

**MERCADOS LEJANOS,
DIFERENTES PERO
POTENCIALES**

**Arabia Saudita y Emiratos
Árabes Unidos**

Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos (GIAPE)

- Comienza en julio de 2000.
- Integrado por 10 fabricantes de materiales eléctricos y luminarias.
- Empresas Pymes de Capital y Gran Bs. As.
- Empresas no competitivas entre si.
- Oferta diferenciada.

GIAPE

- Dos canales: electricidad e iluminación.
- Clientes: distribuidores de materiales eléctricos y de iluminación, grandes superficies, industrias, obras, etc.
- Destinos: fundamentalmente, América Latina.
- Otros: España, Portugal, Italia, Sudáfrica, Chipre, Singapur, etc.

GIAPE

- En el mercado local, se presentó con un stand conjunto en la exposición BIEL LIGHT & BUILDING de 2003, 2005 y 2007. BIEL 2009.
- Actividades: ferias, misiones comerciales, ruedas de negocios y eventos de lanzamiento de productos (show room).

EXPORTACIONES GIAPE 2001-2007

AÑO	EXPORTACIONES (en USD)
2001	480.000
2002	448.000
2003	947.000
2004	1.670.000
2005	2.122.000
2006	3.100.000
2007	4.100.000

Países a los que exporta GIAPE

▪ AMERICA

- Bolivia
- Brasil
- Chile
- Paraguay
- Perú
- Uruguay
- Venezuela
- Ecuador
- Colombia
- Costa Rica
- Guatemala
- El Salvador
- Trinidad & Tobago
- Honduras
- Panamá
- Belice
- Nicaragua
- República Dominicana
- México
- Estados Unidos

▪ EUROPA

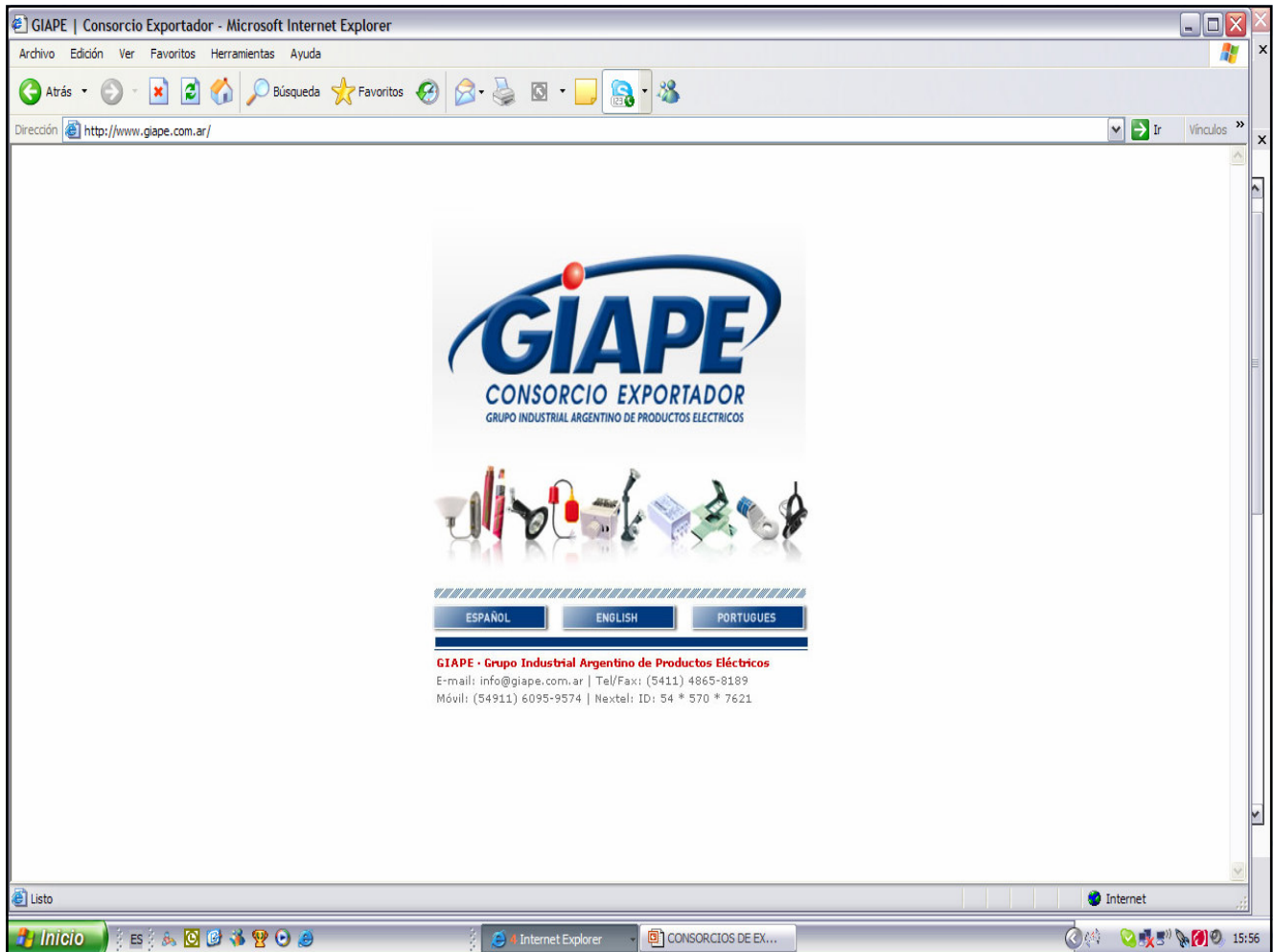
- Grecia
- España
- Portugal
- Chipre
- Italia

