



Informe comercial de miel pura P.A.
04090000 elaborado por la
Embajada de la República Argentina en
Emiratos Árabes Unidos

Junio de 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Embajada de la República Argentina
Emiratos Árabes Unidos

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	2
1. Código arancelario.....	3
2. Arancel y barreras paraarancelarias.....	3
3. El mercado emiratí.....	3
4. Aspectos técnicos y de regulación comercial.....	7
5. Canales de distribución.....	8
6. Posibles estrategias de penetración.....	10
7. Listado de importadores.....	12

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio fue elaborado el mes de junio de 2021 y aborda el mercado de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) para la posición arancelaria **P.A 04090000- Miel Pura**.

A tal efecto, se describirá el sector (características, producción, importación, exportación y consumo aparente), aspectos técnicos (documentación, etiquetado, certificaciones) y comerciales (canales de distribución, muestras, marcas existentes en el mercado).

También se sugerirán pautas para una estrategia comercial/de inserción, bajo el criterio de facilitar la incursión de la miel argentina en el mercado emiratí.

1. Código arancelario

04090000 (miel natural)

2. Arancel y barreras paraarancelarias

5% (alimento procesado, envasado).

EAU es miembro del GAFTA (Zona de libre comercio Árabe integrada por los países del Consejo de Cooperación del Golfo, Argelia, Egipto, Iraq, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Somalia, Sudán, Siria, Túnez y Yemen) desde el 8 de marzo de 1994. Todos ellos están exentos del pago de aranceles.

En general no existen restricciones a las importaciones, excepto aquellas basadas en consideraciones sanitarias, de calidad o religiosas, por medio de autorizaciones previas.

3. El mercado emiratí

Emiratos Árabes es un país con muy baja producción de alimentos, debido principalmente a las condiciones climáticas desfavorables. Por ello, sigue siendo altamente dependiente de las importaciones para satisfacer las necesidades de su población.

Alrededor del 90% de la actividad económica se desarrolla en los emiratos de Dubai y Abu Dhabi. Sus principales centros de consumo son Dubai, Abu Dhabi, Sharjah y Ajman.

En su calidad de hub, continúa fortaleciendo su rol de intermediario en la cadena global de comercio mediante inversiones en infraestructura logística. Este hecho que le permite incrementar su capacidad de almacenar y reexportar hacia terceros mercados, especialmente el Consejo de Cooperación del Golfo, Africa, el Levante, el subcontinente indio y el sudeste asiático.

a) Producción

Si bien no hay difusión pública de la producción local, en Emiratos Arabes se elabora básicamente la exclusiva miel de Sidr (recolectada entre septiembre y noviembre), la miel de acacia tortilis (se produce entre abril y junio) y la de Ghaf (muy dulce, solo está disponible en este país). Destacan firmas como Areej Honey, Hatta Honey, ANHB y Merwfood, entre otras.

En base a consultas con referentes, se estima que la producción en 2019 fue próxima a las 3.000 toneladas (no se incluye la miel importada a granel y luego refinada/envasada “in situ”). Dicho volumen continúa creciendo, ya que Emiratos Arabes es un activo importador de abejas reinas y explota granjas donde se cruzan linajes y reproducen para adaptarlas al clima del país. Incluso, está exportando colmenas a algunos países árabes (especialmente Arabia Saudita, Egipto y Sudán).

La miel producida en el país se consume dentro de sus fronteras casi en su totalidad.

b) Importaciones

AÑO	TONELADAS	U\$S
2017	10.582	34.177.614
2018	9.114	30.806.176
2019	8.955	28.685.737

Fuente: COMTRADE, ONU

Emiratos Árabes importa miel a granel en tambores de 200 kilogramos, para ser procesada a nivel local. También miel fraccionada en envases listos para la venta minorista, principalmente de 125 gramos a 3 kilogramos. El formato más común es el de 500 gramos.

Si bien podría decirse que las importaciones son relativamente estables, se observa una leve tendencia a la baja en los tres años analizados. Esto coincide con un aumento de la producción interna en granjas apícolas.

Los principales importadores en 2019 fueron India (2.560 toneladas), Australia (2.274 toneladas), Pakistán (1.008 toneladas), Alemania (599 toneladas), Arabia (575 toneladas), Irán (238 toneladas) y Omán (198 toneladas).

c) Exportaciones

AÑO	TONELADAS	U\$S
2017	2.000	5.987.473
2018	1.956	6.213.428
2019	1.844	5.839.915

Fuente: COMTRADE, ONU

Emiratos Arabes exporta muy poca miel producida dentro de sus fronteras. La miel importada a granel se fracciona y se comercializa a terceros países.

