



**CEI** Dirección Nacional  
Centro de Economía  
Internacional

# ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

## EMIRATOS ÁRABES UNIDOS



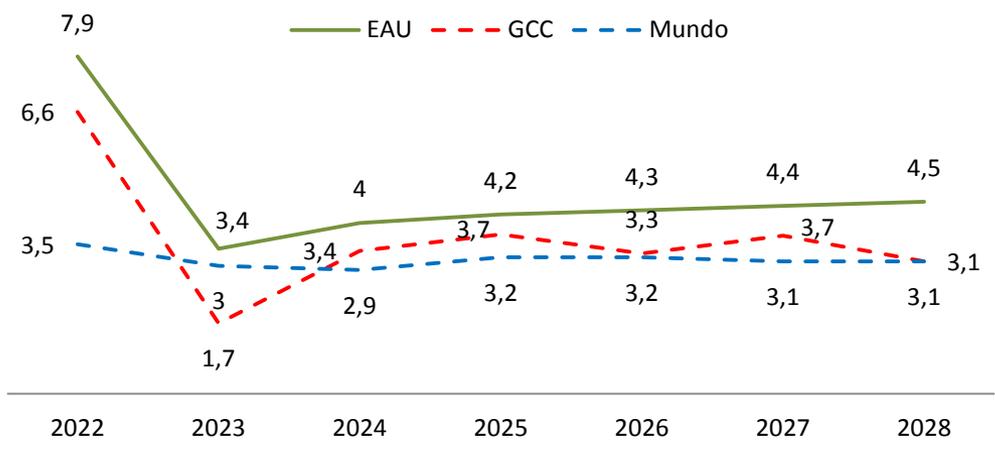
Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto  
República Argentina

Filmina 2	Resumen ejecutivo
Filmina 3, 4, 5 y 6	Economía
Filmina 7	Población
Filmina 8, 9 y 10	Consumo
Filmina 11 y 12	Comercio exterior
Filmina 13	Certificación halal emiratí
Filmina 14, 15, 16 y 17	Mercados abiertos para exportación de productos alimenticios y agropecuarios
Filmina 18, 19, 20 y 21	Alimentos y productos agropecuarios
Filmina 22 y 23	Alimentos y productos agropecuarios: carnes
Filmina 24, 25 y 26	Alimentos y productos agropecuarios: carne bovina
Filmina 27 y 28	Alimentos y productos agropecuarios: carne aviar
Filmina 29 y 30	Alimentos y productos agropecuarios: carne ovina/caprina
Filmina 31, 32 y 33	Alimentos y productos agropecuarios: productos lácteos
Filmina 34, 35, 36, 37 y 38	Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (frescas o refrigeradas)
Filmina 39 y 40	Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (procesadas)
Filmina 41 y 42	Alimentos y productos agropecuarios: vinos y otras bebidas alcohólicas
Filmina 43	Agronegocios: seguridad alimentaria
Filmina 44, 45 y 46	Agronegocios: oportunidades
Filmina 47 y 48	Sector Farmacéutico/Salud
Filmina 49	Anexo : propuesta de Acuerdo MERCOSUR – Emiratos Árabes Unidos
Filmina 50	Enlaces y contactos de interés

- Se trata de la segunda economía de la región del Golfo; en los próximos años estará creciendo a una tasa por encima del promedio regional y mundial. El emirato de Abu Dhabi es la principal economía dentro de los EAU. Tanto el PIB como el PIB per cápita estarán creciendo en los próximos años a tasas anuales promedio de ~5% y 3%, respectivamente.
- Los servicios son el principal sector económico. Los EAU avanzan hacia la diversificación económica y menor dependencia en los hidrocarburos. De todos los Emiratos, Abu Dhabi es el que tiene la economía más diversificada.
- Es el segundo país en número de habitantes dentro del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), con una tasa promedio de crecimiento poblacional de 2% para los próximos años; ~70% de la población concentrada en dos emiratos (Dubai y Abu Dhabi). Se trata de un país con una sociedad multiétnica y un consumidor muy variado en cuanto a sus preferencias e ingresos de acuerdo al grupo étnico, con muy buena aceptación de los productos occidentales, enfocado hacia aquellos que son saludables y nutritivos.
- Es un mercado con déficit en la producción de alimentos por lo que la demanda tiene que ser cubierta con importaciones debido a su baja autosuficiencia (importa ~90% de sus necesidades en alimentos y productos agropecuarios). Se proyecta un incremento del consumo de alimentos a futuro (carnes, verduras y cereales son los que tienen mayores tasas estimadas), y una demanda de alimentos en crecimiento, especialmente en lo que hace a alimentos saludables y orgánicos.
- En el rubro de alimentos y productos agropecuarios existen muy buenas oportunidades en carnes de calidad premium (bovina, aviar y ovina/caprina); productos lácteos innovadores, funcionales (probióticos), proteicos, orgánicos y quesos (duros); frutas y verduras (frescas o refrigeradas) especialmente orgánicas; conservas de frutas y verduras; y vinos orgánicos y biodinámicos (dirigidos al sector Ho.Re.Ca y de expatriados).
- Existen muy buenas perspectivas y oportunidades comerciales en el sector de los agronegocios, en el marco de los objetivos establecidos en la “ENSA 2051” para el mejoramiento de las actividades vinculadas a la agricultura, poscosecha y distribución de la producción agrícola mediante la provisión de paquetes tecnológicos y de servicios.
- El sector farmacéutico y de salud es muy dependiente de las importaciones, con muy buenas proyecciones de crecimiento para los próximos años. Las importaciones y ventas de productos farmacéuticos se incrementarán a futuro; es un importante *hub* que permite la reexportación hacia otros mercados más pequeños.

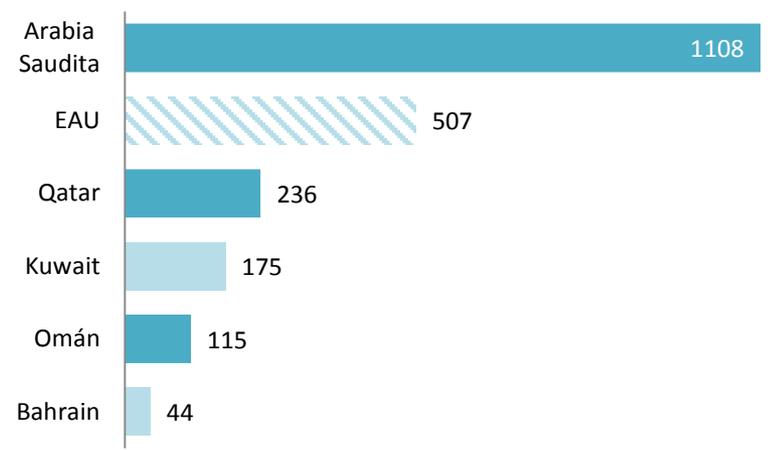
Segunda economía de la región del Golfo; en los próximos años crecerá a una tasa por encima del promedio regional y mundial; Abu Dhabi es la principal economía dentro de los Emiratos Árabes Unidos (EAU).

**Tasa de crecimiento del PIB real**  
(variación % anual)

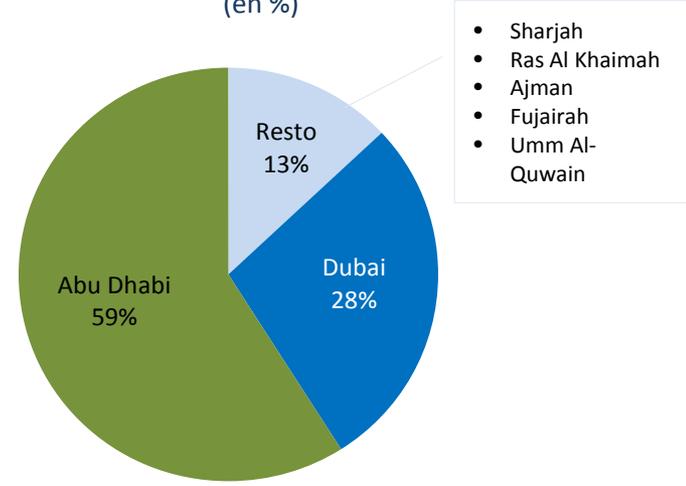


Caída del PIB en 2023 explicada por la **evolución del sector petrolero** (recorte de cuotas de producción por parte de la OPEP+).

**PIB de las economías del Consejo Cooperación del Golfo**  
(US\$ miles de millones, precios corrientes - 2022)



**Participación en el PIB por Emirato**  
(en %)

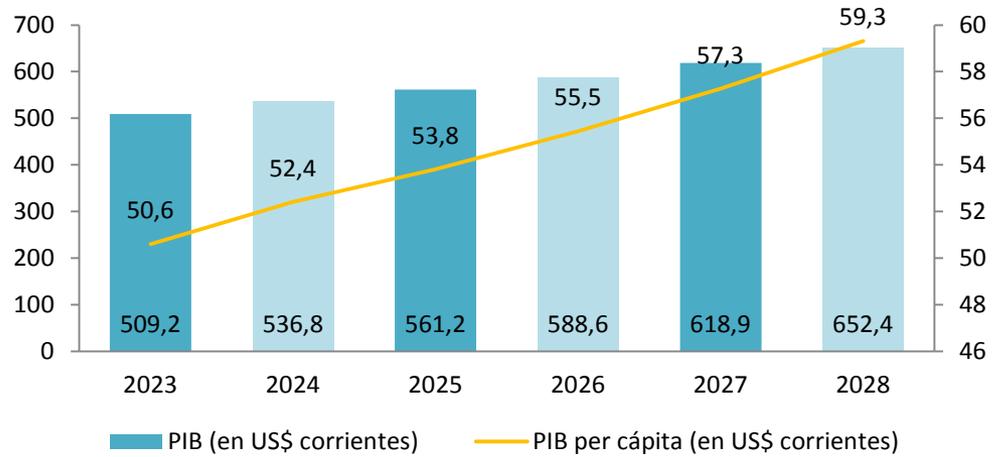


DATOS BÁSICOS (2022)	
<b>Población total</b>	9,9 millones
<b>Población urbana</b>	8,2 millones (83% del total)
<b>PIB (p. corrientes)</b>	US\$ 507.000 millones
<b>PIB per cápita (p. corrientes)</b>	US\$ 51.400

Crecimiento del PIB y PIB per cápita para los próximos años a tasas anuales promedio de ~5% y 3%, respectivamente.

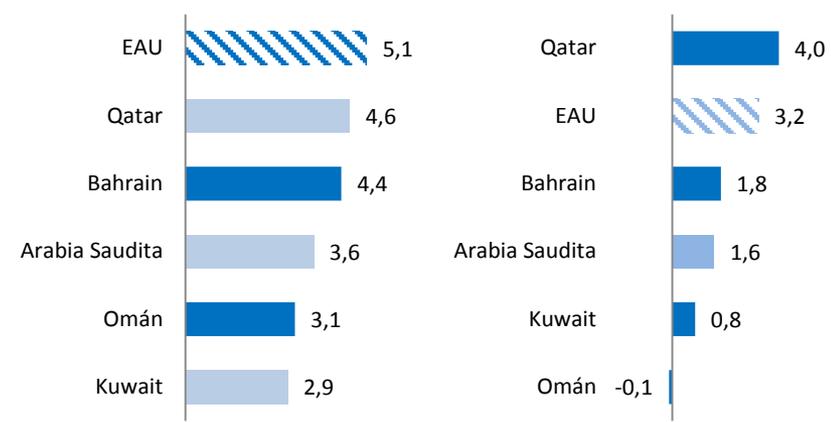
## Proyección del PIB y PIB per cápita 2023-2028

(PIB en US\$ miles de millones, PIB per cápita en US\$ miles – precios corrientes)



## Tasa crecimiento promedio del PIB y PIB per cápita en CCG

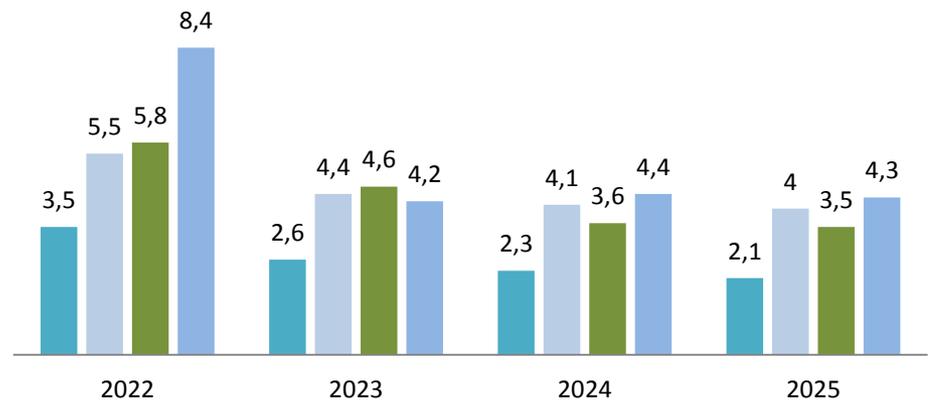
(en % - 2023/28 – por país)



## Proyección evolución componentes de la demanda

(como % del PIB)

Consumo (Público) Consumo (Privado) Inversión Exportaciones

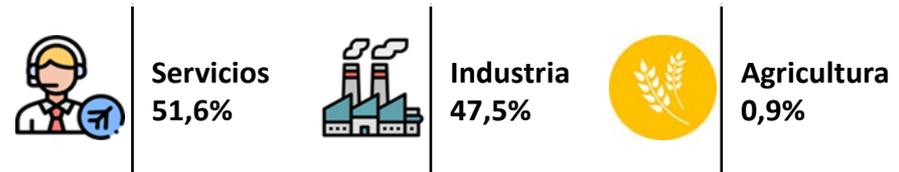


Crecimiento del PIB per cápita impulsado por las reformas aplicadas para aumentar la competitividad del país y que están atrayendo a trabajadores altamente calificados (crecimiento de los ingresos de los consumidores y el consumo de alto valor).

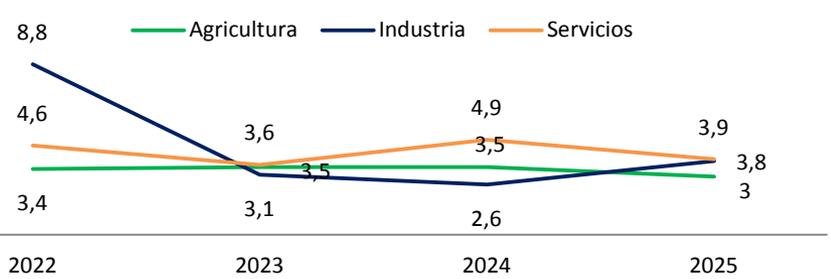
- **Alta desigualdad de ingresos** (emiratíes nativos y expatriados calificados tienen ingresos elevados mientras que los trabajadores inmigrantes poco calificados poseen ingresos bajos).
- Se espera que el **consumo privado** se vea **potenciado** en los próximos años por el **regreso pospandemia de trabajadores extranjeros** en 2022-23 –que impactará en la **demanda de mano de obra**– y se vean los **resultados del fomento a la entrada de residentes e inversiones extranjeras** (concesión de visados de larga duración y posibilidad de establecer empresas, fuera de zonas francas, donde el propietario extranjero pueda tener el 100% del capital social).

# Economía

Servicios es el principal sector económico. La economía avanza hacia diversificación económica y menor dependencia de los hidrocarburos; de todos los Emiratos, Abu Dhabi tiene una economía más diversificada.



**Proyección de crecimiento del PIB real**  
(en % - por sector económico)



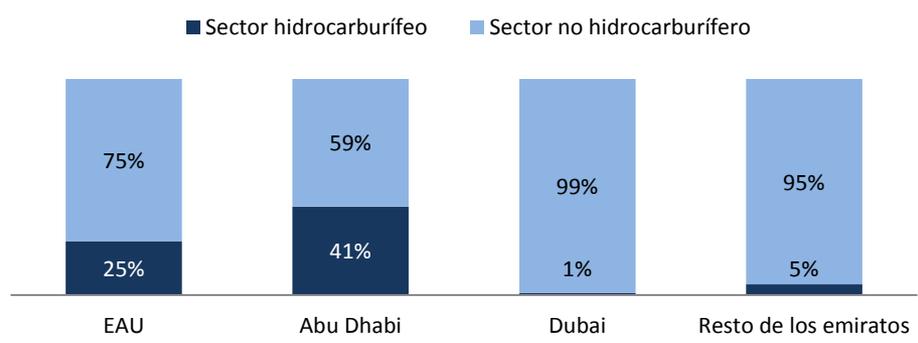
**EAU mantiene su papel como centro regional** para el comercio, las finanzas y los viajes, impulsado por **los avances en la diversificación económica y la reducción de la dependencia de los hidrocarburos.**

**Agricultura:** contribuye **0,9% del PIB** y emplea al 1% de la fuerza laboral (importa ~85% de los alimentos).

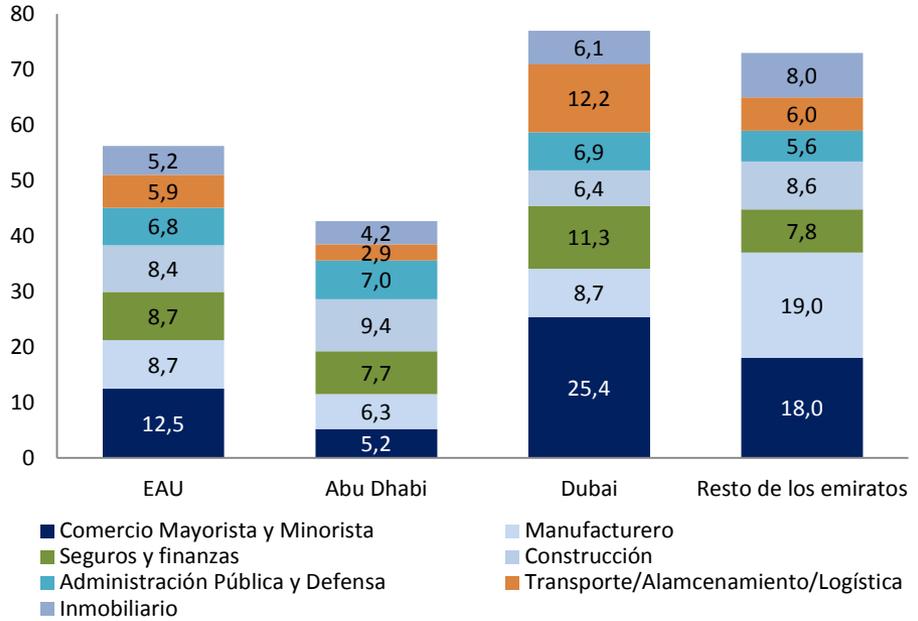
**Industria:** representa **47,5% del PIB** y emplea al 34% de la fuerza laboral. Las **actividades manufactureras han experimentado fuerte crecimiento en los últimos años** (procesamiento de metales, muebles, industria de alimentos, producción de aluminio, materiales de construcción, fertilizantes, industria petroquímica, fibra de vidrio y bienes raíces).

**Servicios:** aporta **51,6% del PIB** y emplea al 64% de la fuerza laboral. Los **principales subsectores son:** comercio exterior, transporte aéreo, actividades financieras y turismo.

**Composición sectorial del PIB**  
(en % - por emirato)



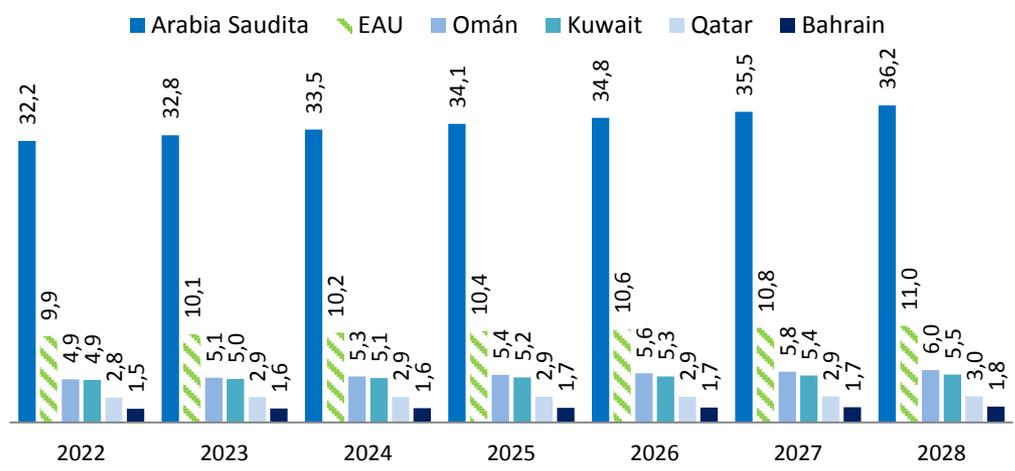
**Contribución al PIB de los sectores no hidrocarburiíferos**  
(en % del PIB – por emirato)



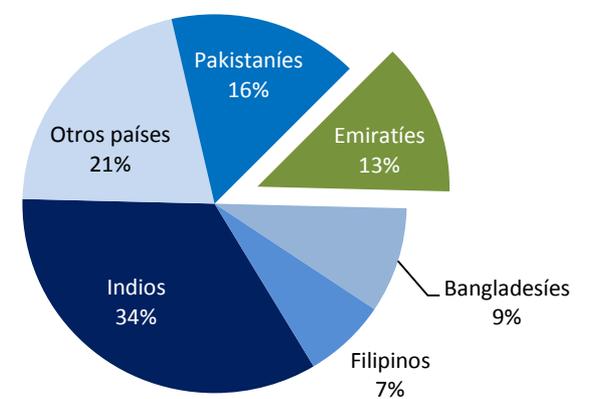
# Población

Es el segundo país en número de habitantes dentro del CCG, con una tasa promedio de crecimiento poblacional de 2% para los próximos años; ~70% de la población concentrada en dos emiratos (Dubai y Abu Dhabi); se trata de un país con una sociedad multiétnica.