▪ AFRICA

- Sudáfrica

▪ ASIA

- Singapur
- Malasia
- Emiratos Árabes Unidos
- Filipinas
- Bahrein



GIAPE | Consorcio Exportador - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Ir Vínculos

Dirección http://www.giape.com.ar/espanol/home.html

ENGLISH PORTUGUES

GIAPE

GRUPO INDUSTRIAL ARGENTINO DE PRODUCTOS ELÉCTRICOS


CONSORCIO EXPORTADOR

GRUPO INDUSTRIAL ARGENTINO DE PRODUCTOS ELÉCTRICOS

INICIO QUE ES GIAPE MISIÓN EMPRESAS PRODUCTOS NOVEDADES CONTACTO PAÍSES A LOS QUE EXPORTAMOS

NUESTROS INTEGRANTES

ASANNO CEDAM FERROLUX LCT MOVILUX RBC-SITEL TECNO-INDUSIL TECNO-SAM UIYILANT WAMCO



NORMAS DE CALIDAD Y PRODUCTO

GIAPE - Grupo Industrial Argentino de Productos Eléctricos
E-mail: ventas@giape.com.ar · Tel/Fax: (5411) 4865-8189 · Móvil: (54911) 6095-9574 · Nextel: ID: 54 * 570 * 7621

Listo Internet

Inicio glape - Mic... MI PC Bacardi Mapa de B... RE: PAGIN... GIAPE | Co... ES 10:57 a.m.

GIAPE | Consorcio Exportador - Microsoft Internet Explorer
 Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda
 Atrás Búsqueda Favoritos Ir Vínculos
 Dirección http://www.giape.com.ar/espanol/paises.html



GRUPO INDUSTRIAL ARGENTINO DE PRODUCTOS ELÉCTRICOS

[ENGLISH](#)
[PORTUGUES](#)

INICIO
QUE ES GIAPE
MISIÓN
EMPRESAS
PRODUCTOS
NOVEDADES
CONTACTO
PAÍSES A LOS QUE EXPORTAMOS

NUESTROS INTEGRANTES

ASANNO
CEDAM
FERROLUX
LCT
MOVILUX
RBC-SITEL
TECNO-INDUSIL
TECNOSAM
UIYILANT
WAMCO



GRUPO INDUSTRIAL ARGENTINO DE PRODUCTOS ELÉCTRICOS

PAÍSES A LOS QUE EXPORTAMOS

- Belice
- Bolivia
- Brasil
- Chile
- Chipre
- Colombia
- Costa Rica
- Ecuador
- El Salvador
- España
- Estados Unidos
- Grecia
- Guatemala
- Honduras
- Italia
- México
- Nicaragua
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- Portugal
- Rep. Dominicana
- Singapur
- Sudáfrica
- Trinidad & Tobago
- Uruguay
- Venezuela