En este contexto, se observa que el ritmo de las exportaciones ha experimentado una caída anual no muy pronunciada durante los años analizados, reflejando el comportamiento anual de las importaciones.

d) Consumo

El consumo de miel en Emiratos Arabes está vinculado a la salud y preceptos religiosos. En efecto, el Corán estipula que “la miel es un remedio para cada enfermedad”. Las compras se intensifican durante las festividades musulmanas.

Durante el invierno es más consumida la variedad Al Samr, una miel marrón oscura que beneficia la inmunidad y mejora la circulación sanguínea. Cuesta entre 55 y 110 dólares por kilo, según la calidad y la mezcla. Algunas variedades son muy demandadas durante todo el año, como la Manuka de Australia, ya que posee propiedades antibacterianas únicas.

Los supermercados más grandes cuentan con áreas de venta de miel según su origen, donde se destacan las propiedades de cada caso y se permiten degustaciones. Aun así, el cliente promedio tiene escaso conocimiento acerca de las diferentes variedades. Por tal razón, suele optar entre las siguientes categorías: i) líquida o cremosa (nunca dura), ii) clara u oscura (aunque siempre transparente).

AÑO	PRODUCCION estimada	IMPORTACION	EXPORTACION	CONSUMO APARENTE
2017	500	10.582	2.000	9.082
2018	2.500	9.114	1.956	9.658
2019	3.000	8.955	1.844	10.111

Fuente: COMTRADE, ONU

Como se observa en la tabla, el consumo aparente se ha mantenido relativamente estable durante el trienio analizado, con una tendencia a la suba. El mercado parece más proclive a consumir el producto nacional, aunque el peso de las importaciones continúa siendo determinante.

En cuanto las preferencias, se realizan los siguientes comentarios:

- Hay alta apreciación por la miel de Yemen. Cuesta entre 150 y 400 dólares el kilo, dependiendo de dónde se recolecte y si es silvestre o cultivada. Es mayormente comercializada a través de Arabia Saudita.
- La miel proveniente de Australia es considerada beneficiosa para la salud y de buen sabor. Muy consumida por la clase media, especialmente.

- Con excepción de la miel alemana, bastante aceptada por el consumidor de mayor poder adquisitivo, el producto de otros países europeos suele ser más genérico e incorpora variedades de terceros orígenes.
- Las mieles de las zonas montañosas de Asia (Himalaya, por ejemplo) están ganando espacio en las góndolas por su aroma y exotismo.
- Las mieles de Pakistán e Irán son económicas, y están dirigidas al público de poder adquisitivo medio y medio-bajo.
- La miel proveniente de China (mayor productor de miel del mundo) llega a muy bajo precio. No obstante, la escasa calidad ha ido socavando su participación en el mercado.

Principales marcas presentes:

- Capilano: Líder en Australia, es uno de los más grandes productores de miel envasada del mundo. Comercializa miel de Manuka.
- Nectaflor: Líder en Suiza. Se especializa en blends con características originales, adaptando las presentaciones a los requerimientos de los consumidores en el mundo.
- AirBone: Originaria de Nueva Zelanda. Comercializa miel de Manuka y una línea especial para niños.
- Al Ameen Royal Honey: Originaria de Gran Bretaña. Provee miel cruda y orgánica para los sectores de salud y alimentación. Ofrece una presentación que combina miel con frutos secos en su interior. Incluye las variedades Manuka y Sidr.
- Langnese: Empresa alemana con gran tradición. Maneja grandes volúmenes de blends de alta calidad, con un packaging muy atractivo.
- Comvita: Empresa neozelandesa especializada en miel de Manuka. Con mayor presencia en el sector retail, es reconocida por su gran calidad.
- Lune de Miel: Originaria de Francia. Blend de miel francesa con otras seleccionadas de diferentes partes del mundo. Posee una amplia oferta de variedades, enfocándose mucho en la innovación del packaging.
- Al Shifa: 100% natural, excelente imagen. Cuenta con el certificado de calidad de la Saudi Arabian Standards Organization (SASO). Utiliza materia prima de los bosques tropicales de Sudamérica, Australia y los Alpes. Posee una gran penetración en el mercado local.

