

El mercado de material eléctrico de baja y media tensión en EAU Marzo 2017

Este estudio ha sido realizado por
Ignacio Aura Berenguer, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Dubái

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	7
3.1 Análisis cualitativo	7
3.2 Análisis de las importaciones en EAU	9
3.2.1 Importaciones de aparellaje	10
3.2.2 Importaciones de cables	11
3.2.3 Importaciones de envoltentes	12
3.2.4 Importaciones de pequeño material eléctrico	13
3.2.5 Importaciones de iluminación	14
4. DEMANDA	16
4.1 Sectores demandantes de material eléctrico	16
4.1.1 Sector de la construcción	16
4.1.2 Sector eléctrico	21
4.2 Factores decisorios de compra	23
5. PRECIOS	25
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	26
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	27
7.1 Canales habituales de distribución de material eléctrico	27
7.2 Acceso a proyectos – Precalificación	29
7.3 Principales puntos de entrada del país	30
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	31
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	33
10. OPORTUNIDADES	34
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	37
11.1 Ferias y publicaciones del sector	37
11.2 Información práctica sobre el país	37

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio pretende ofrecer una visión del mercado de material eléctrico de baja y media tensión en Emiratos Árabes Unidos (EAU). Dada la numerosa cantidad de partidas arancelarias englobadas dentro de esta categoría, se ha procedido a seleccionar las partidas en las que España es el principal o uno de los principales exportadores de este tipo de producto al país.

La **evolución del sector de material eléctrico** de baja y media tensión está muy ligada al sector de la construcción. Pese a que este sector se ha ralentizado debido a la situación geopolítica de la región del Golfo Árabe y la bajada de los precios del petróleo, siguen llevándose a cabo proyectos. Como consecuencia de ello, EAU está tratando de diversificar su economía en varios sectores para no depender tanto de los hidrocarburos. Esta diversificación está más presente en Dubái que en Abu Dabi, que está potenciando otros sectores como el turismo, el comercio o la logística y el transporte. En este estudio se analizan distintos segmentos dentro de la construcción, siendo el más importante el residencial, seguido del hotelero y comercial. Por último, están los sectores de la educación y la sanidad.

En cuanto a la decisión de compra final de material eléctrico, ésta recae sobre los promotores y las empresas contratistas. Sin embargo, la figura del prescriptor, principalmente consultorías y despachos de arquitectura, tiene la capacidad de influir en dicha decisión al establecer las especificaciones del material eléctrico, llegando en ocasiones a prescribir marcas concretas.

Por otro lado, el **factor fundamental** de compra en el mercado suele ser el precio, aunque también existen otros elementos decisivos como son el cumplimiento de estándares de seguridad, el estar establecido en el país, la experiencia previa en mercados de Oriente Medio, el cumplimiento de plazos o el servicio pre y postventa. Debido a la alta competencia en el sector, el cliente tiene una gran capacidad de negociación que le coloca en una posición favorable. La principal consecuencia de este poder es la reducción de los márgenes de beneficios que puede llegar a obtener la empresa proveedora.

En cuanto a los **competidores** existentes, la **producción local** no tiene capacidad para absorber toda la demanda que existe en el mercado, por lo que se importan los productos de otros países. La capacidad de producción local solo permite la manufactura de productos que requieran de una capacidad tecnológica baja o media-baja, no pudiendo competir con el precio de los productos asiáticos ni con la calidad de los productos europeos.

Por ello, en el mercado existen multitud de **competidores internacionales**, muchos de los cuales se encuentran establecidos en EAU. El principal país exportador de material eléctrico a EAU es

China, ya que con sus costes de producción puede competir de manera muy agresiva en ciertos tipos de productos eléctricos que no requieren una gran capacidad tecnológica (como clavijas, interruptores, cables, etc). Por otro lado, hay una mayor demanda de material eléctrico occidental para los productos que requieren de una mayor capacidad tecnológica (transformadores, condensadores, etc.), ya que se valora más la relación calidad/precio del producto proveniente de Alemania, Italia, Reino Unido y España, que pese a ser más caro que el asiático, cuenta con una calidad y un diseño superiores.

Los productos de procedencia española tienen una buena imagen en el mercado ya que están asociados a una calidad europea, que goza de una buena reputación entre los distribuidores locales. En concreto, el producto español se suele caracterizar por una buena relación calidad/precio, que lo convierte en un elemento atractivo debido al ajuste de presupuestos en los proyectos.