Internet

Inicio ES Internet Explorer CONSORCIOS DE EX... 15:52

GIAPE: beneficios

- Aprendizaje en conjunto.
- Ahorro de costos.
- Manejo de información.
- Acceso a mercados no tradicionales.
- Mejora de productos, imagen de la empresa, packaging, etc.
- Ofrecer a los clientes una amplia gama de productos.
- Contar con una persona que representa a las empresas del Grupo en el exterior.
- Poder compartir un agente/representante.
- Empresas más competitivas.

Golfo Pérsico

- Misión comercial organizada por la Cancillería Argentina a Arabia Saudita y a Emiratos Arabes Unidos (EAU), entre el 28 de noviembre y el 7 de diciembre de 2007.
- En cuanto a las relaciones diplomáticas, es muy probable que se concrete la apertura de la Embajada de los EAU en Buenos Aires. Actualmente nuestro país tiene una sede diplomática en Abu Dhabi, la capital de los Emiratos.
- Para ambos países se necesita una visa de ingreso, la que tiene un costo aproximado de 90 dólares cada una.

Golfo Pérsico

- Antes de embarcarse hacia estos destinos muy “poco tradicionales” para nuestras exportaciones, los empresarios, en general, poseen ciertos miedos relacionados con las diferencias culturales que nos separan.
- Pero, cuando uno llega puede percibir claramente que, si bien dichas barreras existen, no son tan importantes como se cree. Es por ello que nunca hay que olvidarse lo que menciona el dicho: “negocios son negocios”.

Algunas cifras – Arabia Saudita

- 24 millones de habitantes.
- La capital, Riyadh, tiene unos 4,5 millones.
- La dimensión del país se estima en alrededor de 2,24 millones de Km.2
- El PBI es de U\$S 374.000 millones y el PBI per cápita es de U\$S 13.000.
- Las principales ciudades de Arabia Saudita son Riyadh, Damman, Jeddah, Meca y Medina.

Algunas cifras – Arabia Saudita

- Tiene una economía basada en el petróleo y el gobierno mantiene un fuerte control sobre las principales actividades económicas del país.
- Las reservas de petróleo son de unos 260 mil millones de barriles, es decir el 24% de las reservas probadas en el mundo.
- Es el primer exportador de petróleo y el líder en el cartel de la OPEP.

Algunas cifras – Arabia Saudita

- El sector petrolero representa el 75% de los ingresos presupuestados por el país, el 40% de su PNB y el 90% de sus ingresos por exportaciones.
- Para un viaje de negocios es importante visitar, al menos, las ciudades de Riyadh y Jeddah. Para el caso de empresas relacionadas con el petróleo, también pueden visitar Damman y otras ciudades.



Algunas cifras – EAU

- Emiratos Árabes Unidos es un estado situado al sudeste de la península arábiga en el Golfo Pérsico, compuesto por siete emiratos: Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras Al-Khaimah, Sharjah y Umm Al-Qaiwain.
- Limita con Omán al sureste y con Arabia Saudita al oeste y sur. La capital de EAU es Abu Dhabi (donde está el petróleo; una de las principales reservas del mundo).
- En Dubai no hay petróleo. Esta ciudad vive de la zona franca y fundamentalmente de todos los servicios (financieros, turismo, eventos, etc.).

Algunas cifras – EAU

- El 2/12/71, seis de los emiratos (Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Sharjah y Umm Al-Qaiwain) alcanzaron la independencia, uniéndose para formar los EAU.
- Los EAU forman una federación de 7 estados, sultanatos, que son regidos cada uno por un emir, con poderes específicos.
- El gobierno central lo forma el consejo supremo, formado por los siete emires. Normalmente, el presidente del país suele ser el jeque de Abu Dhabi y el primer ministro el de Dubai.

Algunas cifras – EAU

- La extensión territorial es de 82.880 km².
- La población es de 4,4 millones de habitantes.
- El PBI en de 2006 ascendió a U\$S 130.000 millones y el PBI per cápita es de U\$S 30.000, el más elevado de la región luego del de Qatar.