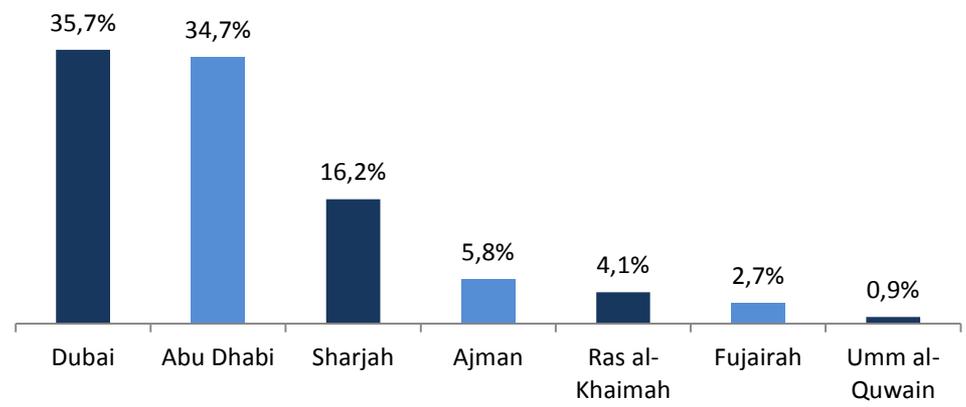
**Proyección poblacional en países del CCG**  
(en millones de personas)



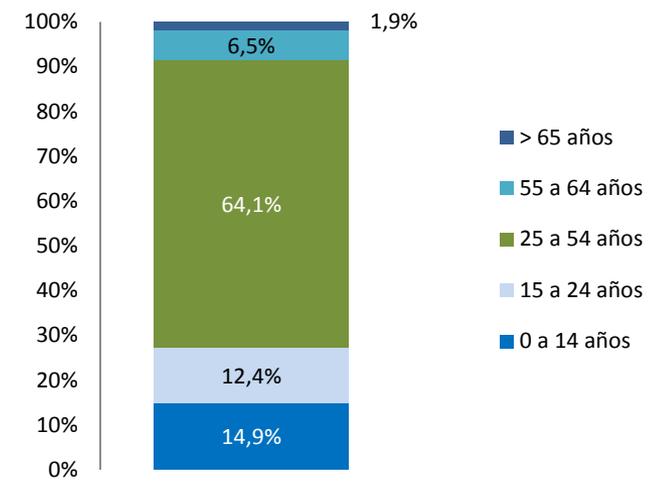
**Composición de la población emiratí por nacionalidad**  
(como % población total)



**Distribución de la población en EAU, por emirato**  
(como % población total)



**Composición de la población emiratí por edades**  
(como % población total)



Consumidor muy variado en cuanto a sus preferencias e ingresos de acuerdo al grupo étnico al que pertenece.



No existe un perfil de consumidor “general” sino distintos perfiles para diferentes grupos; esto tiene un fuerte impacto en el carácter y preferencias del consumidor. El **consumidor** puede dividirse en **tres grandes grupos**:

- 1) **EMIRATÍES**: poco más del **13% de la población**, cuentan con **salarios altos** (el ingreso promedio de una familia nativa en Dubai puede llegar a ser el doble de una que no lo es), sus compras se enfocan hacia **artículos de lujo y de calidad premium**;
  - 2) **EXPATRIADOS DE ALTOS INGRESOS**: compuesto **mayoritariamente** por la **comunidad de países occidentales (principalmente británicos)**, **~8% de la población total**, cuentan con **ingresos altos** lo que les permite ser **consumidores que desarrollan algunos gustos por el lujo y estimulan la demanda de productos alimenticios premium**;
  - 3) **RESIDENTES DE OTROS PAÍSES DEL GOLFO y MAGREB**: son generalmente de clase media, a veces disfrutan de un poder adquisitivo bastante cómodo y, por tanto, representan un objetivo para los productos importados.
  - 4) **EXPATRIADOS DE BAJOS INGRESOS (~50% de la población total, mayoritariamente de origen indio)**: se encuentran generalmente (**empleados**) y **se desempeñan en empleos menos calificados**, gastan la mayor parte de sus ingresos en comida, alojamiento (a menudo compartido) y otros artículos de primera necesidad, el resto de sus ganancias las envían como remesas a sus países de origen.
- **Cada categoría de consumidor reacciona de diferente manera al factor precio de los productos importados** (para tratar de tener el **mayor acceso al mercado emiratí de alimentos** hay que contemplar una **oferta o gama de productos y precios** que permita llegar a la mayor cantidad de consumidores).
  - **Los consumidores de los tres mayores emiratos (Dubai Abu Dhabi, Sharjah) tienden a hacer sus compras en hipermercados o en línea** (solo acuden a pequeños negocios y tiendas de conveniencia para necesidades alimentarias de última hora).
  - El **gasto anual de los consumidores ronda ~US\$ 14.500 per cápita** (~12% se dedica a **alimentos**; 25% de este gasto corresponde a **carnes**, 17% a **panes y cereales**, y 14% a **productos lácteos**).
  - El **costo de una canasta básica de alimentos (dieta occidental) ronda entre US\$ 245–US\$ 257 por mes/persona (Dubai/Abu Dhabi)**, mientras que para una **dieta estilo asiático** se estima en **US\$ 180. Sueldo anual promedio: US\$ 70.000 (Dubai) - US\$ 69.000 (Abu Dhabi) – US\$ 67.000 (Sharjah)**.

Consumidor con muy buena aceptación de los productos occidentales, enfocado hacia aquellos que son saludables y nutritivos.



- Hay un cambio en los patrones de consumo debido a una mayor conciencia sobre los problemas de salud.
- Las autoridades de los EAU están tratando de promover un estilo de vida más saludable para la población con iniciativas como el establecimiento de un sistema de etiquetado en la parte frontal de los envases, reducción del 20% del contenido de azúcar de los productos alimenticios y el lanzamiento de la plataforma en línea “Foodwatch” (destinada a facilitar el intercambio de datos y buenas prácticas entre autoridades, empresas del sector alimentario y consumidores).

## SEIS TENDENCIAS ESTÁN MARCANDO LAS PAUTAS DE CONSUMO EN LOS EAU

- 1 Se trata de un **consumidor siempre dispuesto a probar/incorporar nuevos ingredientes y sabores, principalmente occidentales y que representen nuevas experiencias.**
- 2 Altos ingresos per cápita (emiratíes y expatriados occidentales) se traducen en **elevada demanda de productos alimenticios premium provenientes de occidente.**
- 3 Alto nivel de urbanización (86% de la población) y estilo de vida marcadamente exigente a nivel laboral empujan con más fuerza la **demanda de productos alimenticios de conveniencia** (pre preparados, congelados, listos para consumir).
- 4 **Mayor conciencia nutricional: demanda más variada de productos** (productos orgánicos y alimentos para determinadas intolerancias como diabetes y celíacos, alimentos para la salud intestinal). **Alimentos congelados saludables:** se ubican entre las **cinco principales tendencias alimentarias**, así como alimentos veganos y de origen vegetal, bebidas de colágeno y suplementos probióticos (aunque el sabor y el precio siguen siendo los principales factores de elección).
- 5 **Crecimiento de la demanda de productos de nutrición deportiva** (proteínas en polvo, barras de proteínas, productos listos para beber, productos para el control de peso y suplementos para la salud).
- 6 Los **snacks tienen fuerte crecimiento en el consumo** (~50% de la población los consume regularmente entre comidas), especialmente los **snacks nutritivos** para llevar (frutas y frutos secos, cereales integrales son de los más consumidos).

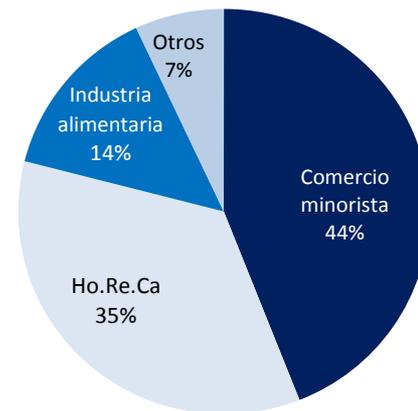
Sector minorista moderno de distribución de alimentos en crecimiento, principalmente aquellos que comercializan productos importados; sector Ho.Re.Ca de importancia y calidad impulsado por el turismo internacional.



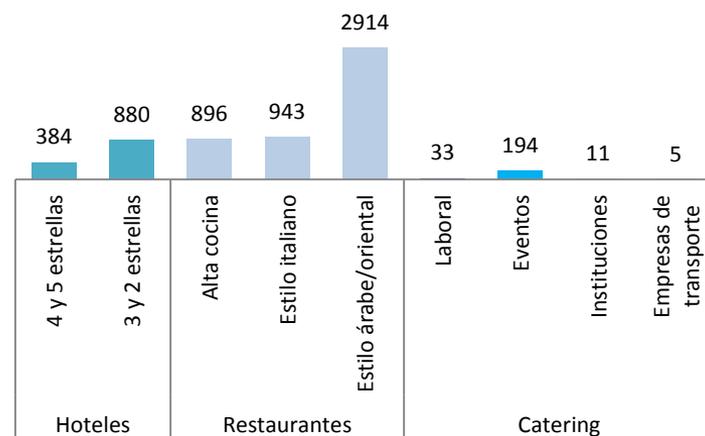
El sector minorista de alimentos viene creciendo desde la última década a través de la apertura de grandes hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y minoristas en línea. El consumo interno representa ~65% del total.

- Sector dominado por los productos importados (los alimentos producidos localmente representan ~1/4 parte de los productos alimenticios disponibles en los comercios minoristas).
- En 2022, las ventas de productos comestibles alcanzaron ~US\$ 19.600 millones (~5,4% de crecimiento i.a.); representan ~34% (US\$ 20.000 millones) de todo el mercado minorista valuado en ~US\$ 58.000 millones; 56% de las ventas de productos comestibles se canalizan a través de hipermercados y 20% en supermercados.
- El sector se clasifica en dos grandes grupos: comercio moderno (hipermercados, cadenas regionales de alimentos, mercados exprés, negocios especializados, negocios de conveniencia y tiendas en línea) y tradicional. El comercio moderno representa ~82% de la distribución de productos alimenticios envasados (especialmente en Dubai y Abu Dhabi). El tradicional incluye servicios de comercio directo y pequeños puestos independientes (*baqala*) enfocados en las necesidades domésticas inmediatas y en productos comestibles de alta rotación; es más popular en la parte antigua de Dubai y en los Emiratos del norte (~9% de la distribución de productos alimenticios envasados).
- El sector Ho.Re.Ca es el segundo de importancia en la región del Golfo (después de Arabia Saudita); representa ~1/3 de las ventas de productos alimenticios (~US\$ 12.300 millones en 2021, crecimiento i.a. de ~17%). La industria hotelera constituye uno de los principales lugares de consumo debido a la disponibilidad de bebidas alcohólicas. Los EAU son un centro culinario de la región por su infraestructura bien desarrollada y su diversidad cultural. El sector de servicios de alimentación es muy dependiente de la importación de productos y cuenta con una oferta de cocina para más de 200 nacionalidades diferentes.

Distribución del consumo interno (en % del total)



Principales sectores Ho.Re.Ca (en número de establecimientos)



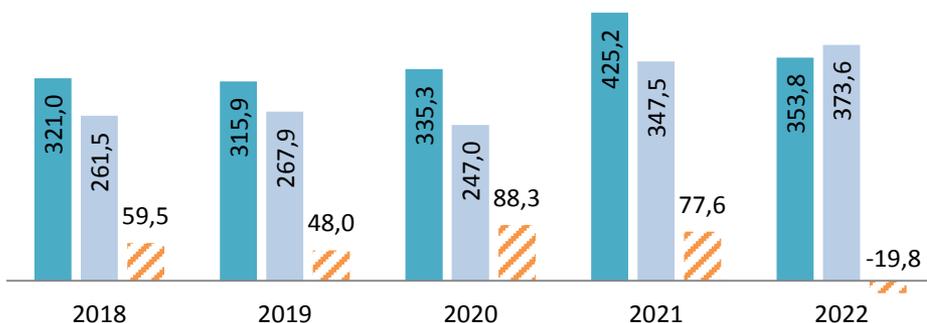
# Comercio exterior

Balanza comercial con saldo negativo en 2022; déficit comercial en manufacturas y productos agrícolas. Para los próximos años las exportaciones crecerían a un ritmo mayor que las importaciones.

## Comercio exterior de EAU

(en US\$ miles de millones – datos TradeMap)

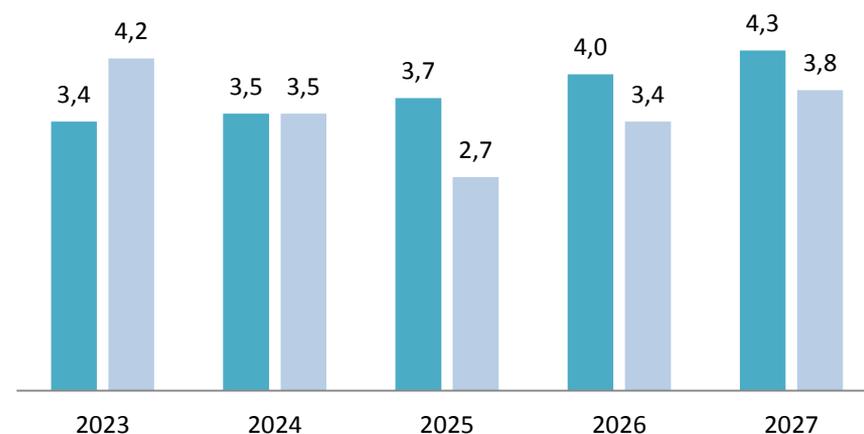
■ Exportaciones ■ Importaciones ■ Saldo comercial



## Proyección del comercio exterior de bienes y servicios

(variación i.a. en % – datos FMI)

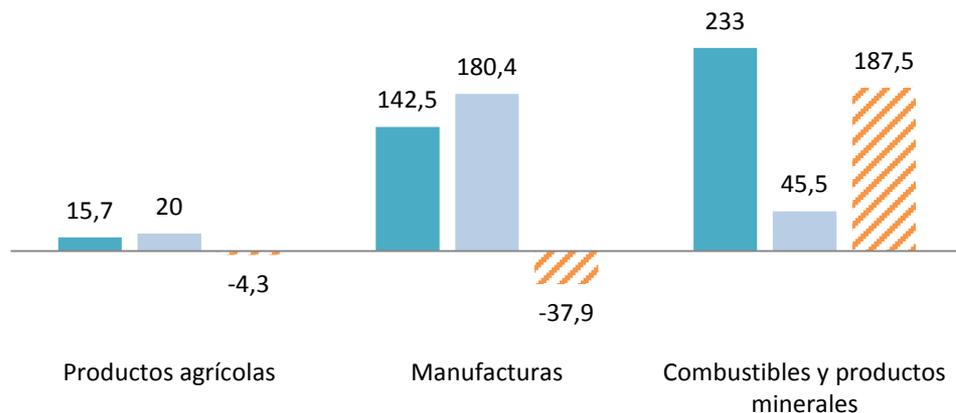
■ Exportaciones ■ Importaciones



## Composición del comercio exterior por grupos de productos

(en US\$ miles de millones, 2021 – datos OMC)

■ Exportaciones ■ Importaciones ■ Saldo comercial



Es una **economía muy abierta al exterior**, el índice de **apertura comercial** en 2022 fue de **143%**.

En los últimos cuatro años, las **importaciones crecieron a un ritmo mayor que las exportaciones** (tasa anual promedio de 9% contra 3%, respectivamente).

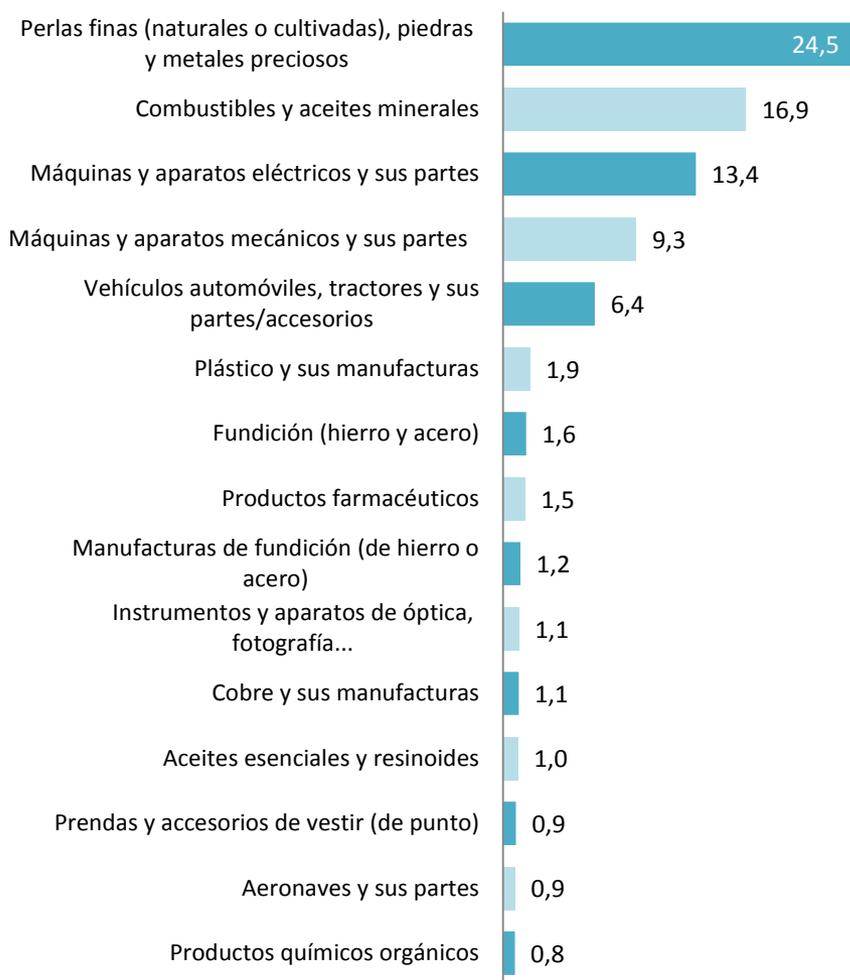
**Fuerte peso de las exportaciones de hidrocarburos y sus derivados** (~55% de las exportaciones totales, conforme estadísticas de la OMC).

# Comercio exterior

Importaciones totales por valor ~374.000 millones (25% concentradas en perlas, piedras y materiales preciosos); los primeros 15 productos importados representan ~83% de las importaciones totales. Exportaciones diversificadas en cuanto a los mercados de destino, ~43% de las importaciones representadas en los diez primeros mercados de origen.

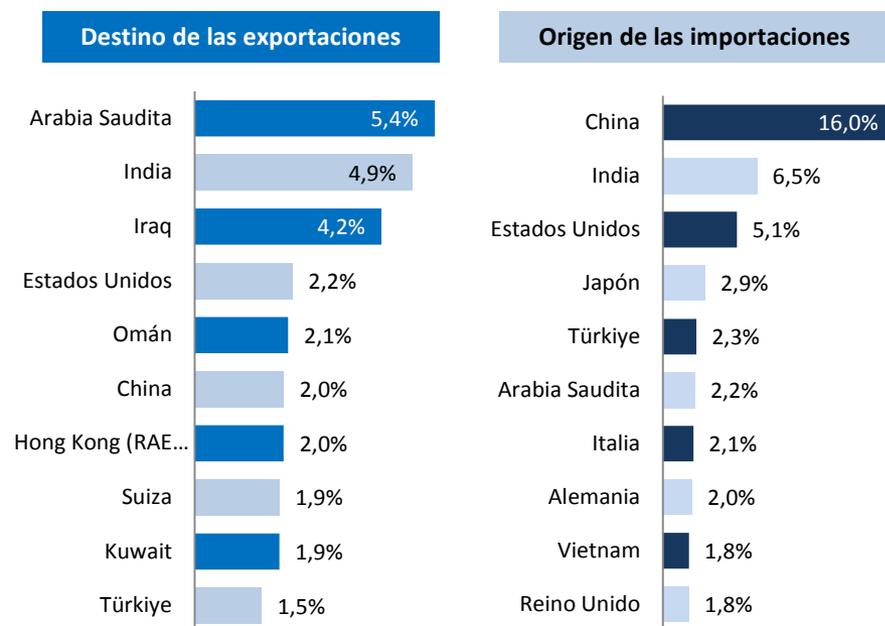
## Importaciones, por principales productos

(en % del total - 2022)



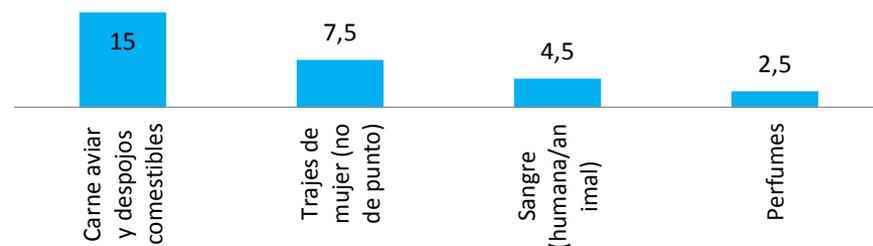
## Distribución geográfica del comercio emiratí

(en % del total - 2022)



## Principales productos importados de la economía halal

(en US\$ miles de millones – 2021)



La **Autoridad Emiradí para la Estandarización y Metrología** (ESMA, por su sigla en inglés) es la institución encargada del establecimiento de los estándares nacionales y del logo nacional oficial halal.