4. Aspectos técnicos y de regulación comercial

a) Documentación

Cuando el envío arriba al puerto de ingreso, el importador debe llevar el cargamento al lugar de inspección del Departamento de Control de Alimentos ubicado dentro de esa terminal, presentando los siguientes documentos:

- Factura comercial original, firmada por el exportador
- Declaración de ingreso marítima o aérea (Bill of entry o Airway bill)
- Orden de entrega (Delivery order), sólo en el caso de contenedores
- Certificado sanitario en original, aprobado por la autoridad sanitaria gubernamental en el país de origen
- Certificado de origen
- Lista de empaque de la carga (Packing list), firmado por el exportador en original

Los importadores tienen la responsabilidad de hacer el registro de los productos y obtener las aprobaciones del etiquetado para poder realizar el desaduanamiento, en coordinación con el exportador.

b) Etiquetado y envase

Previamente al arribo del producto a Emiratos Arabes por primera vez, la empresa importadora debe obtener la aprobación del etiquetado. Cada etiqueta debe contener la siguiente información en árabe o en inglés (con su correspondiente traducción al árabe):

- Nombre de la marca
- Nombre del producto (una descripción resumida del producto alimenticio)
- Ingredientes (ordenado según peso o volumen)
- Fecha de producción y de expiración del producto. Por asignarse a la miel una vida útil de 3 años, en Emiratos Arabes es práctica comúnmente aceptada que el ingreso del producto importado se produzca antes del año y medio de envasado, dejando el otro 50% de vida útil para la comercialización local.
- Nombre del fabricante, empacador, distribuidor o importador del alimento
- Peso neto o volumen neto
- País de origen
- Código de barra del producto

- Número de lote
- Condiciones de almacenamiento (si la vida útil del producto depende de dichas condiciones)
- Mención de ingredientes que podrían causar hipersensibilidad
- Información nutricional (opcional, excepto para los productos con usos especiales como alimento para bebés o alimentos para enfermos).

Con respecto a los envases, se utiliza tanto el vidrio como el plástico, en distintas medidas.

c) Certificaciones

La certificación Halal no es requisito para la miel natural ni es solicitada por los importadores. La miel es considerada un alimento puro por naturaleza, tanto por importadores como por consumidores.

La certificación HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) no es obligatoria, pero resulta altamente valorada por los importadores que distribuirán el producto en el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafés), ya que tales establecimientos suelen requerirla.

A partir del 1° de abril de 2020, la Autoridad del Emirato de Normalización y Metrología (ESMA) comenzó a aplicar el requisito de “Marca de Calidad de los Emiratos” (EQM) en las etiquetas de los envases de miel comercializados en el país (Decreto N° 49, Consejo de Ministros). Se trata de una conformidad para demostrar el cumplimiento de los estándares nacionales, regionales y / o internacionales vigentes en Emiratos Arabes. Para obtener una EQM, los fabricantes extranjeros deben solicitar el registro directamente a la ESMA y recibir una evaluación del proceso de fabricación. La tarifa del trámite puede alcanzar hasta 9.000 dólares. Es válido por tres años, después de lo cual el fabricante deberá repetir el mismo proceso. Teniendo en cuenta el tiempo y el esfuerzo que requiere la industria para realizar la transición a las etiquetas de los nuevos productos con EQM, la autoridad competente puede proporcionar un período de gracia, caso por caso.

5. Canales de Distribución

Los principales canales de distribución son supermercados, tiendas gourmet especializadas, algunas farmacias (Jalea Real, Colmena, Manuka, etc.) y hoteles/restaurantes. Es habitual que los importadores de alimentos en Emiratos Árabes vendan directamente a los negocios minoristas o los canalicen a través de mayoristas y distribuidores, quienes a su vez los comercializan a través de la red minorista en todo el país.

El mayor crecimiento en el sector de la distribución está ocurriendo con los hipermercados, que cubren más del 50% de la cuota de mercado. En los últimos años, su expansión los ha convertido en grandes distribuidores a minoristas.

En términos generales, los importadores de alimentos operan habitualmente con márgenes entre el 10 y 15%, mientras que los minoristas cargan entre un 20 y 25% a los precios del importador o mayorista. En el caso de la miel, los márgenes se reducen por considerarse un commodity.

a) Principales hiper/supermercados

Spinneys: Cadena dirigida al cliente europeo y al público de mayor poder adquisitivo. Se abastece de distribuidores que manejan productos de alta calidad asociados a un mayor precio.