Algunas cifras – EAU

- Con respecto al comercio exterior, en 2006 sus exportaciones fueron de U\$S 143.000 millones y sus importaciones de U\$S 98.000 millones.
- Con Argentina, el intercambio es muy reducido. Nuestro país exportó en 2006 U\$S 162 millones e importó por U\$S 500.000.

Algunas cifras – EAU

- Es el país del *Gulf Cooperation Council* (GCC) que está recibiendo las mayores sumas en materia de Inversión Extranjera Directa (U\$S 12.000 millones en 2005). Luego le sigue Arabia Saudita, con “sólo” U\$S 4.600 millones).
- En EAU, la población es 20% local y 80% extranjera (la mano de obra es de India, Pakistán, Bangladesh, Sri Lanka, Filipinas, etc.; en las empresas, hay gente de estos países y también del Líbano y Siria, entre otros).
- Los extranjeros no pueden obtener la ciudadanía de los Emiratos.

Algunas cifras – EAU

- La zona franca de Dubai (llamada *Jafza, Jebel Ali Free Zone*) es inmensa y están radicadas muchas empresas de diferentes rubros (Acer, Black & Decker, Compaq, Daewoo, GAP, Honda, Johnson & Johnson, Nestle, Nissan, Nivea, Philips, Samsung, Sony, Bridgestone, Bayer, Hewlett-Packard, Xerox, Nokia, DaimlerChrysler, Panasonic, etc.).
- Es un gran centro de distribución (un *hub*) desde donde se reexportan diferentes tipos de productos a toda la región. En efecto, desde aquí se puede llegar a todo Oriente Medio, a otros países de Asia y al norte de África.
- A fines de 1985 sólo tenía 19 empresas; en 1990 eran cerca de 300, y hoy son más de 5000 empresas, las que provienen de 119 países. Además, cada mes ingresan 15 nuevas firmas. El 39% de las mismas son del GCC y de Oriente Medio, el 20% de Europa, el 30% de Asia, el 7% de América, el 3% de África y el 1% de otras áreas geográficas.



Características de Ambos Mercados

- El nivel de construcción es impresionante en ambos países.
- En Arabia Saudita hay 6 nuevas ciudades que están en construcción, que demandarán todo tipo de productos.
- En el Emirato, todo está en construcción. Hay grandes torres -se está construyendo la más alta del mundo-, parques temáticos, *shopping centers*, las famosas "palmeras", "el mundo", obras de infraestructura como el nuevo aeropuerto, el metro - elevado en las afueras y subterráneo en la propia ciudad -, etc.

Características de Ambos Mercados

- Es un mercado con mucho potencial, no tanto por su población, que no es muy grande, sino por lo que se reexporta desde aquí a todos los países de la región.
- Especialmente en el caso de Dubai hay gran cantidad de exposiciones que se realizan todos los años y que atraen a muchos compradores de toda la zona de Oriente Medio. Es la vidriera elegida por las personas de negocios de toda la región.
- Arabia Saudita también es un mercado interesante, en el que hay muchísimo dinero, más que en EAU, aunque no se perciba tanto como en este último país.

Características de Ambos Mercados

- Son netamente importadores y cuentan con escasa fabricación local. Importan desde: Asia (China, India, Japón, Malasia, Taiwán, etc.), Europa (sobre todo de Alemania, España, Gran Bretaña e Italia) y Estados Unidos.
- Están buscando nuevas alternativas - de buena calidad - frente a la apreciación del Euro.
- En ambos países hay grupos empresarios que son realmente muy grandes y que comprenden firmas de distintos rubros. La lógica de estos grupos empresarios es diferente a la de las firmas de América Latina. Hay que tener una visión distinta para negociar con estas empresas.

Características de Ambos Mercados

- En relación a las normas de certificación, para los productos industriales las normas europeas, como la CE, son aceptadas.
- Empresas de gas y petróleo pueden requerir, adicionalmente, la norma UL.
- En el caso de los productos alimenticios, para ingresar a estos mercados se precisa contar con la certificación Halal.