El **certificado halal** debe ser **emitido únicamente por un organismo de certificación en el país de origen, y el organismo de certificación debe estar registrado en la ESMA.**

**Si no existe un organismo de certificación registrado por la ESMA en el país de origen,** el certificado puede ser emitido por el organismo de certificación registrado por la ESMA en un país vecino.

La **última lista actualizada de organismos de acreditación registrados** se encuentra en los siguientes enlaces:

<https://moiat.gov.ae/en/open-data/approved-halal-accreditation-bodies>

[https://moiatcabs.moiat.gov.ae/en-us/Services/Documents/REGISTRATION%20OF%20HALAL%20CERTIFICATION%20BODIES%20WITH%20ESMA\\_.pdf](https://moiatcabs.moiat.gov.ae/en-us/Services/Documents/REGISTRATION%20OF%20HALAL%20CERTIFICATION%20BODIES%20WITH%20ESMA_.pdf)

## **Reglamento técnico para el sacrificio de animales según las normas islámicas**

El 30 de noviembre de 2022, los Emiratos Árabes Unidos (EAU) publicaron el reglamento técnico obligatorio actualizado UAE.S. 993/2022 “Requisitos para el sacrificio de animales según las normas islámicas” con fecha de entrada en vigor el 1° de diciembre de 2023.

El nuevo reglamento técnico, también conocido como “El estándar halal” reemplaza el de los EAU versión 993/2015. El UAE.S 993/2022 permite el aturdimiento de las aves de corral y contiene otros cambios.

<https://fas.usda.gov/data/united-arab-emirates-uae-updated-technical-regulation-animal-slaughtering-according-islamic>

# Mercados abiertos para la exportación de alimentos y productos agropecuarios

PRODUCTO	SECTOR
Abejas	Apícola
Miel	Apícola
Aves ornamentales (psitaciformes, incluidos los loros, guacamayos, cacatúas y demás papagayos)	Aviar
Carne de paloma	Aviar
Carne y despojos comestibles de aves. De pintada	Aviar
Carne y despojos comestibles. De gallo o gallina: sin trocear, congelados.	Aviar
Huevos fertilizados para incubación	Aviar
Huevos frescos con cáscara	Aviar
Ovoproductos (huevos sin cáscara secos)	Aviar
Trozos y despojos comestibles de gallo y gallina congelado	Aviar
Animales vivos de la especie bovina (bovinos en pie)	Bovino
Bovinos reproductores	Bovino
Carne bovina congelada deshuesada	Bovino
Carne bovina enfriada deshuesada	Bovino
Afrechillo de trigo	Cereales
Arroz partido	Cereales
Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	Cereales

# Mercados abiertos para la exportación de alimentos y productos agropecuarios

PRODUCTO	SECTOR
Cebada	Cereales
Harina de trigo o de morcajo (tranquillón)	Cereales
Maíz. Los demás. En grano (Pisingallo)	Cereales
Trigo	Cereales
Kiwis	Frutícola
Limonos ( <i>Citrus limon</i> , <i>Citrus limonum</i> ) y limas ( <i>Citrus aurantifolia</i> , <i>Citrus latifolia</i> )	Frutícola
Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)	Frutícola
Manzanas	Frutícola
Naranjas	Frutícola
Peras	Frutícola
Uvas frescas	Frutícola
Uvas secas, incluidas las pasas	Frutícola
Ciruelas secas	Frutos secos
Nueces de nogal con cáscara	Frutos secos
Nueces de nogal sin cáscara	Frutos secos
Nuez pecán	Frutos secos
Cebollas	Hortícola

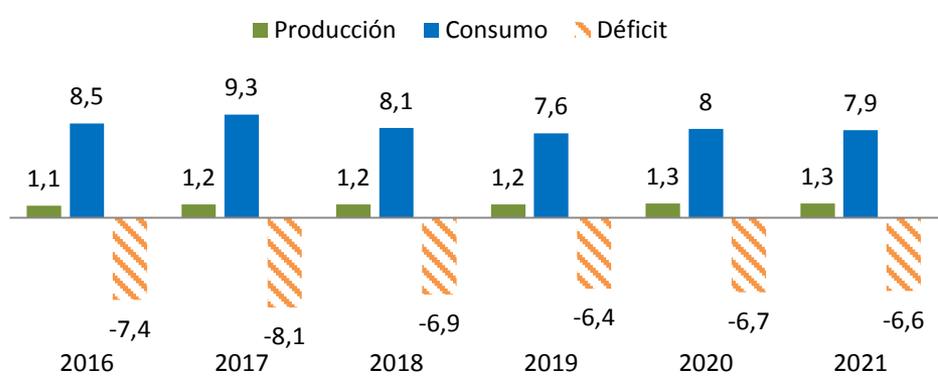
# Mercados abiertos para la exportación de alimentos y productos agropecuarios

PRODUCTO	SECTOR
Té negro (fermentado) y té parcialmente fermentado, presentados en envases inmediatos con un contenido ≤ 3 kg	Infusiones
Té verde (sin fermentar) presentado en envases inmediatos con un contenido ≤ 3 kg	Infusiones
Yerba mate	Infusiones
Lácteos	Lácteos
Lactosuero, aunque esté modificado, incluso concentrado o con adición de azúcar u otro edulcorante	Lácteos
Arvejas (chícharos, guisantes)* ( <i>Pisum sativum</i> )	Legumbres
Garbanzos	Legumbres
Poroto (frijol, fréjol, alubia, judía)* común ( <i>Phaseolus vulgaris</i> )	Legumbres
Conejos y liebres	Los demás animales vivos
Heno de alfalfa	Nutrición animal
Carne ovina	Ovino
Productos de la pesca	Pesca
Carne porcina	Porcino
Menudencias porcinas, congeladas	Porcino
Embutidos frescos y productos curados secos y cocidos	Subprod. de origen animal
Menudencias bovinas	Subprod. de origen animal

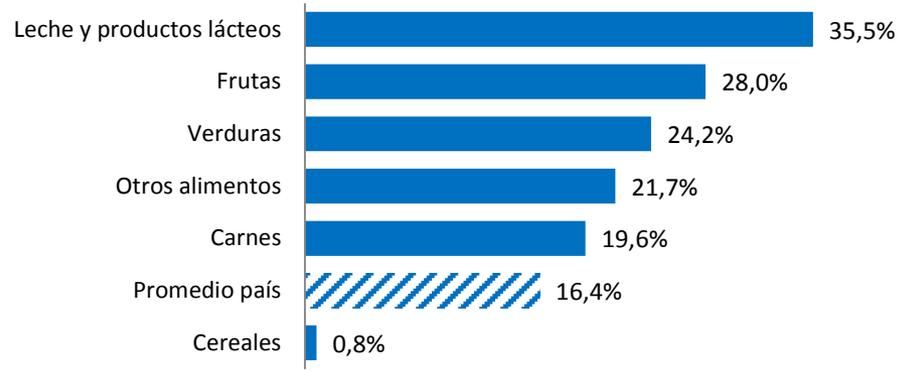
# Alimentos y productos agropecuarios

Es un mercado con déficit en la producción de alimentos por lo que la demanda tiene que ser cubierta con importaciones (~7 millones de toneladas) debido a su baja autosuficiencia (principalmente en cereales y carnes); proyección de crecimiento del consumo de alimentos a futuro (carnes, verduras y cereales con mayores tasas proyectadas).

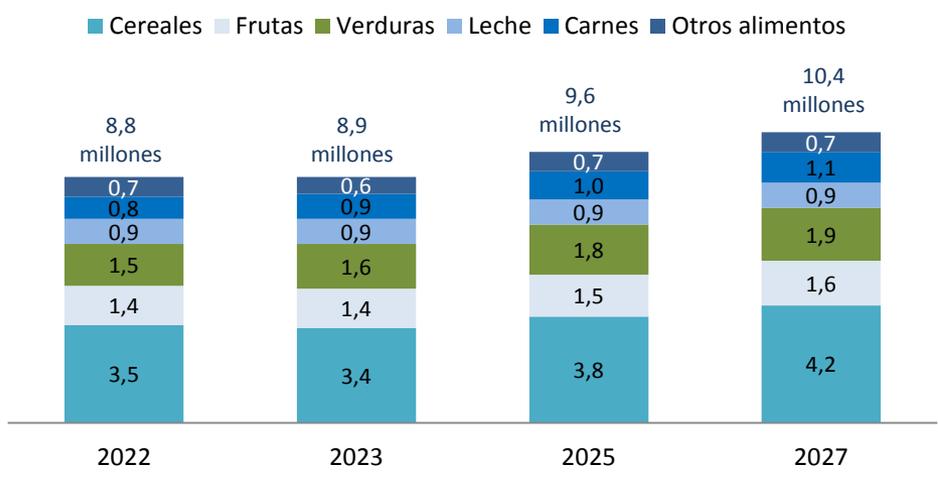
**Evolución de la producción y consumo de alimentos**  
(en millones de Tn - 2016-2021)



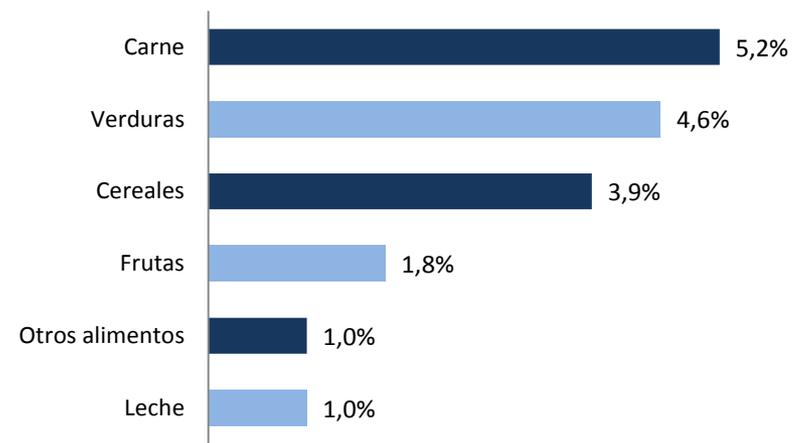
**Nivel de autosuficiencia en alimentos**  
(en % - 2021)



**Proyección del consumo en principales alimentos**  
(en millones de Tn - 2022/2027)



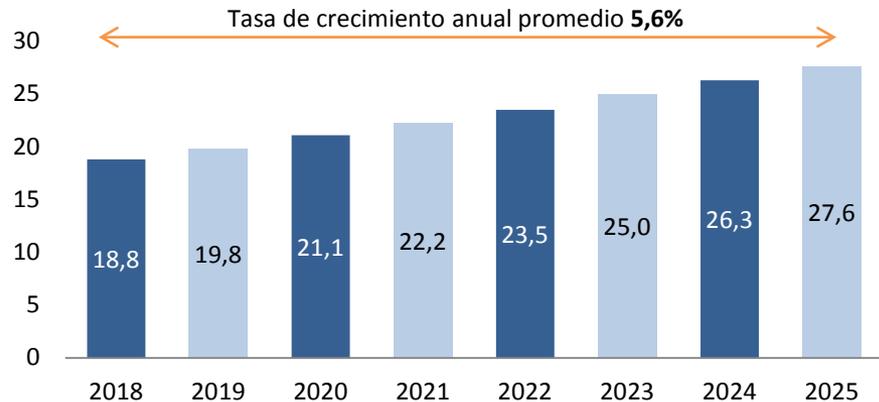
**Tasa de crecimiento del consumo de principales alimentos**  
(en % - 2022/2027)



# Alimentos y productos agropecuarios

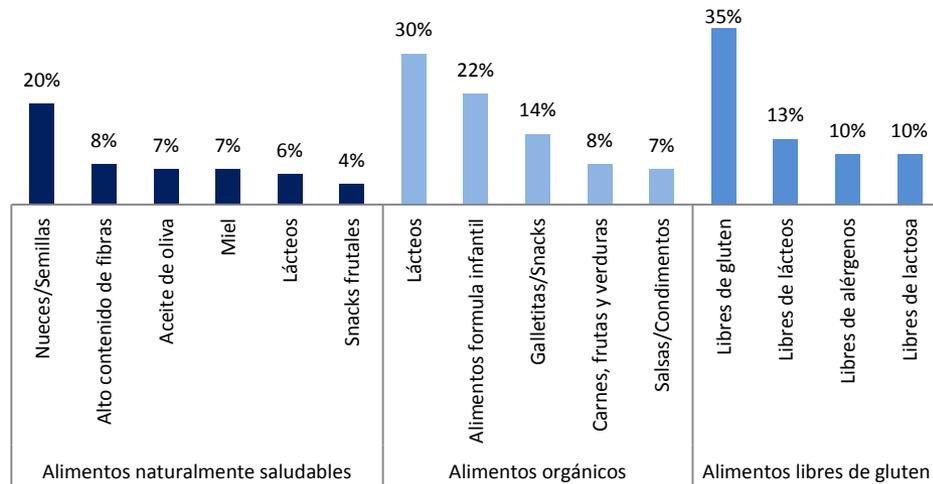
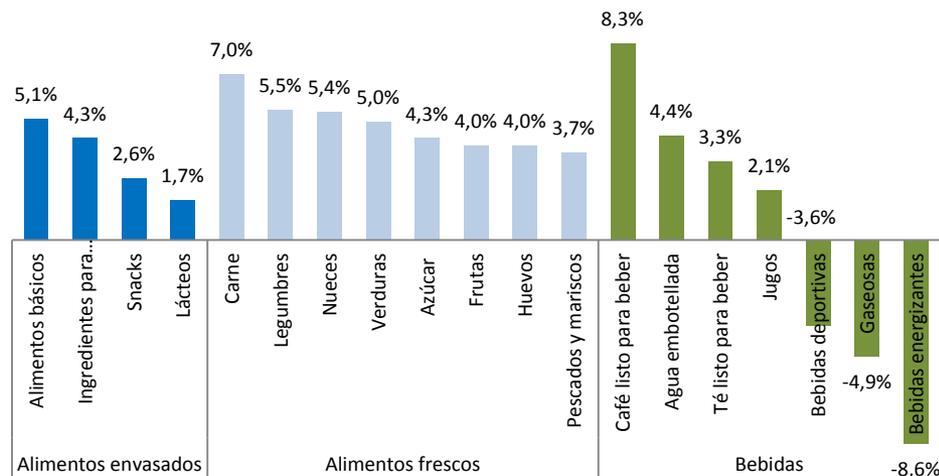
Demanda de alimentos en crecimiento, especialmente en lo que hace a alimentos saludables y orgánicos.

**Evolución mercado venta minorista de alimentos y bebidas**  
(en US\$ miles de millones – 2018/2025)



- La demanda de alimentos en los países CCG viene recuperándose en forma constante después de la pandemia de COVID-19, impulsada por el crecimiento de la población, la recuperación del turismo internacional en la región y mayor preferencia de los consumidores por los alimentos saludables.
- Amplia gama de necesidades de alimentos debido a las diferencias significativas en los ingresos entre los habitantes de los EAU, así como a la gran diversidad de grupos étnicos en el país. La venta de alimentos y bebidas viene creciendo desde 2018, con una tasa de crecimiento promedio proyectada de 5,6% (2025). El 70% de las ventas minoristas de alimentos y bebidas están concentradas en Dubai y Abu Dhabi.
- La venta de alimentos frescos viene creciendo a una tasa anual promedio mayor que los envasados (4,9% contra 3,4%). Venta de alimentos saludables (orgánicos y libres de gluten) con mejores proyecciones de crecimiento.

**Tasa de crecimiento de la venta de alimentos y bebidas**  
(por producto, en % – 2018/2023)



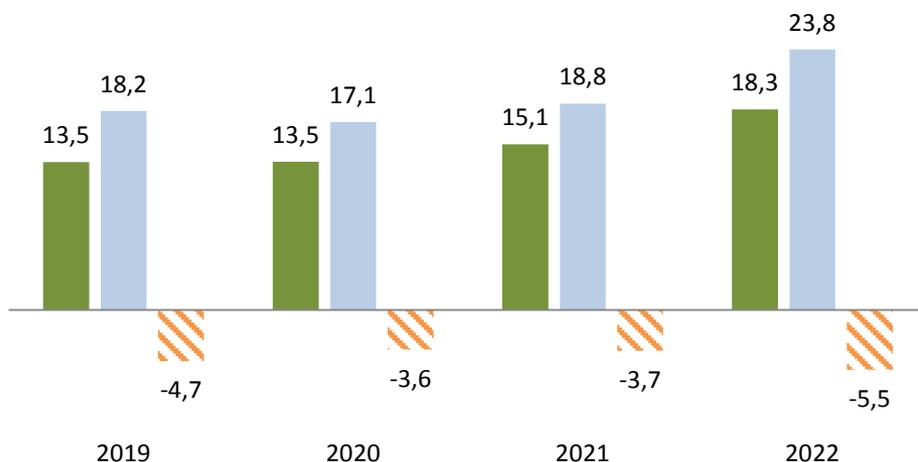
# Alimentos y productos agropecuarios

EAU importa ~90% de sus necesidades de alimentos y productos agropecuarios, las importaciones crecieron a una tasa anual promedio de 9% en los últimos años; las compras externas de alimentos destinados al consumo representan ~50% de las importaciones totales del rubro.

## Exportaciones e importaciones de alimentos y productos agropecuarios

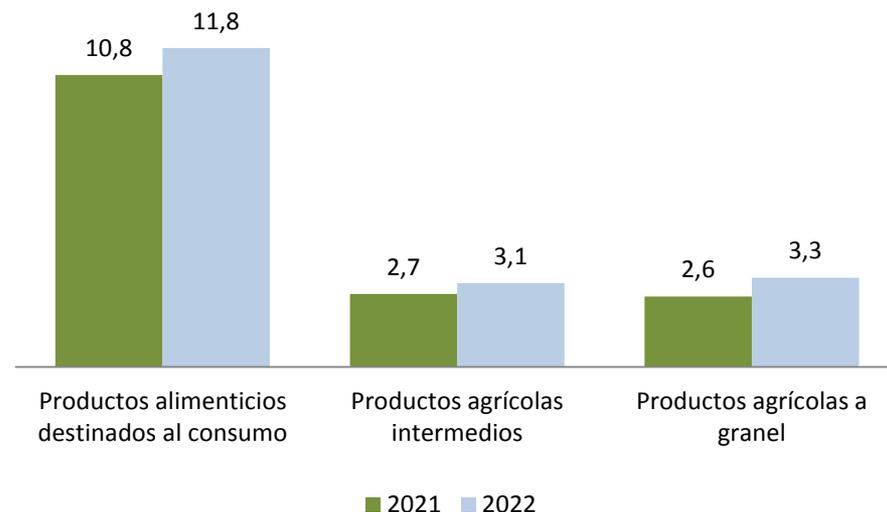
(en US\$ millones – 2019/2022)

■ Exportaciones ■ Importaciones ▨ Saldo comercial



## Importaciones de alimentos y productos agropecuarios por categoría

(en US\$ miles de millones – 2021/2022)



- **Importaciones de alimentos y productos agropecuarios por ~US\$ 24.000 millones (6,4% de las importaciones totales), vienen creciendo a una tasa anual promedio de 9% mientras que las exportaciones lo están haciendo al 11% (importa ~90% de las necesidades de alimentos y productos agrícolas, la producción local cubre 7% de la demanda).**
- Junto con Arabia Saudita, son los **principales importadores de alimentos** en el CCG (**20,4%, en volumen**).
- **~85% de las importaciones** son realizadas a través de **importadores/distribuidores** y 15% mediante importación directa (**44% de las importaciones se dirigen al mercado minorista**, 35% al circuito de hotelería y restaurantes, 14% a la industria alimentaria y 7% a otros sectores).