Choithram: Grupo internacional que opera como red de supermercados y distribuidor a otras cadenas, mayoristas, hoteles, restaurantes, catering y líneas aéreas. Tiene una oferta amplísima de productos y representa a más de 80 marcas conocidas internacionalmente.

Al Maya Group: División del grupo Al Maya (una de las cadenas de supermercados más grandes de la región). Opera como mayorista con su propio centro de distribución, siendo proveedores también de otros establecimientos minoristas. Abastece a hoteles, restaurantes, catering.

Carrefour: Es líder en distribución minorista para los países de la zona. Compite con las cadenas locales como Emke Group, de Abu Dhabi. Está realizando una fuerte inversión en infraestructura de distribución en Medio Oriente.

Emke Group: Tiene el mayor hipermercado de Dubai (bajo el nombre de Lulu Hypermarket). Su red de establecimientos incluye 58 tiendas en el Golfo (EAU, Omán, Qatar, Kuwait y Yemen), de las cuales 47 se encuentran en este país. Por apuntar al consumidor masivo, comercializa básicamente mieles de calidad promedio.

b) Tiendas gourmet

En Emiratos Arabes existen varias tiendas especializadas en productos gourmet. Este tipo de negocios se caracteriza por presentar una miel cruda, muy fresca, con gran variedad de colores, texturas, aromas y procedencias. Muchas de ellas abastecen al canal HORECA. Las más destacadas son las siguientes:

Food Specialities LLC: Proporciona ingredientes para panadería, bebidas, confitería, productos lácteos e industria cárnica. Se encuentra ubicada en Dubai y extiende su cobertura a los demás emiratos, al igual que a los países vecinos.

Hassani Food Industries: Posee la mayor instalación para fabricación de alimentos integrales de la región. Opera una serie de marcas privadas con alcance directo en más de 50 países.

JM Foods LLC: Ofrece todo tipo de ingredientes gourmet. Fuertes abastecedores del canal HORECA en la región.

Promar General Trading: Distribuidor de alimentos líder en la región. Suministra una amplia gama de marcas de alimentos de alta gama a los canales minorista, mayorista y de servicios.

Truebell Marketing & Trading LLC: Ofrece más de 2.500 productos que son utilizados por chefs en hoteles de 5 estrellas, en más de 1.200 puntos de venta minoristas y empresas de catering de aerolíneas en Medio Oriente. Se ha asociado en exclusividad con más de 100 marcas internacionales y sus productos importados. Cumple con los estándares más altos de calidad.

Blossom & Bloom: Tiene su propio conjunto de marcas relacionadas, incluidos alimentos saludables, orgánicos y premium.

Royal Honey Bee: Pequeño local ubicado en el Dubai Mall. Comercializa mieles importadas desde todo el mundo. Utiliza grandes vasijas a partir de las que fracciona y envasa al momento de la compra, de acuerdo a los requisitos del cliente.

Casa Pons: Empresa libanesa que se especializa en miel, nueces, café, granos y semillas. Trabaja con materias primas de primer nivel, de todo el mundo. Ofrece más de 50 variedades de miel, que van desde sabores étnicos fuertes hasta sabores regionales sutiles.

6. Estrategias de penetración en el mercado

a) Generalidades

La miel argentina es un producto relativamente nuevo en Emiratos Arabes y, por ende, amerita un trabajo de promoción para su incursión en el mercado.

Para generar nuevos negocios, debe crearse un marco de confianza a través de la interacción directa. La estrategia de promoción más utilizada es la visita al mercado, ya sea en una agenda B2B o a través de participación en ferias del rubro. Las ferias están dirigidas a los profesionales de la industria de alimentos (gerentes y/o

encargados de compra de empresas importadoras, así como referentes del sector HORECA) y, por lo tanto, cobran relevancia los aspectos cualitativos de los productos. Las más recomendables son las siguientes:

- Gulfood. La mayor de Medio Oriente en el rubro alimentos (www.gulfood.com)
- Speciality Food Festival. Especializada en la promoción de productos con valor agregado (www.speciality.ae)
- Yummex. Feria especializada en snacks y dulces (www.yummex-me.com)
- SIAL Middle East. Feria de alimentos en Abu Dhabi (www.sialme.com)

Habiéndose producido el contacto directo, es necesario alimentar el vínculo con comunicaciones posteriores vía mail y/o telefónica.