Características de Ambos Mercados

- Desde el punto de vista impositivo, en líneas generales no existen los impuestos que son tradicionales en nuestro país (como IVA, ganancias, etc.).
- En ambos países y en los que integran el GCC (*Gulf Cooperation Council*, que son Arabia Saudita, Barein, Emiratos Arabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar) el arancel de importación es del 5% para todos los productos.
- En conjunto, todos los países de la zona están experimentando un crecimiento importante y están invirtiendo mucho en infraestructura (puertos, aeropuertos, trenes, caminos, viviendas, nuevas ciudades, etc.). En algunos casos, como fruto del proceso de expansión y crecimiento económico, la inflación es cada vez mayor y se ha convertido en un motivo de preocupación.

Algunos temas a tener en cuenta

- Hay que tener en cuenta las 6 ó 7 horas de diferencia horaria y que, en general, no se trabaja entre las 13 y las 16hs.
- El jueves después del mediodía comienza el "fin de semana" y el viernes no es un día laboral (es el domingo nuestro). Entonces, la semana se extiende desde el sábado (algunos la empiezan después del mediodía) hasta el jueves al mediodía.
- De mediados de mayo a mediados de octubre, prácticamente no se puede visitar la zona, debido a las altas temperaturas y al mes de Ramadán. La "temporada alta" para los negocios se extiende desde mediados de octubre a mayo.

Algunos temas a tener en cuenta

- Un contenedor enviado desde Argentina puede tardar unos 40 días hasta llegar a la zona. Para el caso de Dubai, los costos son menos elevados que para Arabia Saudita y no difieren mucho de otros destinos.
- En líneas generales, no hay problemas en materia de pagos. Hay mucha liquidez e, incluso, pueden pagar por adelantado sin inconvenientes.

Las reuniones de negocios

- Las reuniones suelen ser muy cordiales. En el trato, contrariamente a lo que mucha gente cree, no es un mercado formal ni hay que tomar precauciones en exceso.
- En realidad, hay bastante informalidad, por lo que conviene confirmar y re-confirmar las reuniones muy bien para no tener inconvenientes. Siempre conviene ir a las empresas y no esperar que nos visiten.
- En muchas de las empresas, es muy común que la gente que está a cargo de las mismas sea originaria del Líbano, India y Siria.

Las reuniones de negocios

- Es muy común que en las entrevistas soliciten más de un catálogo. Es algo que se repite en muchas de las reuniones y hay que estar preparado para ello. Los catálogos y las tarjetas deben estar en inglés. No tiene ningún sentido llevar catálogos en español.
- Otro tema a tener en cuenta es que hay gente (sobre todo de la India y Pakistán) que habla un inglés muy extraño a nuestros oídos, por lo que puede costar mucho llevar a cabo una reunión de negocios.

Las reuniones de negocios

- Es importante puntualizar que no existen inconvenientes, por ejemplo, por tener un apellido judío o por ser mujer.
- En el caso de las mujeres, en Arabia Saudita deben vestir los atuendos tradicionales y cubrirse el cabello.
- En el caso de EAU, que es un país mucho más occidental en sus costumbres, no hay ninguna restricción similar.
- A las contrapartes les interesa hacer negocios y, si el producto les gusta y los precios son buenos, negocian sin inconvenientes, como en cualquier país del mundo.

Algunas Conclusiones

- En líneas generales, en toda la zona hay posibilidades de hacer muy buenos negocios.
- Al mismo tiempo, como es un mercado importante, en crecimiento y con un gran potencial para las próximas décadas, todos nuestros competidores (europeos, asiáticos y norteamericanos, fundamentalmente) tienen presencia, sobre todo, en Dubai.
- Por otro lado, prácticamente, no hay presencia de empresas latinoamericanas.

Algunas Conclusiones

- No es un mercado para cualquier empresa, ya que la inversión requerida es importante, las distancias son grandes, se deben realizar todas las comunicaciones en inglés, los catálogos deben estar en ese idioma, hay que ser muy paciente y, sobre todo, tener continuidad para poder vender.
- Es un desafío que algunas empresas Pymes de nuestro país ya han comenzado a transitar y que, dejando de lado ciertos miedos y prejuicios, seguramente muchas más se irán sumando en los próximos años.

¡MUCHAS GRACIAS!

Lic. Marcelo Wiñazky
marcelow1@gmail.com