# Alimentos y productos agropecuarios

Importaciones concentradas principalmente en carne aviar, frutas frescas, lácteos y cereales (46% de las importaciones de alimentos); los EAU actúan como *hub* por lo que hay productos que son reexportados al resto de la región (~US\$ 8.000 millones); 44% de las importaciones de alimentos para el consumo tienen tres mercados de origen (UE, EE.UU. y Brasil)

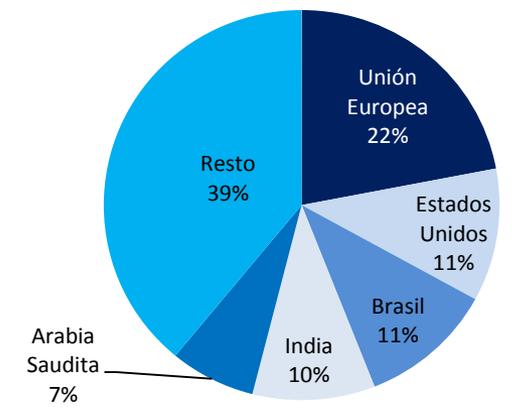
**Principales alimentos y productos agropecuarios importados**  
(en US\$ miles de millones - 2022)



**Principales alimentos y productos agropecuarios reexportados**  
(en US\$ miles de millones - 2022)



**Principales alimentos para el consumo importados y mercados de origen**  
(en US\$ miles de millones y % - 2022)

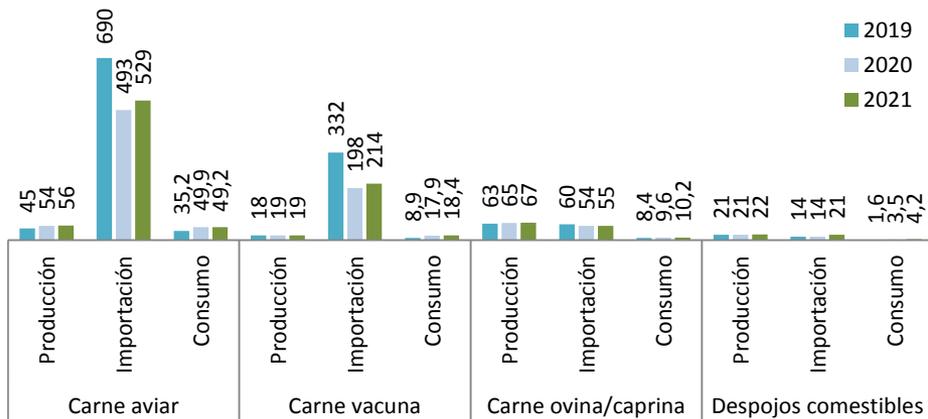


# Alimentos y productos agropecuarios: carnes

Mayor frecuencia de consumo de pescado, carne aviar (pollo) y carne vacuna; crecimiento del consumo de productos orgánicos/naturales y de calidad premium.

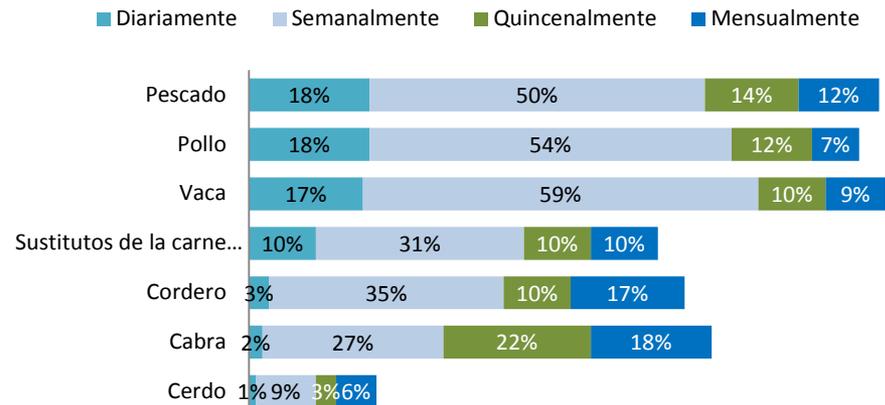
## Consumo, producción e importación de carnes

(producción e importación en miles de Tn – consumo en kg per cápita)



## Frecuencia de compra de carne

(por tipo de carne – en %)



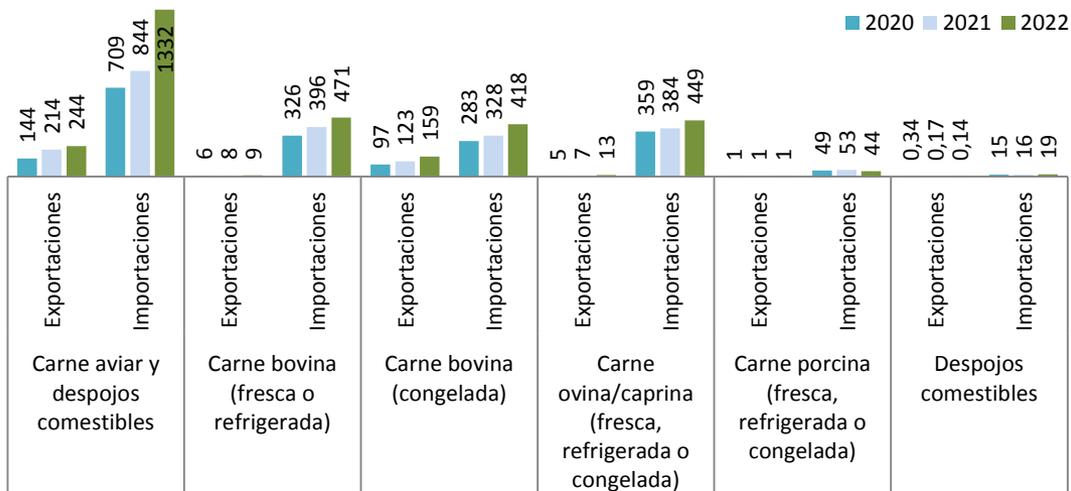
Todos los productos cárnicos deben estar certificados como productos halal a menos que se obtenga una exención específica. Demanda estimada en ~US\$ 5.000 millones (2022) que podría alcanzar en 2030 un valor de ~US\$ 8.000 millones. Consumo total promedio de carnes y despojos comestibles (~82 Kg/per cápita/año), principalmente carne aviar y bovina (~61% del consumo es carne aviar); la carne aviar es preferida por su mayor contenido de proteínas y menor en grasa.

- **Mercado dominado por la carne fresca/refrigerada (~56% del valor de venta).** Los consumidores prestan gran atención a la frescura de la carne ya que prefieren que sea más rosada de lo que suele consumirse en los países occidentales (está asociado con la calidad del producto). Los consumidores emiratíes son bastante cautelosos con los cortes grandes de carne (a excepción de las aves donde se prefiere el pollo entero), aunque el consumo de pollo deshuesado también está en crecimiento debido a su uso en la industria Ho.Re.Ca.
- **Aumento de la preferencia de los consumidores por carnes orgánicas, de animales alimentados con pasto o cereales, sin hormonas ni antibióticos.** El consumo de estas categorías de carne está creciendo en comparación con las carnes más convencionales, especialmente entre los consumidores de altos ingresos, que también se están volviendo más selectivos en sus compras de carne, ya que eligen en particular cortes con bajo contenido de grasa para su consumo diario.
- **El segmento de carne ovina/caprina está en crecimiento impulsado principalmente por la demanda de los expatriados y el turismo;** se prevé que su demanda crezca a una tasa anual promedio de 1,6% entre 2024-2030.

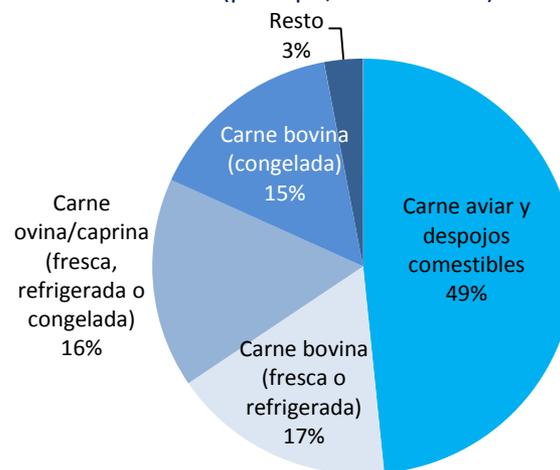
# Alimentos y productos agropecuarios: carnes

Importador neto de carnes (principalmente aviar); Brasil es el origen del 49% de las importaciones totales de carnes.

**Importaciones totales de carnes**  
(por tipo, en US\$ millones – 2020/22)

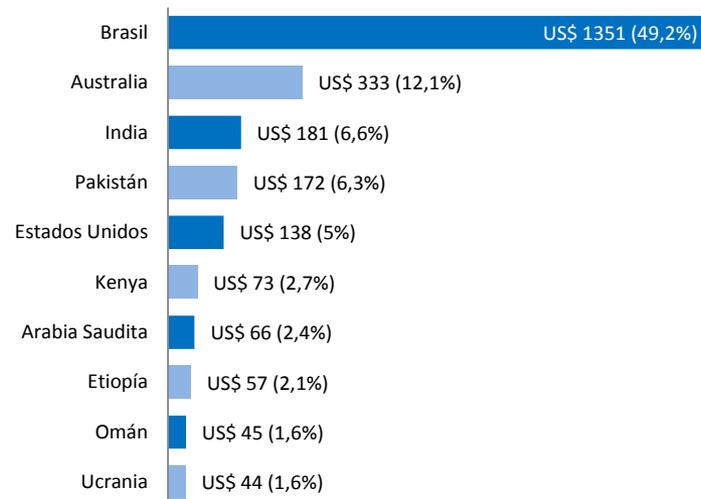


**Distribución del mercado importación de carnes**  
(por tipo, en % – 2022)



- **Importaciones totales de carnes ~US\$ 2.7000 millones (2022);** es un mercado importador neto de carne aviar, bovina y caprina/ovina. Brasil es el mercado de origen del 49% de las importaciones de carne (en valor), seguido por Australia (6,6%); Argentina representa el 0,3% del mercado total de carnes.
- Se trata de un mercado que importa principalmente carnes brasileñas (nivel calidad medio) e indias (bajo costo que satisfacen el consumo de los expatriados indios); carne vacuna australiana y neozelandesa (encabezan las preferencias de los consumidores de alto poder adquisitivo y el circuito Ho.Re.Ca de alta cocina) y; carne japonesa *wagyu* (se sitúa en el segmento de las “carnes de lujo”).
- Las importaciones de carnes sin envasar representan ~80% del comercio; 44% de las ventas se realizan en el comercio minorista y 48% se dirigen al circuito Ho.Re.Ca.

**Principales mercados de origen**  
(en US\$ millones y % – 2022)

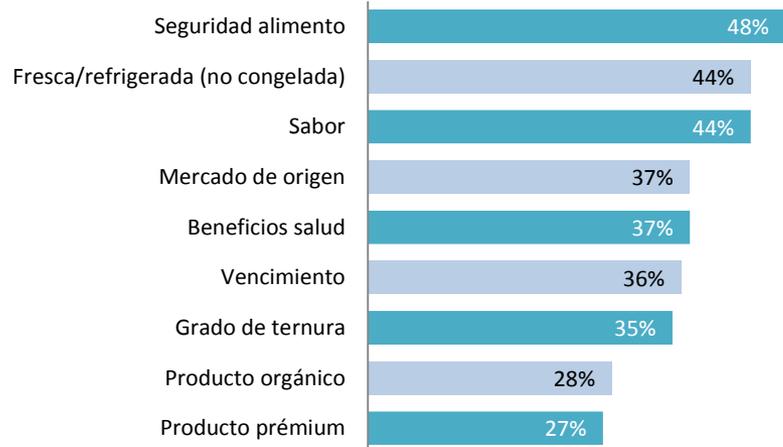


# Alimentos y productos agropecuarios: carne bovina

Consumidor que prioriza la seguridad del producto, fresca y sabor por sobre el precio; preferencia de consumo por la carne picada; Australia y Nueva Zelandia encabezan los mercados de origen de las carnes premium.

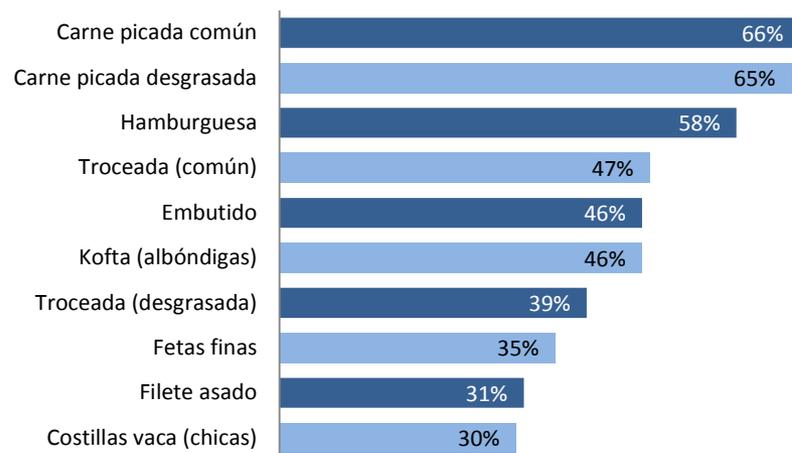
## Criterios de preferencias de calidad en la elección de carne bovina

(en %)



## Criterios de compra y consumo de carne bovina en general

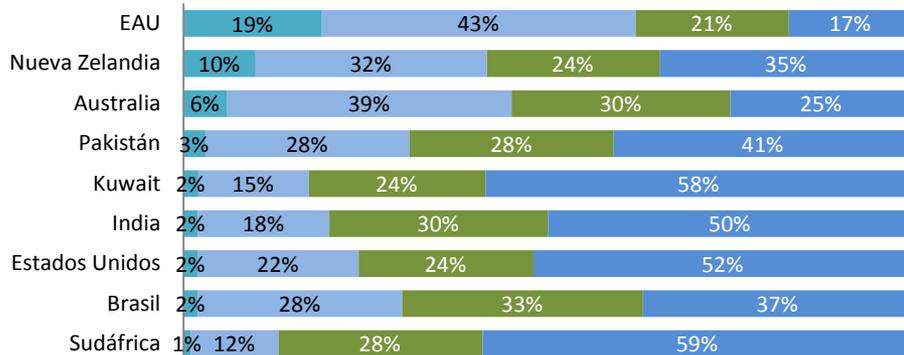
(por tipo de corte – en %)



## Frecuencia de compra de carne bovina según país de origen

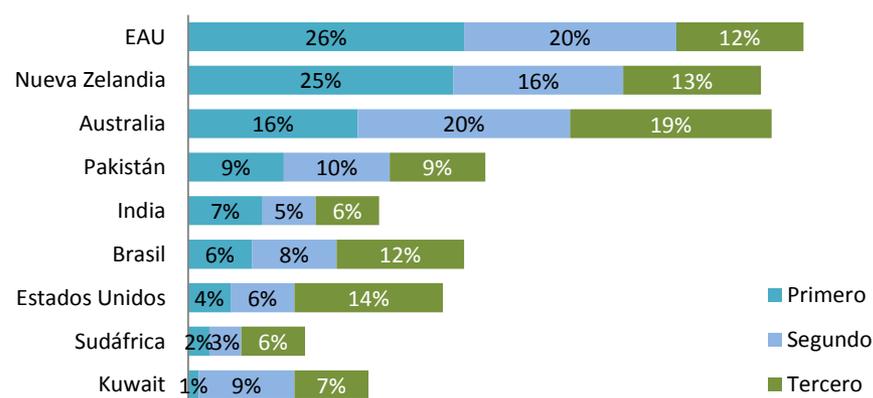
(por país de origen – en %)

■ Diariamente ■ Semanalmente ■ A veces ■ Nunca



## Prioridad de compra de carne bovina según país de origen

(por país de origen - en %)



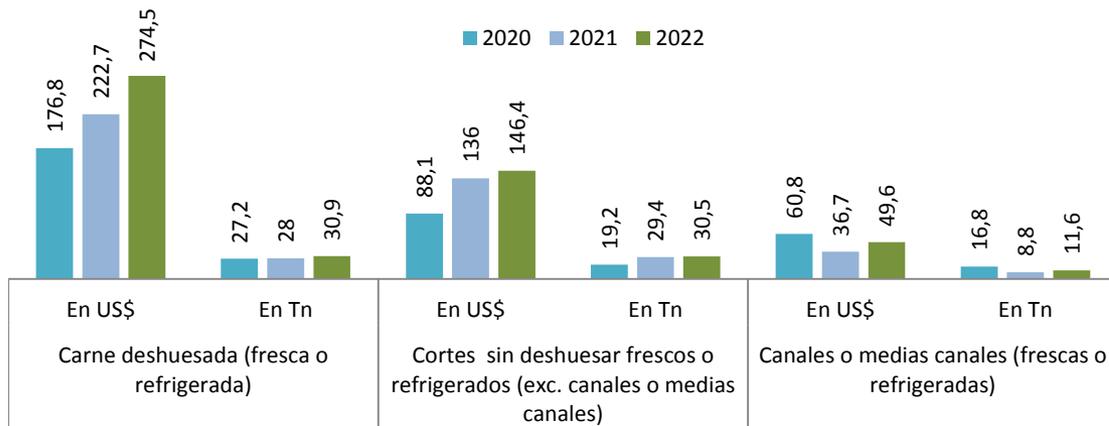
# Alimentos y productos agropecuarios: carne bovina

Importaciones de carne fresca/refrigerada en crecimiento (en valor y volumen); Pakistán, Australia y Brasil son los principales mercados de las importaciones (entre los tres concentran el 75% del mercado en valor y 80% en volumen).



## Importaciones de carne bovina (fresca o refrigerada)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2020/22)

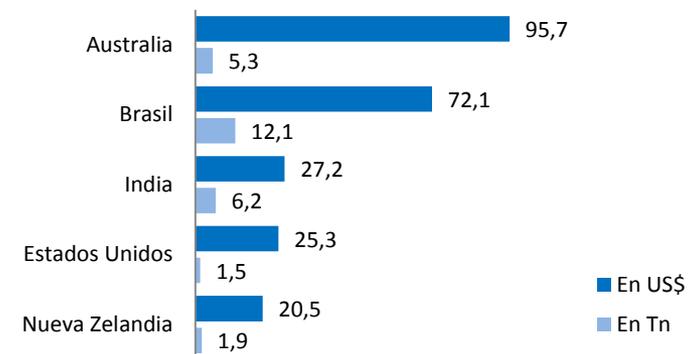


**Mercado dependiente de las importaciones para satisfacer la demanda local. Importaciones totales de carne bovina (fresca o refrigerada) en 2022 por valor de US\$ 470,5 millones (73.000 toneladas); registran una tasa anual promedio de crecimiento de 20% en valor y 7,5% en volumen; 68% de la importaciones en valor corresponden a carne deshuesada.**

- **Pakistán, Australia y Brasil** son los mercados de origen del **75% de las importaciones en valor y 80% en volumen.**
- El **consumidor emiratí** basa su **criterio de compra** en la **frescura del producto** y la comunicación del vendedor sobre este tema (**énfasis en seguridad y trazabilidad de la carne**); y la **certificación halal** (que se utiliza cada vez más como herramienta de marketing). Existe una **preferencia general entre los emiratíes locales por realizar compras de carne fresca en las ferias**; los **expatriados occidentales prefieren comprarla en hiper/supermercados**. Los **consumidores emiratíes prestan atención a los cortes de carne (preferencia por trozos más pequeños).**

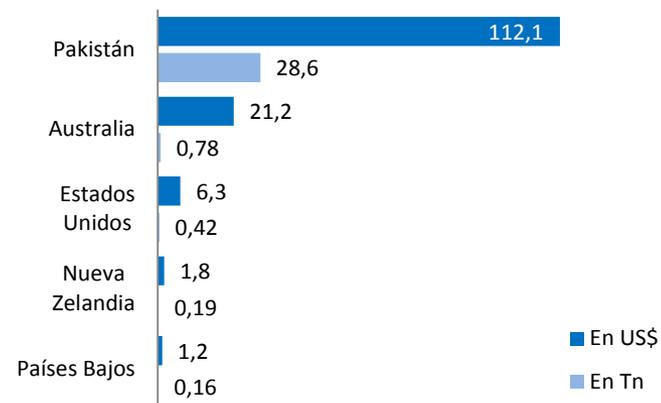
## Principales mercados de origen - importaciones de carne deshuesada

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



## Principales mercados de origen - importaciones de cortes sin deshuesar

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



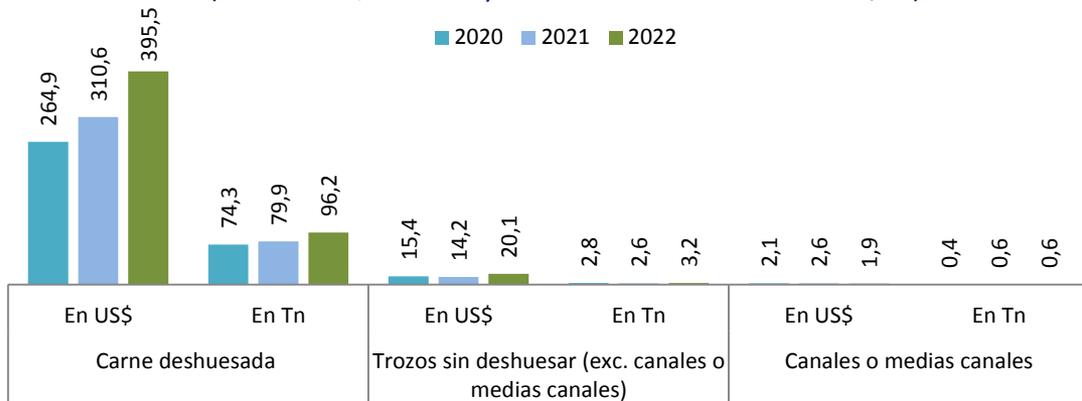
**Arancel NMF: 0%**

# Alimentos y productos agropecuarios: carne bovina

Importaciones de carne congelada en crecimiento debido a una mayor demanda impulsada por el sector Ho.Re.Ca.; Brasil, Estados Unidos y Australia son los principales mercados de origen de las importaciones (Estados Unidos y Australia en cortes de calidad prémium).