Por otra parte, el importador espera que el exportador cumpla sus requerimientos de calidad y sus compromisos de venta. El precio sigue siendo un factor determinante para el producto más masivo.

El envío de muestras es muy útil para poder lograr insertar el producto, encontrar el distribuidor adecuado y apoyarlo en la primera etapa de inserción del producto. Las muestras sin valor comercial están libres de derechos de importación, siempre que el envase indique claramente que se trata de bienes no comercializables. Debe coordinarse con el Director de Aduanas la libre entrada de los bienes, preferentemente a través del sponsor local.

b) Consideraciones y sugerencias

Si bien es significativa la presencia de mieles provenientes del extranjero, para el exportador argentino es factible atender al consumidor que busca alta calidad, donde dicho factor prevalece sobre el precio. Al respecto, se sugiere considerar las siguientes pautas:

- Los importadores emiratíes buscan explorar nuevos aromas y sabores, con un packaging innovador. Por su parte, Argentina posee una variada flora que puede contribuir al valor agregado de los productos apícolas.
- Es recomendable destacar científicamente las cualidades terapéuticas y origen botánico del producto, cualidades organolépticas (sabor, consistencia y color), con identificación y cuantificación de los compuestos químicos presentes (pigmentos antioxidantes del tipo flavonoides o del tipo carotenos).
- También se podrá presentar combinaciones tales como miel con frutos secos y de diferentes árboles nativos, entre otras opciones.

Sin perjuicio de ello, la miel más genérica, incluida aquella con destino a repostería y fabricación de otros alimentos dulces (galletitas, panificados, snacks) también puede encontrar mercado en Emiratos Arabes, pero el productor estará más expuesto a la disputa en precios.

7. Listado de importadores

Lista Importadores de Miel en los Emiratos Árabes Unidos			
Empresa	Página Web	Teléfono	Correo Electrónico
Al Areej Honey	http://areejhoney.com/	97165610168	info@areejhoney.com
Balqees Honey	balqees.com	+971 56 536 5554.	shop@balqees.com
Jarrah	jarrah.ae	971503238118	info@jarrah.ae
BLOSSOM AND BLOOM TRADING LLC	www.amritahoney.com	+971 4551 6797	info@bbtrading.ae
ANHB	http://www.anhb.ae/	+971 56 4996405	info@anhb.ae
Bees Hive Co	http://www.bees-hive.co/	97168825755	info@bees-hive.co
Hatta Honey	https://hattahoney.ae/	+971 56 499 6405	info@hattahoney.ae
Blossom Honey	www.blossomhoney.co	+971 55 414 9814	sales@blossomhoney.co
Honey and More FZ LLE	honeyandmoreuae.com	971504443615	honeyandmoreuae@gmail.com
Spinneys	www.spinneys-dubai.com/	(+971) 42743333	joanne.b@finefarefood.com
Choithram	https://www.choithrams.com/en/	97143479974	life@choithrams.com
Al Maya	http://www.almaya.ae	971 6 7437300	ahmeds@almaya.ae
Carrefour	www.carrefouruae.com	+971 56 685 4836	Maguirre@mafcarrefour.com
Emke Group	www.emkegroup.com	971506120785	nowshad@ltayeb.ae
Food Specialities Limited	https://foodspecialities.com/	971 4 8069 600	fsl@foodspecialities.com
Hassani Food Industries	www.hassanigroup.com	9.71562E+11	jawad.salimi@hassami.ae
JM Foods	http://www.jmfoodgulf.com/	+971 4 883 8238	renjith@jmfoodgulf.com
Promark General Trading	www.promarkgt.com	714 321 5134	Business@promarkgt.com
Truebell Marketing & Trading LLC	www.truebell.org	97148856968	bhushant@truebell.org
Blossom & Bloom	www.blossomandbloom.ae	971 4551 6797	info@bbtrading.ae
Royal Honey Bee	thedubaimall.com/en/shop/royal-honey-bee	7155 916 4520	N/D
Casa Pons	casapons.ae	971 50 196 8937	info@casapons.ae



Muchas gracias por su atención.
Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina en
Emiratos Árabes Unidos.
<https://earb.cancilleria.gob.ar/>

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