En cuanto a los **canales de distribución**, existen tres diferentes formas de entrar al mercado. Estas vías son firmar un contrato de distribución con una empresa local, contratar a un agente que represente a la marca o establecerse en EAU, bien dentro o fuera de una de las muchas zonas francas existentes. Cada uno de estas vías tienen diversas ventajas e inconvenientes y su elección puede llegar a suponer la diferencia para entrar con éxito al mercado. Otro elemento a considerar es la precalificación que suele ser necesaria para poder incluir al producto en los listados de proveedores o *vendor lists* con los que cuentan organismos públicos y empresas locales y que utilizan para determinar qué materiales se usarán para la construcción.

Respecto a las **barreras arancelarias**, la Unión Aduanera del Consejo de Cooperación Golfo (CCG)¹, del que forma parte EAU, tiene establecido un arancel del 5% *ad valorem* sobre casi todos los productos importados, entre los que se incluye el material eléctrico. Por ello, una vez se paga el arancel de entrada en cualquier estado del CCG, el producto puede moverse libremente dentro de esta unión aduanera. Además, existe la necesidad de que los productos estén homologados con los certificados correspondientes para permitir la entrada en el país.

En cuanto a las **oportunidades de negocio**, el ajuste de los presupuestos está haciendo que las empresas locales tengan menos presupuesto disponible y suelen buscar productos con una buena relación calidad/precio, en la que el producto español está muy bien posicionado. Existen multitud de proyectos en planificación que hará necesaria la adquisición de productos en los que las empresas españolas pueden ser muy competitivas por su procedencia, calidad y precio.

Por último, las **previsiones apuntan a un crecimiento** aproximado del 6,6% anual entre los años 2017 a 2019 en el sector de la construcción. Una de las principales causas de estas previsiones es la celebración de la Expo 2020 en Dubái, así como el crecimiento de la población y del turismo en los próximos años. La realización de este evento conlleva que se vayan a llevar a cabo toda clase proyectos para satisfacer las necesidades de infraestructura. Por ello, es un buen momento para que la empresa española se posicione de cara a las futuras licitaciones que están por venir entre mediados y finales del año 2017.

¹ El Consejo de Cooperación del Golfo está formado por seis estados: Arabia Saudí, Bahréin, Catar, Kuwait, Omán y Emiratos Árabes Unidos.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

El sector del material eléctrico de media y baja tensión abarca un amplio abanico de productos. Antes de delimitar el alcance de este estudio, procederemos a especificar la definición de material eléctrico, que según el Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión engloba “cualquier material utilizado en la producción, transformación, transporte, distribución o utilización de la energía eléctrica, como máquinas, transformadores, aparellaje, instrumentos de medida, dispositivos de protección, material para canalizaciones, receptores, etc.”.

Asimismo, cabe distinguir entre la media y baja tensión. La baja tensión es aquella que distribuye o genera energía eléctrica para consumo propio y a las receptoras de 1000 voltios para tensión alterna y 1500 voltios para tensión continua. En cuanto a la media tensión, son aquellas superiores a 1Kv e inferiores a 25Kv.

Por lo tanto, el sector del material eléctrico de baja y media tensión se compone de una amplia gama de productos que hacen necesaria una delimitación de las partidas arancelarias analizadas para poder centrar este estudio de mercado. Dichos productos se encuentran diseminados en numerosos capítulos arancelarios, por lo que procederemos a examinar las partidas que la Asociación de Fabricantes de Material Eléctrico (AFME) considera más relevantes para el producto español. A continuación se detallan los correspondientes códigos TARIC agrupados por categorías.

1. APARELLAJE (condensadores, relés, transformadores, aparatos de medida, etc.)

Código	Definición
85.04.31	Transformadores de tipo seco de potencia ≤ 1 kVA
85.32.10	Condensadores fijos concebidos para redes eléctricas de 50/60 Hz, para una potencia reactiva $\geq 0,5$ kvar condensadores de potencia
85.36.10	Fusibles y cortacircuitos de fusible, para una tensión ≤ 1.000 V
85.36.20	Disyuntores, para una tensión ≤ 1.000 V
90.30.33	Los demás instrumentos y aparatos electrónicos, sin dispositivo registrador, para la medida o control de magnitudes eléctricas y medida o detección de radiaciones. Incluye voltímetros.