## Importaciones de carne bovina (congelada) (valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2020/22)



**Importaciones totales de carne bovina (congelada) en 2022 por US\$ 418 millones (100.000 toneladas);** registran una tasa anual promedio de crecimiento de **22% en valor y 14% en volumen; 95% de las importaciones en valor corresponden a carne deshuesada.**

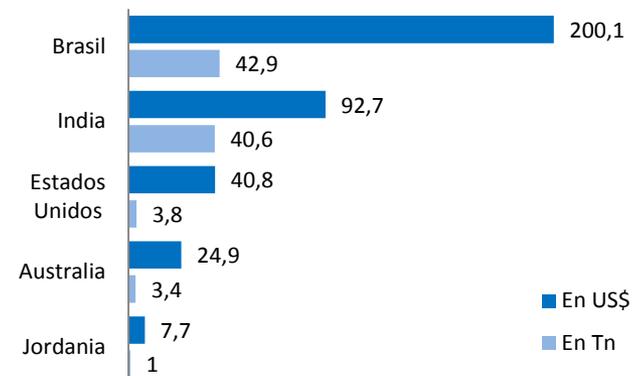
- **Brasil, India, Estados Unidos y Australia** son los mercados de origen del **89% de las importaciones en valor y 93% en volumen.**
- La **carne vacuna congelada** está **principalmente dirigida al circuito de hotelería y restaurantes de estilo occidental**, por lo que se trata de **cortes de calidad prémium** (principalmente la proveniente de Australia, Estados Unidos y Japón).

### Aranceles

EFTA, India, Singapur, Israel, Marruecos, Liga Árabe	0%
Resto	5%

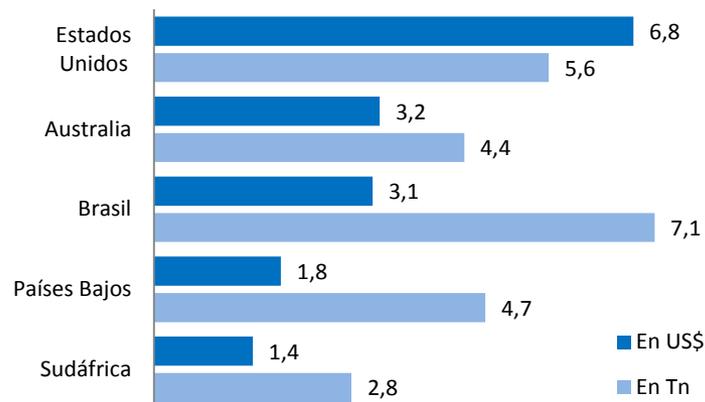
## Principales mercados de origen - importaciones de carne deshuesada

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



## Principales mercados de origen - importaciones de trozos sin deshuesar

(valor en US\$ millones – volumen en cientos de Tn - 2022)



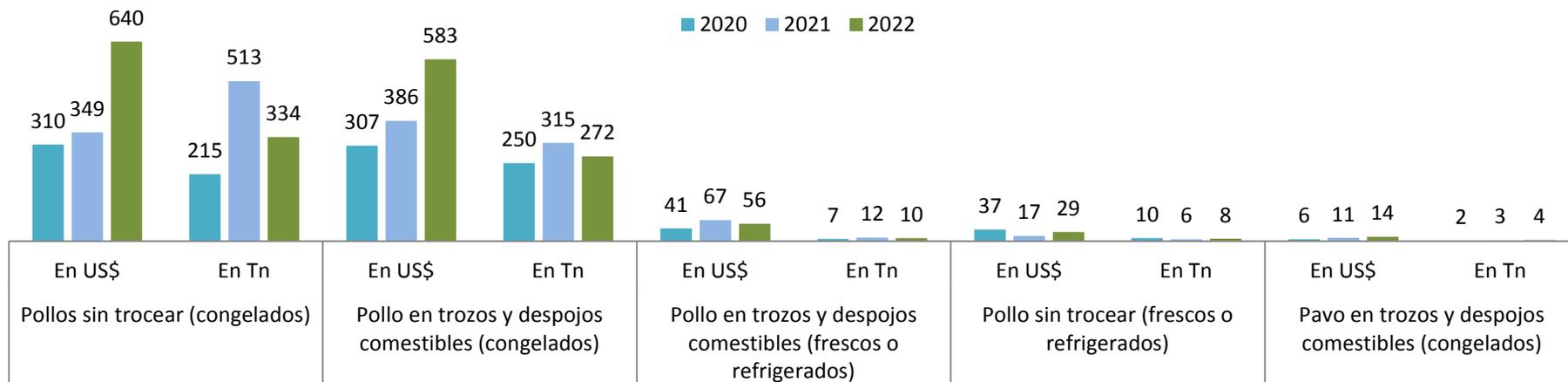
# Alimentos y productos agropecuarios: carne aviar

La producción local no logra cubrir la demanda en crecimiento (esto impulsará las importaciones); un tercio de la demanda proviene del sector hotelero y restaurantes; 92% de las importaciones están concentradas en pollos troceados y sin trocear congelados.



## Importaciones totales de carne aviar (fresca, refrigerada y congelada)

(por corte – valor en US\$ millones – volumen en miles de Tn - 2020/22)



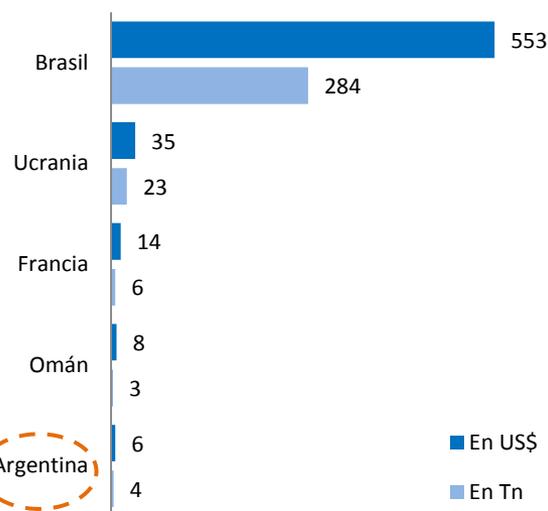
**Importaciones totales de carne aviar y despojos comestibles en 2022 por US\$ 1.330 millones (632.000 toneladas);** registran una tasa anual promedio de **crecimiento de 37% en valor y 14% en volumen; 92% de las importaciones en valor corresponden a pollos sin trocear y pollo en trozos y despojos comestibles congelados.**

- La producción local se mantendría estable en ~56.000 toneladas (cubre solo 11% de la demanda interna); se proyecta crecimiento de la demanda impulsada por el sector turístico (Ho.Re.Ca) por lo que sería cubierta con más importaciones; ~1/3 del consumo se canaliza a través de hoteles y restaurantes. El consumidor emiratí aprecia los productos avícolas procesados (congelados o refrigerados, ~60% del total de carnes congeladas) como tiras de pollo, *nuggets* o hamburguesas.
- Durante la última media década, la producción local logró posicionar su producto de forma diferenciada respecto a la oferta importada (se comercializan como “**pollos frescos**”; nicho de mercado en crecimiento en hiper/supermercados); ~entre 10% y 20% de los pollos frescos de producción local son congelados por los productores para su posterior comercialización.

# Alimentos y productos agropecuarios: carne aviar

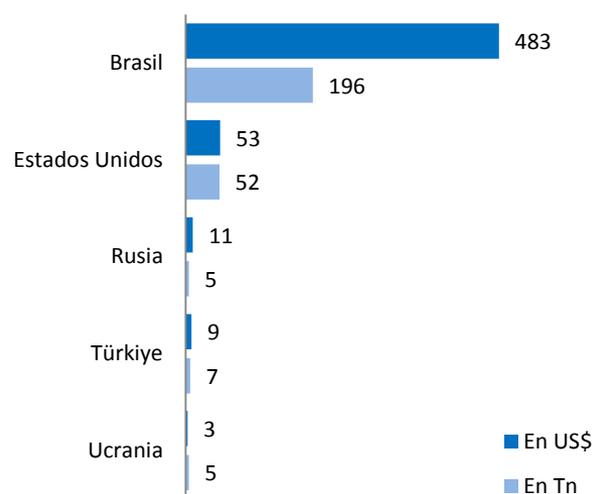
Fuerte presencia de Brasil como mercado de origen de las importaciones de pollo (78% del mercado total); influencia del *packaging* como ventaja en el acceso al mercado.

### Importaciones de pollo sin trocear (congelados)

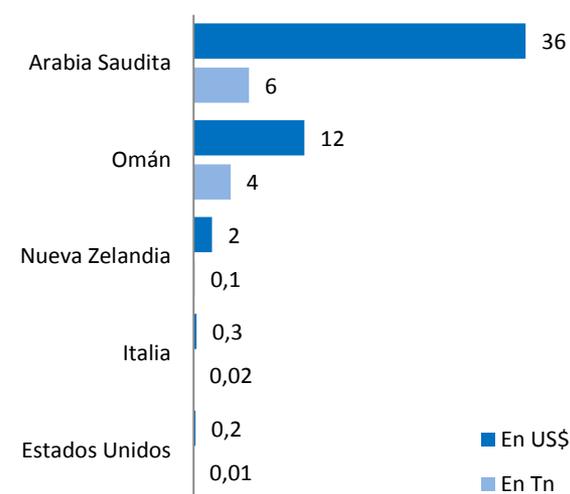


### Importaciones de pollo en trozos y despojos comestibles (congelados)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



### Importaciones de pollo en trozos y despojos comestibles (frescos o refriger.)



- **Brasil es el mercado de origen del 78% de las importaciones (en valor) y 76% (en volumen).** Su **elevada participación** en el mercado emiratí **estaría dada por el tamaño y peso del *packaging* (esto le permitiría una reubicación del producto en distintos canales de consumo de forma más fácil respecto a otros competidores).**
- **Existe una gran demanda de pollo entero por parte del sector minorista y hotelero, mientras que los servicios de *catering* demandan cuartos traseros (pata y muslo).**

Aranceles – Pollo congelado	
India , Israel, Liga Árabe, GCC	0%
Resto	5%

Aranceles – Pollo fresco o refrigerado	
Israel, Liga Árabe, GCC	0%
India	3%
Resto	5%

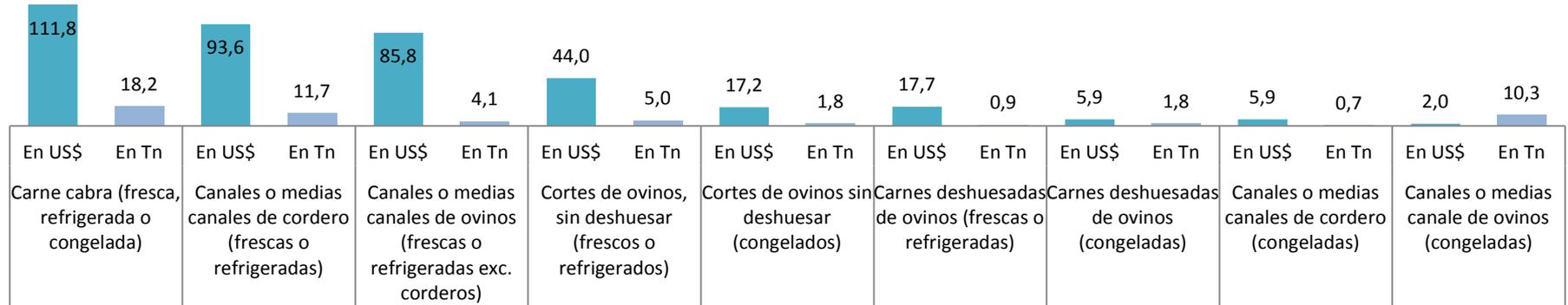
# Alimentos y productos agropecuarios: carne ovina/caprina

Mercado dependiente de la importación (~60% para cubrir la demanda interna); proyecciones de crecimiento de la demanda para los próximos años.



## Importaciones totales de carne ovina/caprina (fresca, refrigerada y congelada)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2021)



**Importaciones totales de carne ovina/caprina por US\$ 449 millones (2022)**, registra una tasa anual de **crecimiento promedio de ~12%** en los últimos tres años; **~72%** de las importaciones (en valor) **corresponden a carne ovina**. Mercado **dependiente de las importaciones** de carne de cordero/oveja en diversas formas (animales en pie, carne fresca/refrigerada y carne congelada); **~60% de la demanda es cubierta con importaciones**. Se espera que la **demanda de carne crezca a una tasa anual promedio de ~5%** (en valor y volumen) hasta 2025. En 2021, se importaron **~60.000 toneladas de carne ovina/caprina** y se espera que para 2025 alcance a **~84.000 toneladas**.

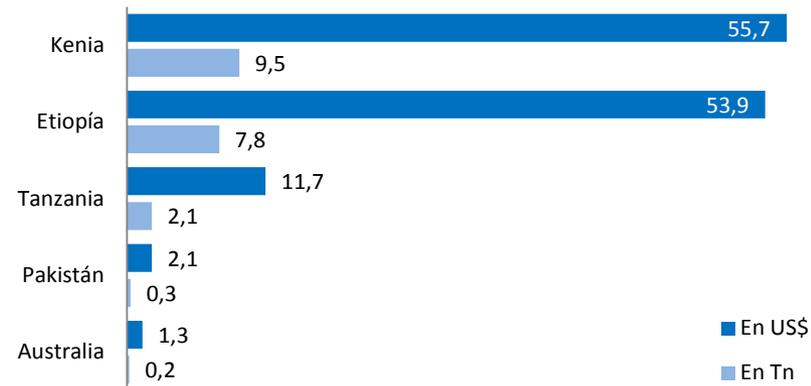
- **Es una carne que posee importancia cultural en toda la región del Golfo** (está asociada a cuestiones religiosas y celebraciones familiares); **es la tercera variante de carne más consumida** (~12 kg/per cápita/anales); en los últimos cinco años **su consumo creció a una tasa anual promedio de 12,3%**. Se trata del **mercado más desarrollado en términos de compra y cocción del producto**; los **hiper/supermercados son los principales canales de compra de la carne de cordero/oveja (~57% del consumo)**, aunque también existe otro canal de consumo para la **carne importada** que es el **Ho.Re.Ca**.
- El **consumidor emiratí da mucha importancia al sabor de la carne de cordero** (la asocia a una **opción prémium especialmente popular entre los grupos de mayores ingresos**). Hay una **preferencia entre los consumidores por la carne de cordero (mutton y yearling mutton)** de más de 1 año hasta 3 años de edad ya que su **sabor es más robusto y jugoso** (el mercado está valuado en US\$ 610 millones, se espera que para 2025 alcance ~US\$ 700 millones); en el caso de la **carne de cordero (lamb)** de menos de un año de edad, el mercado está valuado en US\$ 340 millones y se espera que alcance ~US\$ 410 millones en 2025; su carne se busca por el sabor más delicado, suave e incluso ligeramente dulce (más natural y limpio proveniente de animales alimentados a pasto).

# Alimentos y productos agropecuarios: carne ovina/caprina

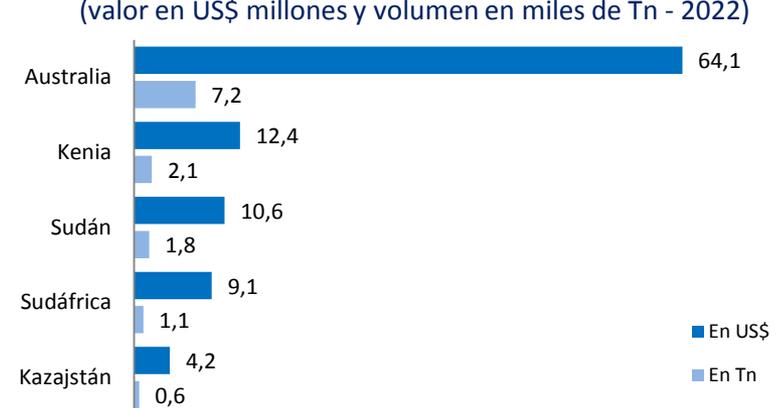
Australia, principal mercado de origen de las importaciones de carne ovina/caprina, principalmente dirigidas al sector Ho.Re.Ca de carnes premium.



## Importaciones de carne de cabra (fresca, refrigerada o congelada) (valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



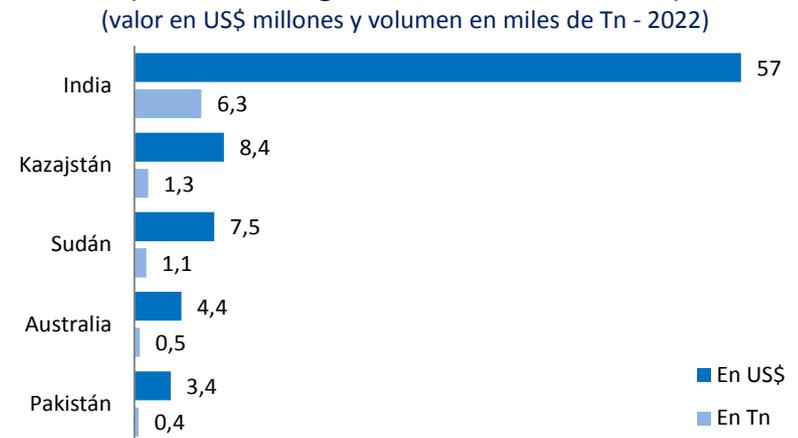
## Importaciones de canales o medias canales de cordero (frescas o refrigeradas) (valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



### Aranceles - Carne de cabra (fresca, refrigerada o congelada)

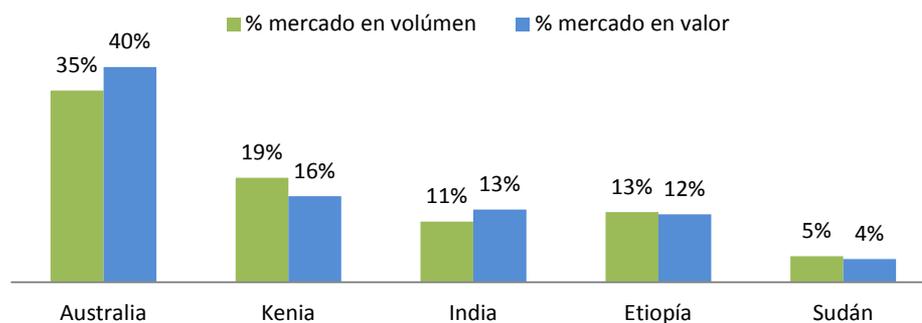
EFTA, India, Singapur, Israel, Liga Árabe, GCC	0%
Resto	2,5%

### Importaciones de canales o medias canales de ovinos (frescas o refrigeradas, excluido corderos) (valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



### Principales mercados de origen importaciones de carne ovina/caprina

(en % mercado total valor y volumen -2022)



Arancel NMF: 0%

# Alimentos y productos agropecuarios: productos lácteos

Competencia con la industria local en algunos productos, con un consumidor muy leal a las marcas y sensible al precio; oportunidades en productos innovadores, funcionales (probióticos), proteicos, orgánicos y quesos (duros).



**Mercado con larga tradición de consumo de productos lácteos** (productos de leche de camello, vacuna, oveja y cabra). **Los consumidores perciben a los lácteos como el principal alimento de consumo directo.**

- Es un **mercado liderado por una producción nacional bien desarrollada en una amplia selección de productos lácteos**, mientras que las **importaciones son particularmente importantes en segmentos como el queso**. La mayoría de los productos se comercializan a través de hiper/supermercados.
- **Elevado consumo de productos lácteos (en particular yogures durante la temporada de Ramadán)**. Las **ventas de productos lácteos funcionales están aumentando** a medida que los consumidores se vuelven más conscientes de los beneficios de los probióticos para la salud digestiva.
- **Mercado sensible al precio del producto** (principalmente expatriados indios); en el caso de los productos lácteos y el yogur, el **consumidor emiratí tiene fuerte preferencia por las marcas nacionales** (consumidor muy leal a las marcas probadas); para otros productos (**quesos**) la **marca generalmente juega un papel importante** (el queso envasado es más popular entre los locales debido a su precio más bajo); en **otros tipos de queso**, el **consumidor emiratí basa su enfoque en la calidad y búsqueda de novedades** (consumidor de ingresos medios-altos).



## PRODUCTOS PROTÉICOS

Aumento considerable de la demanda de productos lácteos enriquecidos con proteínas que sean innovadores (quesos, helados, yogures etc.).



## QUESOS

La cocina italiana está ganando popularidad entre los emiratíes por lo que existen preferencias por los quesos tipo *mozzarella* o *burrata*.

Existe también demanda por otros tipos de quesos (diferentes quesos blandos y duros, aunque el queso duro es más popular); el mercado de quesos blandos y duros sin procesar es el más importante, pero también existe un mercado en crecimiento bastante rápido para el queso procesado (para untar).



