralladora antigua y varias obras de arte y armas que datan de antiquísimas batallas.



La segunda categoría de armamento en exhibición, está compuesto de armas grandes y pesadas que fueron usadas por los guerreros, que testimonian el desarrollo de la adquisición de armas y entrenamiento del ejército. El museo solo

atiende pequeños grupos, por lo que hay que reservar o contratar un paseo a través de un operador local, que hará una cita.

5.8.2 Museo de arte islamico.

El Museo de Arte Islámico en Doha, la capital de Qatar, inaugurado en noviembre del 2008, es el último gran proyecto del laureado arquitecto Ieoh Ming Pei, no solamente porque es el más reciente, sino porque, a sus 91 años, el maestro ha anunciado que es el último proyecto de envergadura que ejecuta en su larga y galardonada carrera, premiada con un Pritzker en 1983.

La bahía de Doha es una conformación geográfica semicircular donde se alojan los más importantes servicios y el centro financiero de esta ciudad. En un extremo de la bahía, se ubica el museo en medio del agua, enmarcado por un amplio malecón curvo, llamado Al-Corniche. El museo descansa en su propia isla, por lo que su reflejo en el agua es visto desde toda la bahía. De hecho, para llegar al edificio hay que atravesar un puente.



El arte islámico prescinde de representaciones de la figura humana, por mandamiento expreso en el Corán (aunque en la práctica en todos los países musulmanes que he visitado las fotos y pinturas de los reyes, príncipes y emires de turno aparecen por doquier). Debido a esta prohibición, la caligrafía, motivos florales y geométricos aparecen como motivos recurrentes en el arte islámico.



5.8.3 Gastronomía.

La típica comida qatarí siempre estuvo emparentada, no sólo con las de sus vecinos árabes, con las comidas asiáticas en general, logrando una fusión con la gastronomía de India e Irán fundamentalmente. Pero dada su tradición portuaria el pescado y los frutos de mar siempre han sido ingredientes predilectos. Como todo pueblo musulmán, se abstienen de consumir cerdo y de beber alcohol y utilizan mucho en sus platos las manzanas ácidas y los frutos secos.

Entre los platos típicos se encuentran:

- **El Machbous:** especie de risotto muy condimentado con carne o mariscos.
- **Harees:** pasta de harina de trigo y cordero.
- **EshEsaraya:** tarta de queso y crema.

- **Umm Ali:** delicioso budín de pan con nueces y pasas de uva.
- **Mehalabiya:** flan con pistachos, perfumado con agua de rosas.



La interpretación de la Ley del Corán no es en Qatar tan extrema como en otras regiones y el alcohol es medianamente tolerado en los extranjeros. Los turistas pueden beberlo en los restaurantes y clubes nocturnos (no se encontraran en un residencial o tienda de barrio). Los extranjeros poseen una credencial que les permite adquirir alcohol al organismo estatal que es el único habilitado para su comercialización.

6 CONCLUSIONES

Emiratos Árabes Unidos, cuenta con un PIB per cápita de USD 49.000, ubicándose por encima del PIB per cápita de otros países ricos como USA y se ubica entre los 7 países más ricos del mundo. Lo anterior representa un mercado muy interesante, con gran potencial de comercio para Colombia, en el cual hay suficiente dinero para demandar distintos tipos de productos, sobretodo de lujo. Si bien Colombia no tiene a EAU entre sus principales socios comerciales, ha habido un incremento en el intercambio entre ambos países durante los últimos años, haciendo que la balanza comercial con este país, para Colombia, sea superavitaria. Los principales productos que se exportan hacia EAU son aceites crudos, microscopios, cordeles, cuerdas y cordajes, anestésicos y bombones caramelos y confitería; por su parte, los principales que se importan son recipientes de fundición, maquinas polipropileno y parte de aviones o helicópteros. Los tres departamentos que más participación han tenido en el comercio con EAU son Antioquia, Bogotá D.C. y Valle del Cauca, en ese orden. Por su parte, las oportunidades para exportadores colombianos que se han encontrado son la *joyería*, en oro, siendo este país el primer consumidor mundial de joyas, las *flores*, sobre todo por la calidad y durabilidad de éstas, los *productos congelados*, carne y pollo congelados principalmente por su alta demanda en este país, pero no frutas, *dulces blandos, duros y confitería*, sobretodo Premium o gourmet, *frutas exóticas*, como granadilla, figo, uchuva y pitahaya y *snacks*, como de yuca y plátano.

Por su parte, Qatar también es un país muy atractivo para comerciar, dado su alto PIB per cápita, USD 93.714, ubicándose entre los 3 países más ricos del mundo y con mayor demanda de productos de lujo y para consumo. A pesar de su poca población, este mercado también es muy atractivo para Colombia, pues hay oportunidad de exportar productos de calidad a alto costo. Las principales oportunidades para colombianos que estén interesados en exportar hacia Qatar son *confecciones*, el sector de moda y textiles ofrece perspectivas con gran potencial de crecimiento ya que la confección en Qatar muy escasa y debe importar casi la totalidad de confecciones que consume, al igual que en EAU, las *flores* también representan una oportunidad por la calidad y durabilidad de las flores colombianas y su alta demanda en dicho país, la *infraestructura* en Qatar es un sector en crecimiento, por lo que exportar tanto productos como servicios relacionados con el mejoramiento y construcción de éstas representa un gran mercado, *los productos en cuero*, como zapatos para hombres o artículos de talabartería también ofrecen una oportunidad de exportación, finalmente, los *snacks*, al igual que en EAU, como de yuca y plátano tienen oportunidad en el mercado qatarí.

Con las anteriores oportunidades y condiciones de mercado, se puede evidenciar que existen oportunidades reales para los exportadores colombianos en ambos países, y que USA y Europa no son los únicos posibles destinos de exportación para Colombia; a pesar de las diferencias regionales y culturales, se puede establecer un acercamiento cultural y de negocios entre estos países y efectuar

transacciones de bienes y servicios que conlleven a beneficios económicos para los países.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2015). *Cuentas nacionales*. Tomado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015). *Base de datos de comercio exterior BACEX*. Tomado de: <http://bacex.mincit.gov.co/>
- National Bureau of Statistics of United Arab Emirates (2015). *Statistics by subject*. Tomado de:
<http://www.uaestatistics.gov.ae/ReportsByDepartmentEnglish/tabid/104/Default.aspx?MenuId=1>
- Procolombia (2015). *El periódico de las oportunidades*. Tomado de:
<http://www.procolombia.co/publicaciones/periodico-oportunidades-sexta-edicion-marzo-2015>
- Qatar Information Exchange (2012). *Annual Statistical Abstract*. Tomado de:
<http://www.qix.gov.qa/portal/page/portal/QIXPOC/Documents/QIX%20Knowledge%20Base/Publication/General%20Statistics/Annual%20Abstract>
- World Bank (2015). *World Bank Data*. Tomado de: <http://data.worldbank.org/>