2. CABLES Y AISLANTES

Código	Definición
85.44.49	Cables eléctricos de baja tensión. (Los demás conductores eléctricos para una tensión superior a 80 V pero inferior o igual a 1000 V, excluidos los provistos de piezas de conexión).

3. ENVOLVENTES (armarios y cajas de uso eléctrico)

Código	Definición
85.38.10	Envolventes. Cuadros, paneles, consolas, pupitres, armarios y demás soportes de la partida 85.37, sin los aparatos (es decir, cuadros etc. para el control o distribución de la electricidad).

4. PEQUEÑO MATERIAL ELÉCTRICO

Código	Definición
85.36.50	Los demás interruptores, seccionadores y conmutadores
85.36.69	Los demás (que no sean cables coaxiales ni circuitos impresos)
85.36.61	Portalámparas, clavijas y tomas de corriente (enchufes)

5. ILUMINACIÓN

Código	Definición
94.05.10	Las demás lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado, para colgar o fijar al techo o a la pared (excepto los de los tipos utilizados para el alumbrado de espacios o vías públicos)

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

3.1 ANÁLISIS CUALITATIVO

EAU es un país relativamente joven y tradicionalmente dependiente del petróleo. En la actualidad se encuentra inmerso en un proceso de diversificación de su economía y, por lo tanto, está dedicando numerosos esfuerzos al desarrollo de otros sectores de contenido tecnológico medio-bajo, como el cemento, el aluminio, el agroalimentario o los textiles.

En cuanto a la industria local de material eléctrico, ésta se caracteriza por tener un perfil tecnológico medio-bajo. En consecuencia, la producción local se centra principalmente en el montaje de paneles de control y aparellaje. Además, un alto porcentaje de estos productores locales suelen importar las piezas de China y, posteriormente, se encargan de ensamblarlas en sus fábricas. La percepción de su calidad está bastante por debajo del estándar europeo y un poco por encima del chino.

Alguna de las empresas manufactureras locales más importantes son las siguientes:

- Middle East SwitchGear Ind. Ltd. Empresa especializada en la producción de paneles de control de baja tensión con unas instalaciones de 8.500 metros cuadrados. Se encargan de todo el proceso de manufacturación y ensamblaje del producto final.
- Al Hamad Switchgear es una división de Al Hamad Industries ubicada en Sharjah que cuenta con unas instalaciones de 10.000 metros cuadrados.
- Tycoon SwitchGear Manufacturing. Empresa fundada en el año 2006 de producción de paneles de control ubicado en Dubái.
- Arabian Gulf Switchgear. Es una empresa ubicada en Sharjah fundada en 1976 que produce aparellaje de baja tensión y centros de control de motores.

Dada la alta demanda de material eléctrico en EAU (por la cantidad de proyectos existentes en el país), **la producción local no es suficiente para satisfacer las necesidades del mercado, por lo que éste se nutre principalmente de importaciones.** La multitud de marcas internacionales y locales que se encuentran presentes en EAU hacen que la competencia sea cada vez más reñida.

Por lo general, las marcas procedentes de Europa gozan de una reputación muy buena en EAU. En concreto, los productos alemanes se consideran de una muy alta calidad, mientras que los ita-

lianos suelen apreciarse por sus buenos diseños. Asimismo, el material eléctrico de Reino Unido tiene una gran aceptación por parte de los contratistas, ya que los estándares que se emplean en la construcción y en las instalaciones eléctricas son los británicos. Por otro lado, los productos asiáticos (de China mayoritariamente) compiten con una calidad más baja en sus productos pero con unos precios más ajustados.

La gran mayoría de los productos extranjeros de material eléctrico entran en el mercado a través de uno o varios distribuidores. Además, muchas empresas extranjeras del sector optan también por establecerse en el país para llevar a cabo tareas de promoción, algo que, como se indicará más adelante, resultan fundamentales para tener éxito en el mercado.

A continuación se ofrece una muestra de marcas internacionales y sus correspondientes distribuidores en EAU.