## PRODUCTOS AROMATIZADOS CON SABORES LOCALES

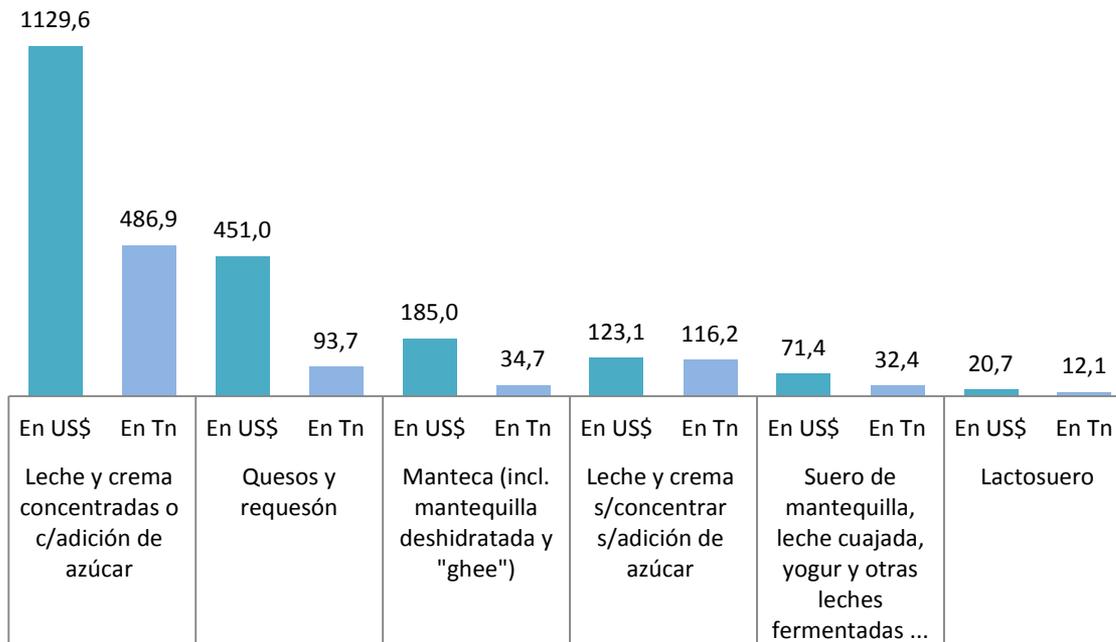
Mayor demanda de los consumidores en nuevos sabores. Los productos lácteos aromatizados con sabores locales como el dátil están generando gran interés. Los yogures aromatizados y naturales se consumen en cantidades aproximadamente iguales (la fresa es la variante más popular del yogur aromatizado). Los yogures estilo griego son muy apreciados por los consumidores que buscan opciones saludables.

# Alimentos y productos agropecuarios: productos lácteos

Importaciones en crecimiento (en valor y volumen) en los últimos años; “leches concentradas con adición de azúcar” y “quesos y requesón” entre los principales productos importados.

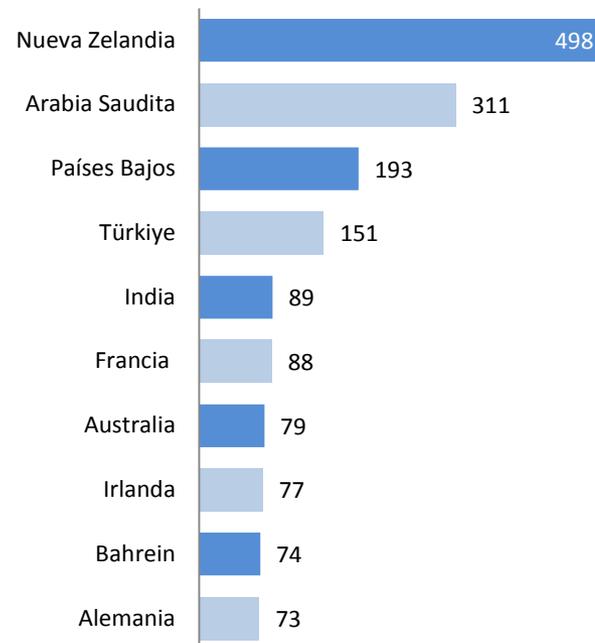
## Importaciones de leche y productos lácteos, por producto

(en US\$ millones y miles de Tn - 2022)



## Mercados de origen de las importaciones de productos lácteos

(en US\$ millones - 2022)



- Importaciones de leches y productos lácteos por ~US\$ 1.980 millones (2022); registran una tasa anual de crecimiento promedio de ~12% en los últimos tres años.
- 57% de las importaciones en valor y 67% en volumen representadas en “leches concentradas con adición de azúcar u otro edulcorante”, seguidas por “quesos y requesón” (23%, en valor y 12%, en volumen).
- Nueva Zelanda es el principal mercado de origen de las importaciones totales de lácteos (25% en valor).

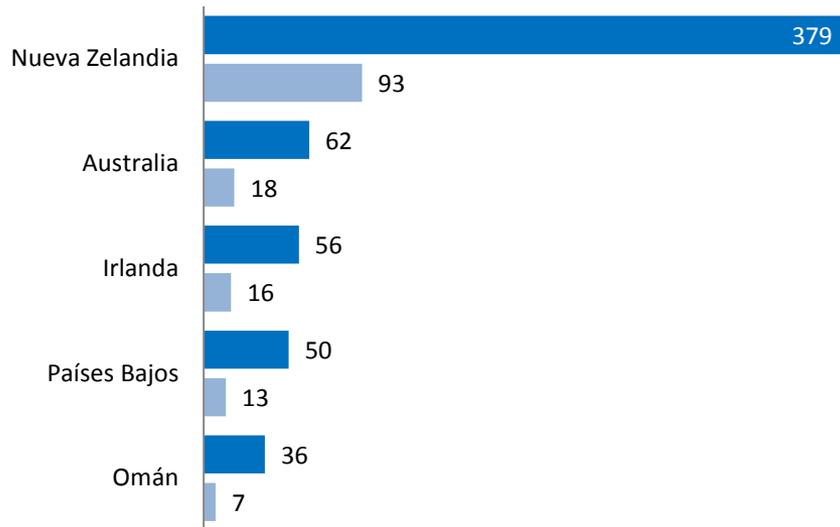
# Alimentos y productos agropecuarios: productos lácteos

Entre los mercados de origen (Nueva Zelanda, Australia y UE) de los principales productos lácteos importados por los EAU ninguno cuenta con ventajas arancelarias en el acceso.

## Importaciones de leche en polvo c/contenido graso > 1,5% en peso s/adición de azúcar

(valor en US\$ millones – volumen en miles de Tn - 2022)

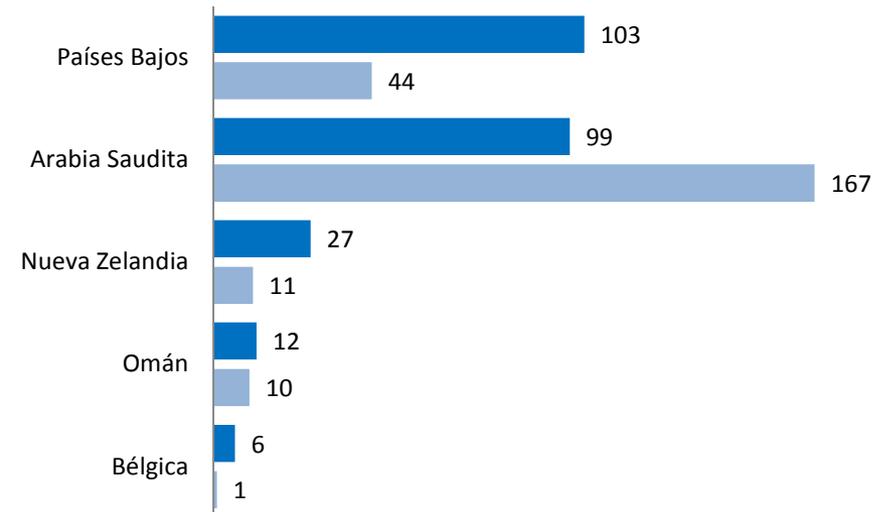
■ En US\$ ■ En Tn



## Importaciones de leches concentradas s/azúcar (exc. en polvo)

(valor en US\$ millones – volumen en miles de Tn - 2022)

■ En US\$ ■ En Tn



### Aranceles – Leche en polvo con contenido graso >1,5% en peso sin adición de azúcar

Liga Árabe, GCC	0%
EFTA	2,5%
Israel	4%
Resto	5%

### Aranceles - Leches concentradas sin azúcar (exc. en polvo)

Liga Árabe, GCC, EFTA, Singapur	0%
Israel	4%
Resto	5%

# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (frescas o refrigeradas)

Mercado dependiente de las importaciones; preferencia por los productos frescos y crecimiento del consumo de productos orgánicos.



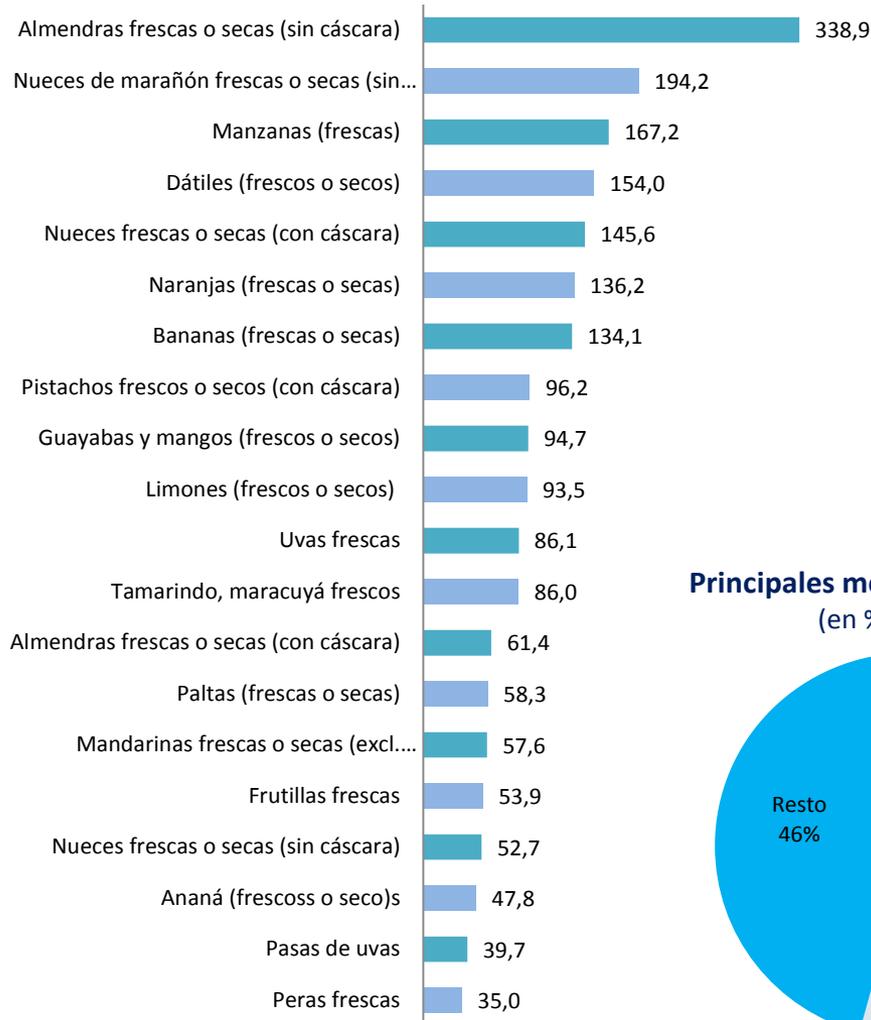
Las importaciones representan ~80% del consumo de frutas y verduras frescas en los EAU. Si bien se espera que la introducción de la hidroponía impulse la producción nacional, los cultivos a gran escala parecen poco probables debido a las condiciones climáticas (escasez de agua y falta de tierra cultivable). La principal característica del mercado es la dependencia de las importaciones, ya que la producción local es muy reducida (~16%-20%).

- Es el principal mercado de referencia en el Golfo. En 2021 las reexportaciones representaron ~55% del valor de las importaciones de frutas y 83% de las exportaciones de los EAU de frutas y verduras a terceros países; en el caso de las verduras, el 29% de las importaciones y el 57% de las exportaciones, respectivamente.
- En 2022, el consumo total de frutas y verduras (canal hiper/supermercados y Ho.Re.Ca.) ascendió a ~470.000 toneladas de frutas y a ~993.000 toneladas de verduras. El consumo de frutas y hortalizas congeladas importadas tuvo un crecimiento lento en los últimos años a medida que los consumidores se inclinaron hacia los productos frescos (mayor conciencia sobre la salud y los alimentos naturales, lo cual redujo la demanda de frutas y verduras procesadas).
- El sector está dominado por los productos de calidad media-baja, aunque existe un nicho creciente de productos de calidad media-alta y alta (dirigido principalmente a expatriados con rentas medias-altas y al sector Ho.Re.Ca). El enfoque en el precio es más importante para las variedades de frutas y verduras de uso diario (tomates, cebollas y berenjenas) que para productos más exóticos como cerezas, arándanos o fresas.
- El país de origen, los niveles de ingresos y la clase social son factores importantes que determinan la demanda general y las preferencias de productos dentro de las frutas y hortalizas frescas (aunque en determinados tipos de frutas, las más pequeñas, hay una inclinación del consumidor por la comercialización envasada). Se trata de un consumidor que en los últimos años está apreciando los productos más exóticos pero manteniendo una fuerte preferencia por los sabores dulces (especialmente cuando se trata de frutas frescas).
- En cuanto a las expectativas del mercado de las frutas y verduras, una serie de factores permiten anticipar su crecimiento en los próximos años: factor demográfico, recuperación y aumento del turismo, crecimiento del sector Ho.Re.Ca y preocupación de la población por la nutrición y los estilos de vida saludables.
- También existen otros factores que prevén un crecimiento de la demanda de frutas y verduras, especialmente para productos de nicho (orgánicos etc.) y semiprocesados (fruta envasada ya pelada y cortada, ensaladas listas para consumir etc.), introducción de nuevas variedades de frutas y verduras en el mercado e incremento de las reexportaciones de frutas y verduras a países limítrofes que importan volúmenes más pequeños.

# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (frescas o refrigeradas)

Importaciones en crecimiento en los últimos años (principalmente en valor); cítricos entre los de mayor volumen importado.

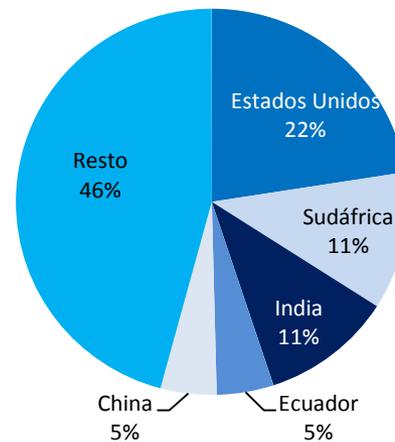
## Importaciones de frutas y frutos comestibles (en US\$ millones - 2022)



## Importaciones de frutas y frutos comestibles (en miles de Tn - 2022)



## Principales mercados de origen (en % - 2022)



**Importaciones por US\$ 2.540 millones** (vienen creciendo a una tasa anual promedio ~2,4% en valor y 1,5% en volumen).

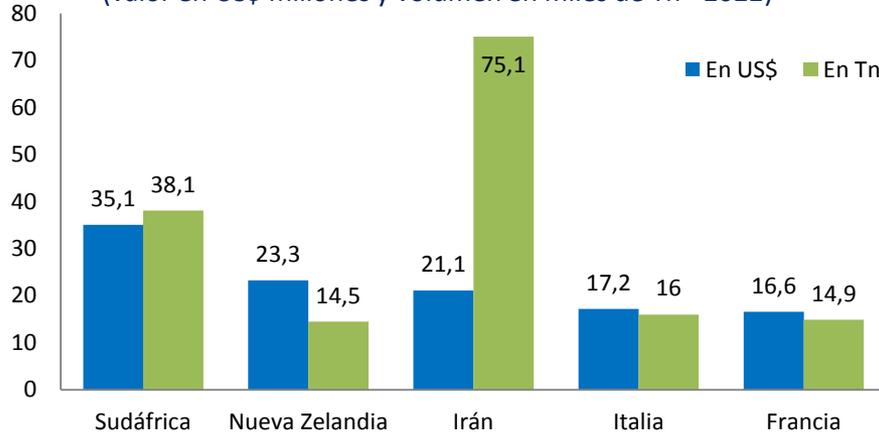
- **Frutos de cáscara, dátiles/higos y cítricos entre los principales productos importados** (~56% en valor y 44% en volumen).
- **Estados Unidos, Sudáfrica e India entre los principales mercados de origen de las importaciones** (44% del mercado en valor).

# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (frescas o refrigeradas)

Fuerte presencia de manzanas, limones y naranjas procedentes de Sudáfrica, y uvas de la India.

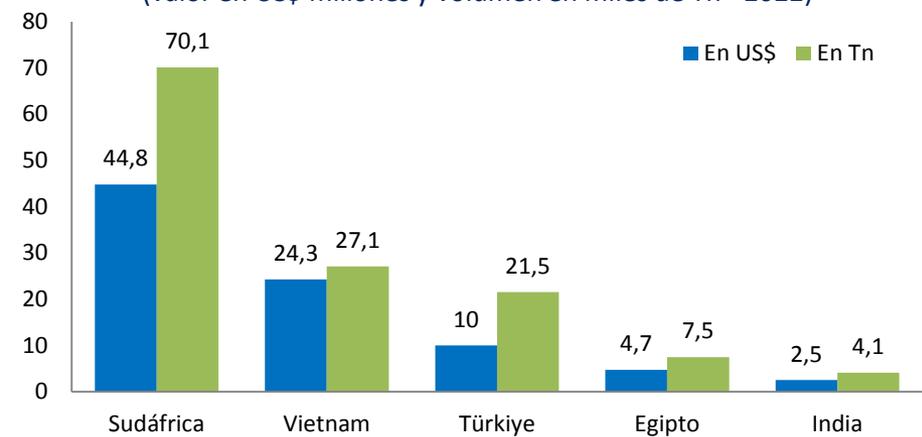
## Importaciones de manzanas frescas

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



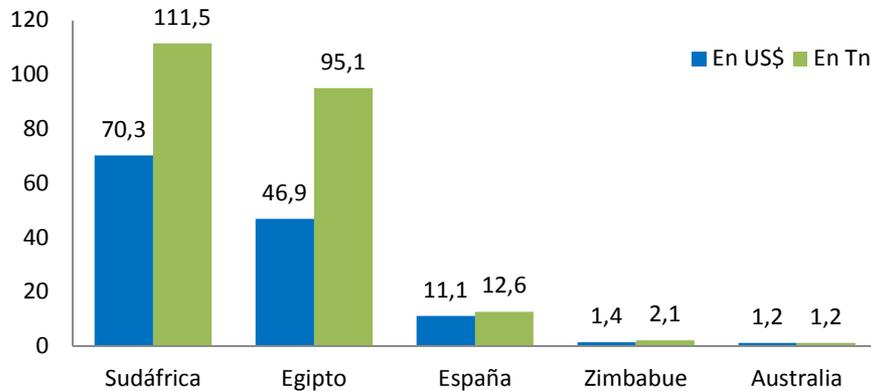
## Importaciones de limones (frescos o secos)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



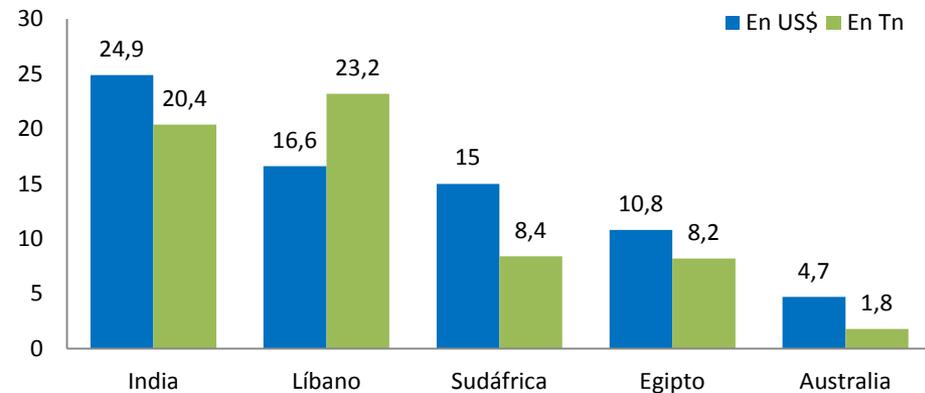
## Importaciones de naranjas (frescas o secas)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



## Importaciones de uvas frescas

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)

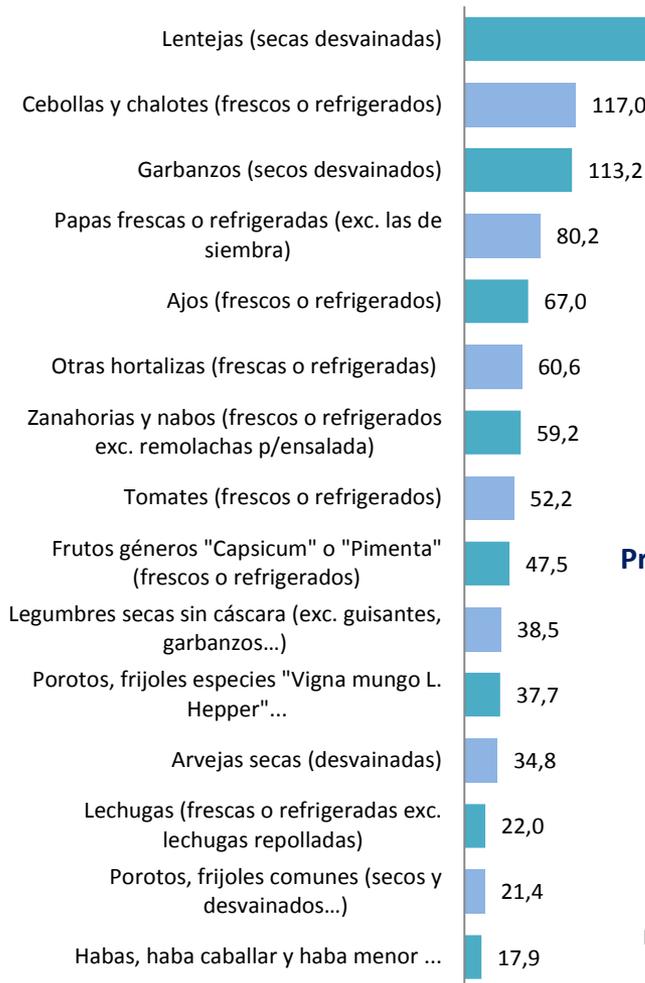


Arancel NMF: 0%

# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (frescas o refrigeradas)

Importaciones en crecimiento en los últimos años (principalmente en valor); hortalizas de vaina seca entre los de mayor volumen y valor importados.

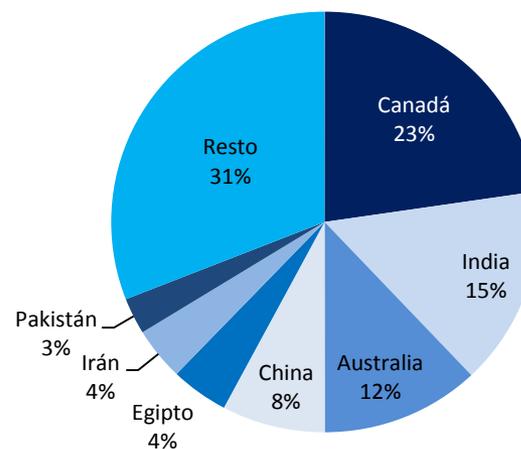
**Importaciones de hortalizas y verduras**  
(en US\$ millones - 2022)



**Importaciones de hortalizas y verduras**  
(en miles de Tn - 2022)



**Principales mercados de origen importaciones**  
(en % - 2022)



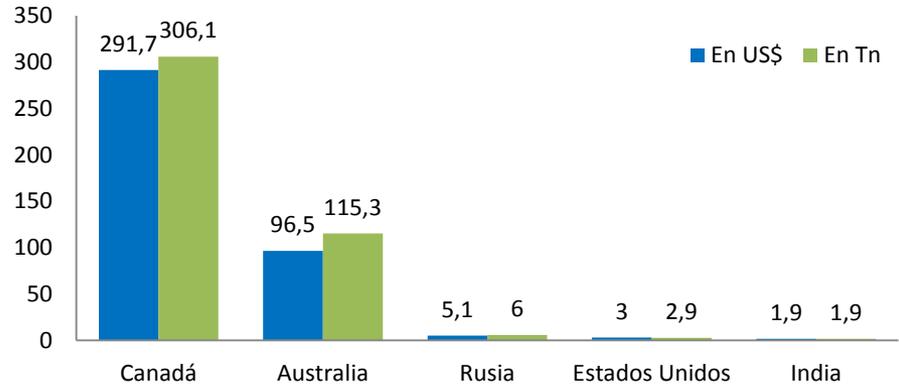
**Importaciones por ~US\$ 1.400 millones** (vienen creciendo a una tasa anual promedio de ~13,5% en valor y 3,5% en volumen).

- **Hortalizas de vaina seca, cebollas, ajos, puerros y hortalizas (frescas o refrigeradas exc. papas, tomates) entre los principales productos importados (~74% en valor y 72% en volumen).**
- **Canadá, India y Australia** entre los principales mercados de origen de las importaciones (50% del mercado en valor).

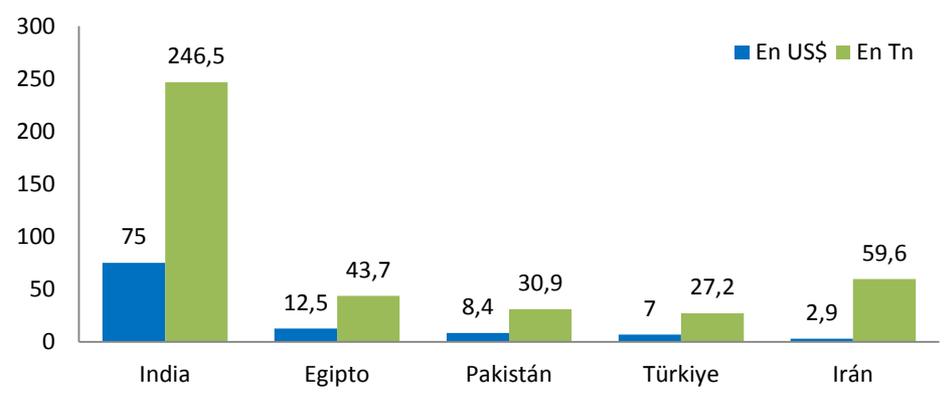
# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (frescas o refrigeradas)

Canadá, Australia, India y Pakistán entre los principales mercados de origen de los productos más importados.

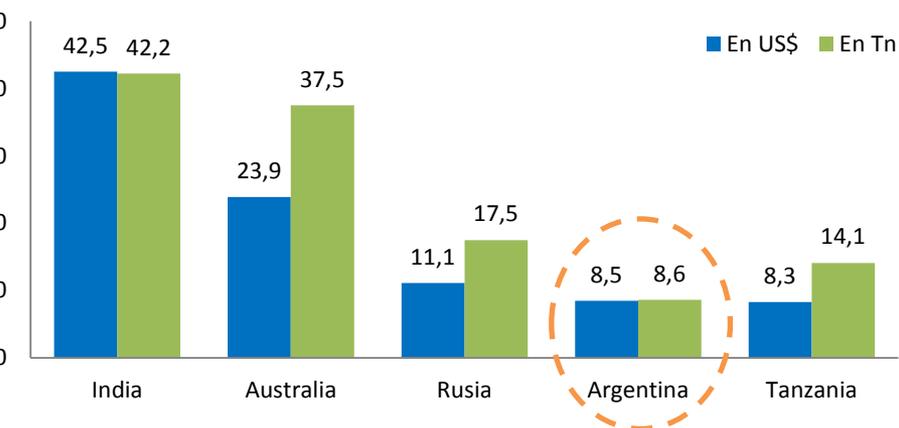
**Importaciones de lentejas secas (desvainadas)**  
(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



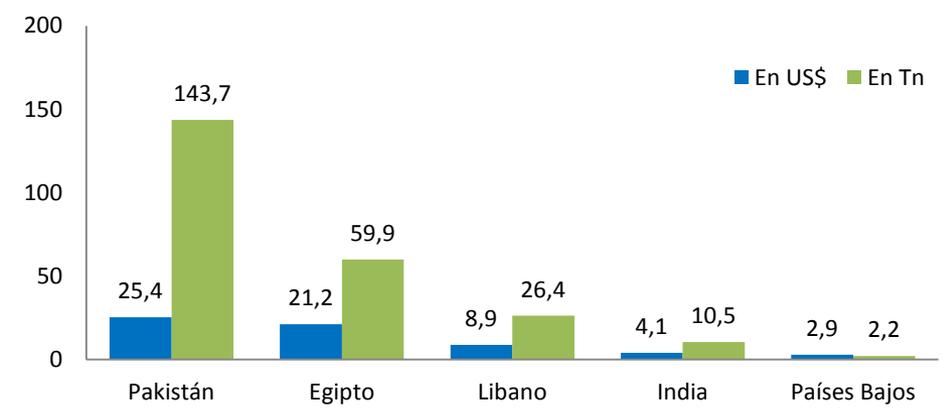
**Importaciones de cebollas (frescas o refrigeradas)**  
(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



**Importaciones de garbanzos (secos)**  
(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



**Importaciones de papas (frescas o refrigeradas)**  
(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



Aranceles – Lentejas y garbanzos	
Liga Árabe, GCC, India, EFTA, Israel, Singapur	0%
Resto	5%

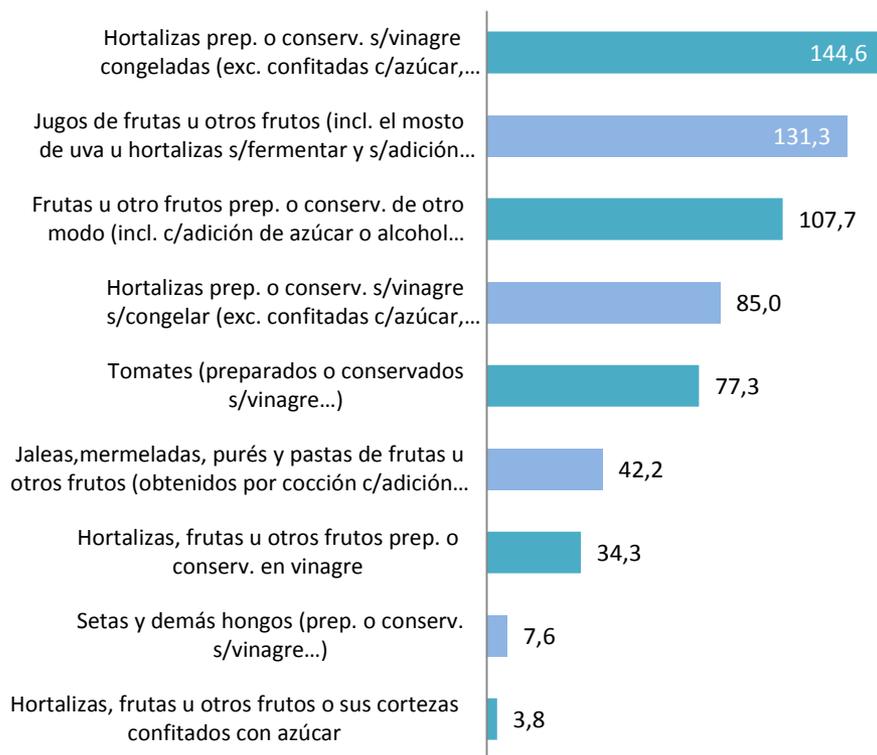
Aranceles - Cebollas y papas (NMF): 0%

# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (procesadas)

Importaciones en crecimiento en los últimos años; hortalizas congeladas, jugos de fruta y frutas congeladas entre los principales productos importados.

## Importaciones de frutas, verduras y hortalizas (procesadas)

(en US\$ millones - 2022)



## Principales frutas, verduras y hortalizas procesadas importadas

(en miles de Tn - 2022)



**Importaciones totales por ~US\$ 634 millones** (vienen creciendo a una tasa anual promedio ~14,5%); las importaciones, por volumen, están concentradas en conservas de tomates (exc. enteros o en trozos).

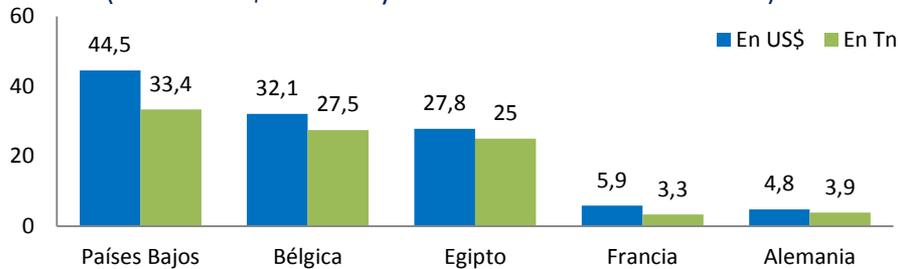
- Existe **variedad de productos disponibles en el mercado, dirigidos a diferentes grupos de consumidores**. El consumo está impulsado en gran medida por las preferencias culinarias (locales y de expatriados). Los **productos congelados son muy apreciados por casi todos los grupos de consumidores** debido al valor agregado de su conveniencia (creencia general de que las frutas y verduras congeladas son lo más parecido al producto fresco). **Demanda de frutas congeladas especialmente exóticas** (bayas que se utilizan en muchos postres o *snacks* de yogur).

# Alimentos y productos agropecuarios: frutas y verduras (procesadas)

Países de la UE y del Golfo entre los principales mercados de origen de las importaciones.

## Importaciones de papas preparadas o conservadas (congeladas)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)

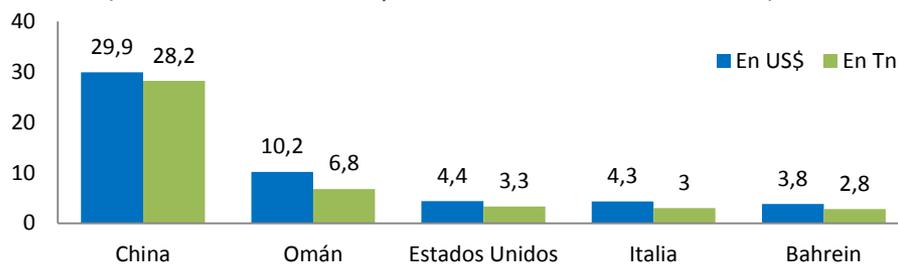


### Aranceles

Liga Árabe, GCC, India, EFTA, Israel, Singapur	0%
Resto	5%

## Importaciones de tomates preparados o conservados

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)

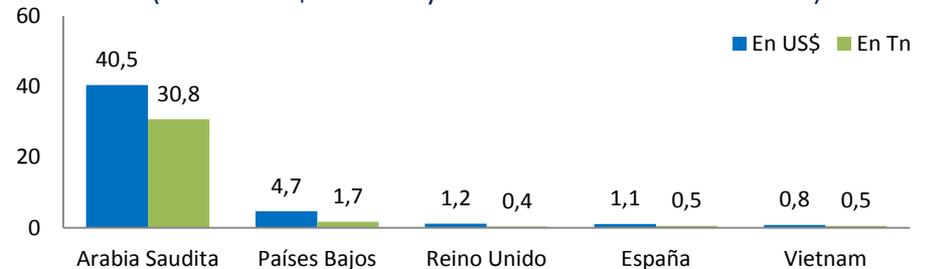


### Aranceles

Liga Árabe, GCC, EFTA, Singapur	0%
Israel	1,65%
India	3%
Resto	5%

## Importaciones de mezclas de jugos de frutas (sin fermentar)

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)

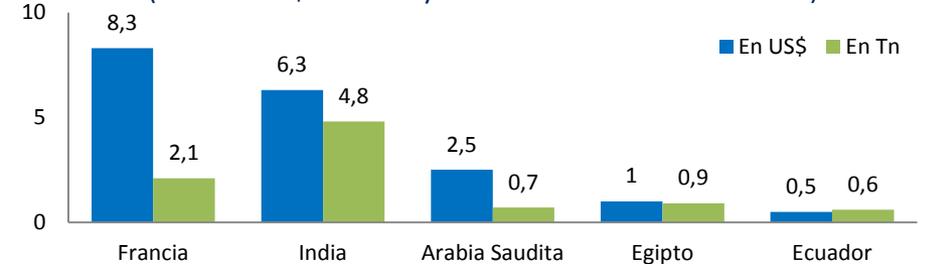


### Aranceles

Liga Árabe, GCC, India, EFTA, Singapur	0%
Israel	3,5%
Resto	5%

## Importaciones de jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas

(valor en US\$ millones y volumen en miles de Tn - 2022)



### Aranceles

Liga Árabe, GCC, EFTA, Singapur	0%
India	1,36%
Israel	3,3%
Resto	5%

# Alimentos y productos agropecuarios: vinos y otras bebidas alcohólicas

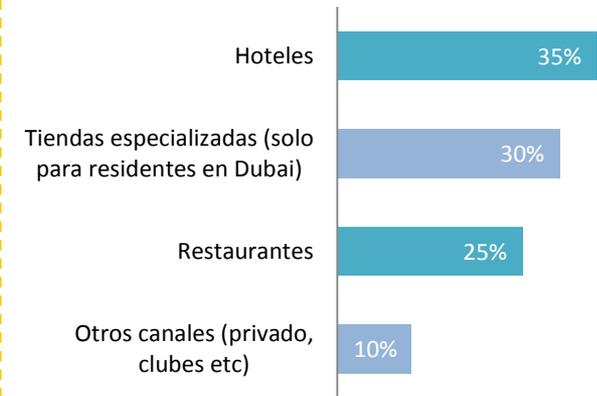
Mercado especialmente impulsado por el consumo de turistas y expatriados (Dubai como principal emirato en términos de consumo); nicho para vinos orgánicos y biodinámicos.



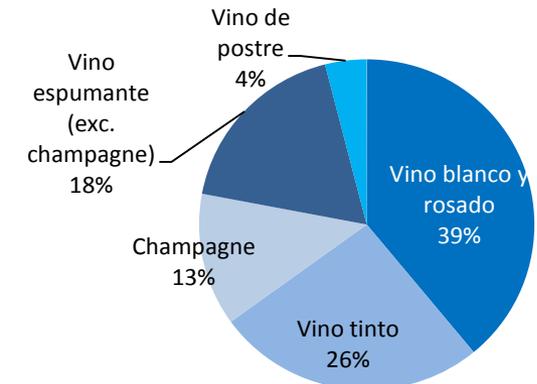
El mercado emiratí viene creciendo en los últimos años y se proyecta que lo siga haciendo a una tasa anual promedio de ~5% hasta 2028. Consumo ~26 millones de litros de vino (2022).

- **Preferencias:** creciente **interés especialmente entre las generaciones más jóvenes**. El vino se considera una **bebida sofisticada y de moda**, los consumidores conocen cada vez más las diferentes variedades y regiones de procedencia. **Demanda creciente de vinos premium e importados, ya que los consumidores buscan productos de alta calidad y sabores únicos**. Otra tendencia en el mercado es la **creciente preferencia por los vinos orgánicos y biodinámicos** (durante el proceso de elaboración no hay manipulaciones como adiciones de levadura o ajustes de acidez), existe una **creciente demanda de vinos producidos con métodos naturales y sostenibles** (mayor disponibilidad de vinos orgánicos y biodinámicos en el mercado).
- Es un **mercado que se ve influenciado por circunstancias especiales locales (alta proporción de expatriados que viven en el país)**. Muchos expatriados proceden de países productores de vino y tienen una gran afinidad por el producto. Esto contribuye con la **demanda de una amplia gama de variedades y marcas de vino**. El mercado también está influenciado por **factores macroeconómicos** (economía fuerte y altos ingresos per cápita); **los consumidores están dispuestos a gastar más en artículos de lujo, incluido el vino**. La **industria del turismo desempeña un papel importante en el impulso del mercado emiratí del vino**. El país atrae a un gran número de turistas, muchos de los cuales están interesados en experimentar la cultura y la cocina locales. **El vino a menudo se considera parte de la experiencia gastronómica y los turistas contribuyen a la demanda de vino en hoteles, restaurantes y establecimientos libres de impuestos**.
- **La venta de alcohol solo está permitida en áreas designadas** (tiendas minoristas exclusivas y puntos de venta autorizados como restaurantes y bares que forman parte de un hotel). **No se permite la venta de bebidas alcohólicas en espacios generales como tiendas de comestibles, supermercados o cualquier otro restaurante que no esté autorizado para vender o servir alcohol**. **Los consumidores (no musulmanes) que sean residentes en los EAU deben tener una licencia de licor válida para comprar o consumir en el país**.

## Principales canales de consumo de vino en Dubai (en % del total)



## Ventas de vino en el mercado de Dubai (en % del total)



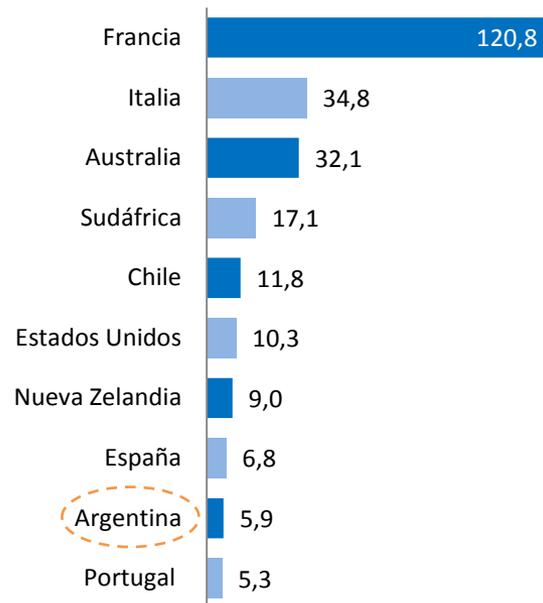
# Alimentos y productos agropecuarios: vinos y otras bebidas alcohólicas

Importaciones de vinos en crecimiento en los últimos años; fuerte presencia del vino francés en el mercado emiratí.

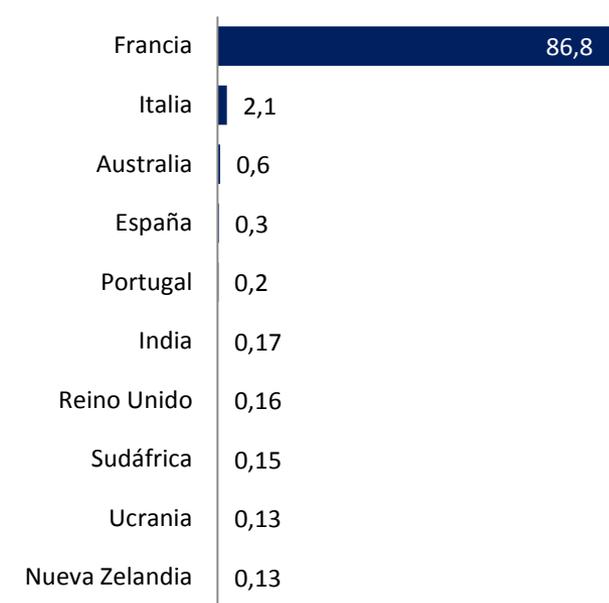
Principales bebidas alcohólicas importadas  
(en US\$ millones –2022)



Principales mercados de origen –  
vino en botella  
(en US\$ millones - 2022)



Principales mercados de origen –  
vino espumante  
(en US\$ millones - 2022)



- **Importaciones totales de bebidas alcohólicas por ~US\$ 1.160 millones** (~52% concentradas en whisky y vino en botella). **Las importaciones de vino en botella alcanzaron US\$ 265 millones**, crecieron a una tasa anual promedio de 9% en los últimos cuatro años.
- **Importaciones de vinos** (en botella y espumantes) **principalmente procedentes de países de la UE (Francia, 46% –vinos en botella y 94% en vino espumante–)**; **Argentina** representa ~2% del mercado de vino en botella (en valor).
- El **comercio de bebidas alcohólicas** se clasifica en términos generales de la siguiente manera: **canales on-trade** (consumo de alcohol en áreas designadas, como hoteles, bares, discotecas, etc.) y **off-trade** (consumo fuera o fuera de las instalaciones, como tiendas minoristas autorizadas); **puertos libres de impuestos y de Dubai; reexportación a otros países.**
- **Los derechos de aduana para productos alcohólicos sobre el valor CIF varían según el puerto de entrada en cada Emirato (Dubai tiene un arancel de 50%, además de que cada Emirato añade un impuesto a las ventas de bebidas alcohólicas).**

# Agronegocios: seguridad alimentaria

Los objetivos establecidos en la “ENSA 2051” representan oportunidades para nuestra oferta exportable en tecnologías y servicios agrícolas.



Abu Dhabi representa más del 77% de la superficie agrícola del país. La “Estrategia Nacional de Seguridad Alimentaria 2051” (ENSA 2051) busca transformar a los EAU en un *hub* líder en seguridad alimentaria impulsado por la innovación, y elevar la clasificación del país en el “Índice Mundial de Seguridad Alimentaria” (GFSI) al número uno en 2051.

- La ENSA busca garantizar que todos los ciudadanos emiratíes y residentes tengan acceso a alimentos seguros, suficientes y nutritivos a precios accesibles en todo momento y sentar una base sólida que les permita hacer frente a las crisis y emergencias alimentarias (estrategias para ser menos dependientes de las importaciones de alimentos sin comprometer la importancia de la facilitación del comercio).
- Seguridad alimentaria a largo plazo: inversión activa en tecnologías agrícolas innovadoras y prácticas agrícolas sostenibles para maximizar la producción local de alimentos y reducir la dependencia de fuentes externas (iniciativas que promuevan la fabricación y el procesamiento de alimentos en el país).
- Canasta alimentaria nacional: incluye 24 tipos principales de alimentos en base a tres criterios: conocimiento del volumen de consumo interno de los productos más importantes, capacidad de producción y procesamiento, y necesidades nutricionales.

## Los objetivos de la ENSA 2051 establecen cinco direcciones

- 1 Facilitar el comercio agrícola global y **diversificar las fuentes internacionales de proveedores.**
- 2 Mejorar el suministro interno de alimentos mediante **tecnología sostenible en toda la cadena de valor.**
- 3 **Reducir las pérdidas poscosecha.**
- 4 Garantizar la **seguridad de los alimentos** y mejorar la ingesta nutricional.
- 5 Aumentar las **capacidades de respuesta** a los riesgos y crisis de seguridad alimentaria.



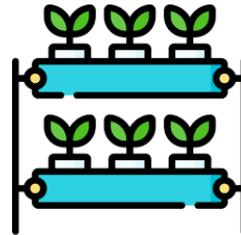
## PRODUCTOS PRIORIZADOS EN LA CANASTA ALIMENTARIA NACIONAL

FRUTAS	Manzanas Bananas Limonos Naranjas Dátiles
VERDURAS	De hojas verdes Tomates Papas Pepinos Cebollas Pimientos
CEREALES LEGUMBRES	Lentejas Arroz Trigo Azúcar
CARNES PROD. DERIVADOS	Carnes rojas Carne aviar Pescado Leche Huevos
OTROS PRODUCTOS	Aceites comestibles Alimentos fórmula infantil Té Café

# Agronegocios: oportunidades

Políticas públicas orientadas al mejoramiento de la agricultura que necesitan de la incorporación de tecnologías y servicios, lo que representa oportunidades comerciales para ser atendidas con nuestra oferta exportable.

Existen tres grandes sectores en los que el gobierno emiratí está invirtiendo en programas de investigación y desarrollo para impulsar la sostenibilidad en la agricultura y las industrias agrotecnológicas



## CULTIVOS VERTICALES

Es parte de los esfuerzos llevados adelante por los EAU para la adopción de tecnologías innovadoras en crecimiento de cultivos y el desarrollo de aplicaciones y asociaciones estratégicas con los principales actores público-privado.



## SEGURIDAD ALIMENTARIA

Utilización de soluciones *blockchain* para monitorear el movimiento de los animales, identificar anomalías de salud y aumentar la eficiencia operativa; información de trazabilidad para supermercados para garantizar productos seguros y verificados; conexión cliente/alimento.

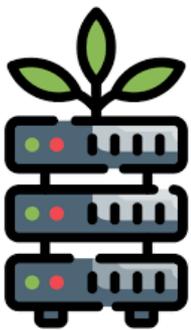


## IRRIGACIÓN

Dado su clima árido y escasez de agua, los EAU demandan soluciones de riego que minimicen el desperdicio de agua y garanticen la eficiencia (tecnologías de desalinización y sistemas de riego inteligentes).

# Agronegocios: oportunidades

Oportunidades para nuestra oferta exportable en paquetes tecnológicos y servicios para el mejoramiento de la producción y productividad agrícola.



<b>AGRICULTURA EN AMBIENTE CONTROLADO</b>	Hidroponía convencional Aeroponía Acuaponía
<b>HIDROPONÍA AVANZADA</b>	Hidroponía protegida Hidroponía de crecimiento asistida por luz
<b>PRÁCTICAS DE AGRICULTURA URBANA Y MODERNA</b>	Sistema de agricultura y energía de agua de mar Invernaderos/sistemas de invernadero con clima controlado Recaptura de agua de rocío Invernaderos de malla recubierta de metal Agricultura vertical Contenedores de crecimiento y riego inteligente Agricultura integrada de cultivos, ganadería y silvicultura
<b>TECNOLOGÍAS DE MODIFICACIÓN GENÉTICA</b>	Tecnologías de ingeniería genómica para manipular el crecimiento de las plantas en condiciones adversas Organismos genéticamente modificados (OGM) y técnicas de crecimiento de variedades de cultivos híbridos Modificación de hormonas vegetales
<b>TECNOLOGÍAS DE MODIFICACIÓN DEL SUELO</b>	Técnica de cultivo en camas elevadas Acondicionamiento del suelo multipropósito Polímeros hidrófilos súper absorbentes Partículas de nano arcilla

# Agronegocios: oportunidades

Oportunidades para nuestra oferta exportable en paquetes tecnológicos y servicios para el mejoramiento de las actividades vinculadas a la poscosecha y distribución de la producción agrícola.



## DIGITALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE PROCESAMIENTO AGRÍCOLA

Uso de drones y cámaras espectrales de menor coste para el mapeo de granjas  
Mapeo digital de paisajes para monitorear áreas de expansión urbana y tasas de desertificación  
Detección por microondas  
Robots para cosecha y control de malezas. Procesamiento de análisis de datos relacionados y servicios móviles

## USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL E INTERNET DE LAS COSAS

Agricultura *blockchain* y tecnología de contabilidad distribuida (DLT)  
Registros basados en *blockchain* para permitir a los productores y fabricantes verificar los orígenes exactos de cualquier producto agrícola  
Uso de chips avanzados de identificación por radiofrecuencia (RFID) para procesamiento y almacenamiento

## TÉCNICAS SUSTENTABLES DE ALMACENAMIENTO POSCOSECHA Y TECNOLOGÍAS DE MONITOREO DE CONSUMO

Unidades de refrigeración alimentadas por energía solar  
Cámaras de refrigeración de “energía cero”  
Instalaciones para el manejo de la cadena de frío  
Monitoreo en tiempo real de los alimentos perecederos  
Sensores para alimentos  
Reciclaje de residuos de cultivos para frenar la quema agrícola

## DIGITALIZACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE DISTRIBUCIÓN

Imágenes aéreas, sensores remotos, drones, etc. para análisis de datos en tiempo real  
Tecnología de criptoanclaje para agricultura

# Sector farmacéutico/salud

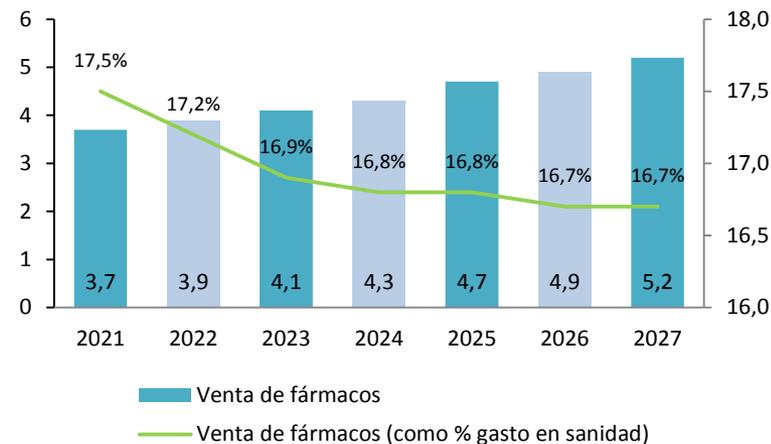
Importaciones y ventas de productos farmacéuticos en crecimiento para los próximos años; es un importante *hub* que permite la reexportación hacia otros mercados más pequeños.



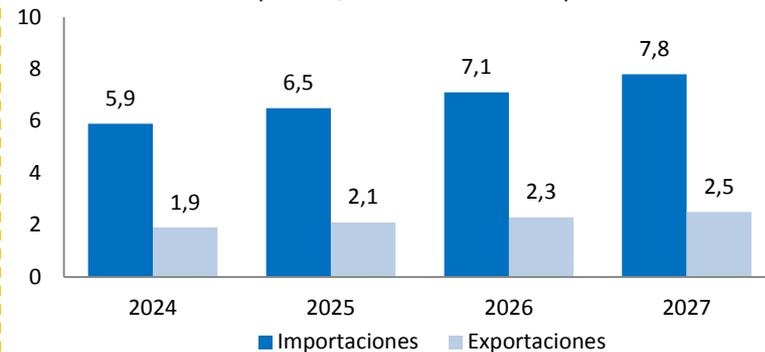
Mercado farmacéutico valuado en US\$ 4.100 millones (2023), registra un crecimiento i.a. de 5,7% y se estima que para 2027 alcance un valor de ~US\$ 5.300 millones y, en 2032 de US\$ 7.500 millones. Mercado con una elevada dependencia de la importación de fármacos (~90%), la producción local es reducida y está centrada en genéricos. Se prevé que para los próximos años las importaciones crezcan a una tasa anual promedio de 6,4% (2022-2027).

- Es un mercado que **está tratando de reducir su dependencia de los productos farmacéuticos importados mediante el desarrollo de la producción local de productos farmacéuticos**. La industria farmacéutica local está liderada por *Julphar Gulf Pharmaceutical Industries* (es el mayor fabricante de productos farmacéuticos genéricos en Medio Oriente y África del Norte).
- El sector farmacéutico viene creciendo tras la pandemia de COVID-19 y se prevé que lo siga haciendo en los próximos años. Esto se debe a diversos factores: demanda creciente para el tratamiento de enfermedades crónicas (cáncer, diabetes, trastornos cardiovasculares, problemas respiratorios, trastornos renales), obligatoriedad de los seguros de salud, alto gasto en salud per cápita, preferencia por medicamentos innovadores, continuas inversiones en desarrollo y la expansión de las infraestructuras de salud.
- Los EAU aspiran a seguir siendo un *hub* regional del sector farmacéutico, ya que cada vez son más las empresas farmacéuticas internacionales que establecen filiales en los emiratos y operan por todo Oriente Medio. Crearon varias zonas francas en el país que se convirtieron en centros para la industria farmacéutica (*Dubai Healthcare City, Dubai Science Park y Jebel Ali Free Zone*).
- La “Estrategia Industrial Dubai 2030” y la “Visión 2030 Abu Dhabi” sitúan a la industria farmacéutica como uno de los principales subsectores prioritarios a desarrollar debido a sus perspectivas de crecimiento futuro, su potencial de exportación y su impacto económico a mediano y largo plazo.

Proyección de venta de fármacos  
(en US\$ miles de millones y % en gasto en sanidad)



Proyección de comercio exterior de productos farmacéuticos  
(en US\$ miles de millones)

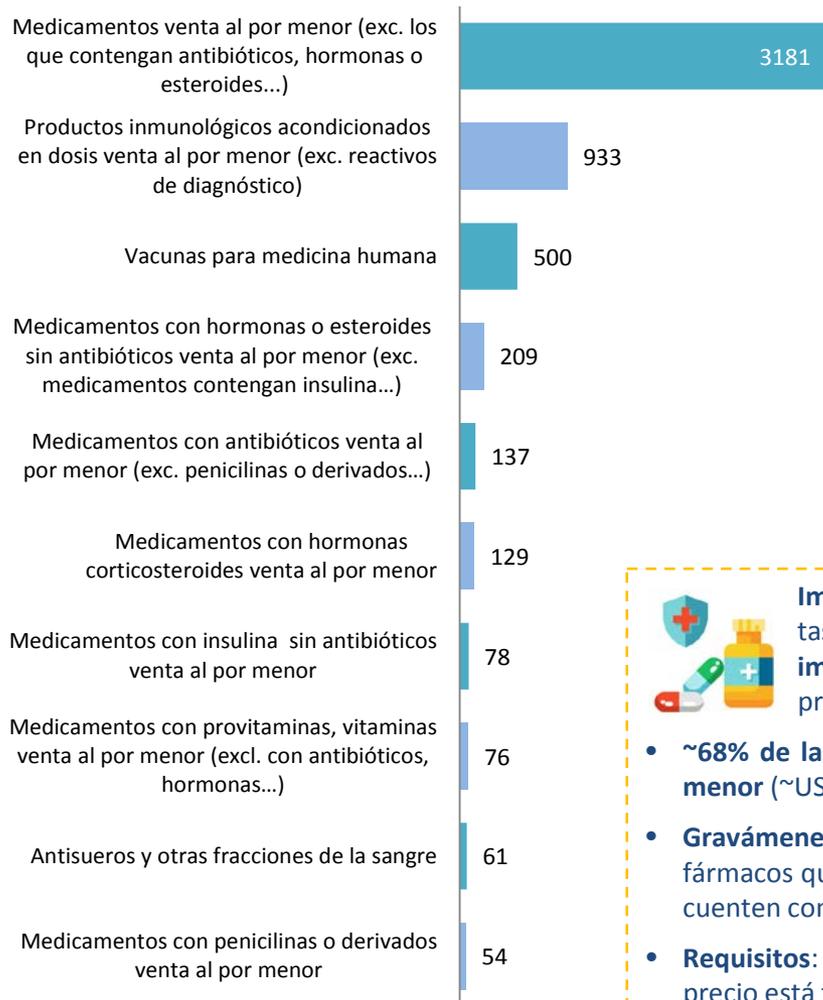


# Sector farmacéutico/salud

Importaciones en crecimiento en los últimos años; principalmente concentradas en productos dosificados para la venta al por menor; UE (Alemania y Francia) principal mercado de origen de las importaciones.

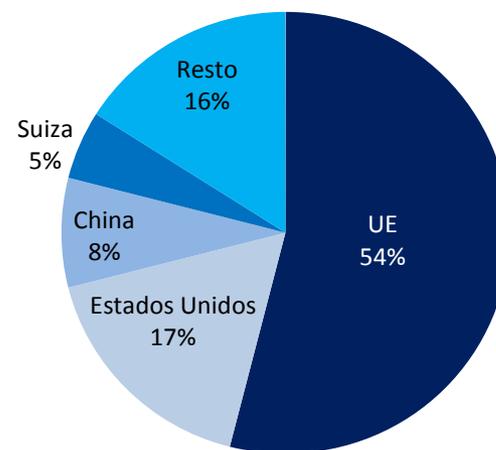
## Principales productos farmacéuticos importados

(en US\$ millones – 2022)



## Principales mercados de origen de las importaciones

(en % – 2022)



**Importaciones de productos farmacéuticos por ~US\$ 5.800 millones** (registran una tasa anual de crecimiento promedio de 12% entre 2019-2022); **54% de las importaciones tienen como mercado de origen a la UE** (Alemania y Francia principalmente), seguida de Estados Unidos (17%) y China (8%).

- **~68% de las importaciones** corresponden a **medicamentos dosificados para la venta al por menor** (~US\$ 3.900 millones).
- **Gravámenes:** los fármacos están exentos de arancel a la importación. Además, aquellos fármacos que están registrados como medicamentos en el Ministerio de Salud (MOHAP) o que cuentan con permiso de importación, están exentos del IVA.
- **Requisitos:** todos los fármacos deben estar registrados en el Ministerio de Salud (MOHAP) y el precio está fijado por el *Medicine Companies and Pricing Committee*.

# Anexo: propuesta de Acuerdo MERCOSUR – Emiratos Árabes Unidos



- Las **exportaciones de Argentina a Emiratos Árabes Unidos (EAU)** en 2023 **superaron los U\$S 331 millones**. Los emiratos **ocupan el lugar n° 38 como destino de nuestras exportaciones** y representan el **0,5% de nuestras ventas externas**.
- Las **ventas argentinas** al mercado emiratí están **concentradas en productos primarios y combustibles**. En primer lugar, se encuentran los **aceites crudos de petróleo**, seguido por **maíz en grano, tubos sin costura de acero y pellets de soja**.
- En relación con las **importaciones**, las compras de Argentina desde los EAU **alcanzaron U\$S 197 millones**. Se ubican en el **puesto N° 42 como origen de nuestras importaciones** y representan el **0,3% de nuestras compras totales**.
- Las **importaciones argentinas** desde el mercado emiratí **muestran un elevado grado de concentración**. Los **principales productos** provenientes desde dicho país son **gas oil y aceites lubricantes de petróleo**.
- En el año **2023, Argentina registró un saldo positivo de US\$ 134 millones** con los Emiratos Árabes Unidos.



- En un análisis de impacto realizado por esta DNCEI, **un acuerdo de liberalización comercial entre el Mercosur y los Emiratos Árabes Unidos, el PIB de Argentina tendría una variación positiva**.
- En lo que respecta al comercio bilateral de Argentina con los Emiratos Árabes Unidos, los resultados muestran que **las exportaciones argentinas al mercado árabe crecerían**, con un saldo de la **balanza comercial bilateral positivo para nuestro país**.
- En términos sectoriales, los **principales sectores que se verían beneficiados en cuanto a las exportaciones y el saldo comercial** entre la Argentina y los Emiratos Árabes Unidos (frente a una desgravación plena) serían: **bebidas y productos de tabaco, productos alimenticios, aceites y grasas vegetales, semillas oleaginosas y lácteos**.

## Enlaces y contactos de interés

Para mayor información sobre las oportunidades comerciales con los Emiratos Árabes Unidos y otros países puede consultar:

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

Dirección de Promoción de las Exportaciones de Bienes (DEAGI)

Email: [deagi@mrecic.gov.ar](mailto:deagi@mrecic.gov.ar) - Teléfono: 4819 7915

<https://cancilleria.gob.ar/es/cei>



**CEI** Dirección Nacional  
Centro de Economía  
Internacional



Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio Internacional y Culto  
República Argentina

# ANÁLISIS DE PERSPECTIVAS COMERCIALES Y DE CONSUMO

## EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

La presente publicación  
no necesariamente  
refleja la opinión del  
Ministerio de Relaciones  
Exteriores, Comercio  
Internacional y Culto de  
la Argentina.

Se autoriza la  
reproducción total o  
parcial citando fuentes.