APARELLAJE

Empresa	País	Distribuidor
Cooper Bussmann Uk	Reino Unido	Cimco Trading Co Ltd
Schneider	Francia	Dani Trading LCC
Icar	Italia	Aika Establishment for General Trading LLC

CABLES Y AISLANTES

Empresa	País	Distribuidor
Aristoncavi	Italia	Aristoncavi Gulf Distribution LLC
Oman Cables	Omán	Rubaiya Zueaid Building Materials Company LLC

ENVOLVENTES

Empresa	País	Distribuidor
Phoenix Contact	Alemania	Phoenix contact LLC
Abtech	Reino unido	Spe Middle East

PEQUEÑO MATERIAL ELÉCTRICO

Empresa	País	Distribuidor
Lutec	China	Electrical Lighting Company LLC
Zhejiang Shuangyang Group company Ltd	China	Siddiqui Trading FZCO

ILUMINACIÓN TÉCNICA

Empresa	País	Distribuidor
Cariboni	Italia	Siddique Mustafa & Sons Company LLC
Fitzgerald	Reino Unido	Al Jalal Trading Establishment

3.2 ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES EN EAU

Las importaciones de EAU de las partidas arancelarias de material eléctrico indicadas en este estudio ascendieron a un total de más de 1.300 millones de dólares en 2015. Esto supuso un descenso de un 12,17% respecto al año 2014. En el caso de los productos españoles, las importaciones de material eléctrico supusieron un total de 76,2 millones de dólares en el año 2015. **Esta cifra ha supuesto una bajada de un 10,93% respecto al año anterior.**

Tabla 1. Importaciones de EAU de las partidas arancelarias de material eléctrico²; 2011 – 2015; en miles de dólares

	País	2011	2012	2013	2014	2015	Cuota 2015	Crec. 2014 -2015
1	China	256.040,04	285.697,18	396.774,37	585.321,83	528.637,53	39,92%	-9,68%
2	Alemania	106.520,53	114.043,61	94.023,73	91.112,72	112.156,97	8,47%	23,10%
3	Italia	106.340,94	125.708,99	106.659,01	102.010,23	107.325,31	8,10%	5,21%
4	Reino Unido	81.143,83	99.277,98	85.638,82	80.387,71	87.719,05	6,62%	9,12%
5	España	44.543,08	54.623,24	68.414,74	85.602,16	76.242,31	5,76%	-10,93%
6	Francia	124.696,36	118.013,42	98.465,16	74.398,53	71.943,20	5,43%	-3,30%
7	Estados Unidos	64.594,17	79.794,30	74.979,61	80.736,54	71.393,01	5,39%	-11,57%
8	India	34.869,32	35.918,06	51.218,59	56.221,91	56.570,71	4,27%	0,62%
9	Países Bajos	36.156,77	29.669,44	32.561,94	31.261,20	30.606,39	2,31%	-2,09%
10	Turquía	16.285,13	18.097,48	19.799,91	15.456,61	22.077,11	1,67%	42,83%
	Total	1.114.608,80	1.347.127,34	1.374.706,03	1.507.685,50	1.324.198,18	100%	-12,17%

Fuente: UN Statistics, julio 2016

Como se puede observar en la tabla, China tiene una cuota cercana al 40% del total de las partidas analizadas, mientras que los principales países occidentales alcanzan una cuota del 42%. Esto nos muestra una tendencia que podremos observar a lo largo del estudio, donde encontramos una dicotomía entre los productos chinos y los que provienen de Europa y Estados Unidos.

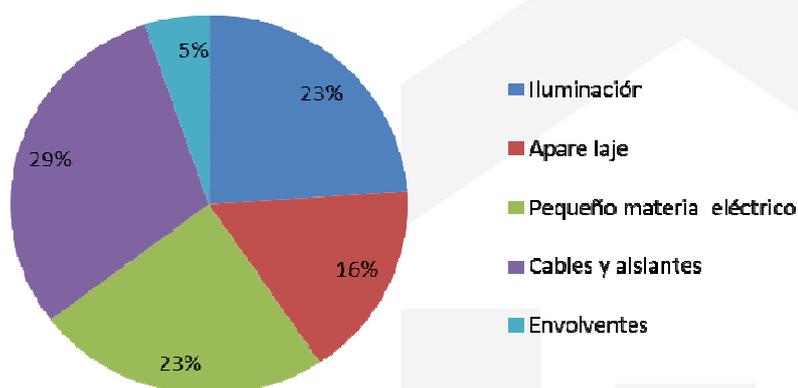
En cuanto a España, ha tenido una subida progresiva entre los años 2011 a 2015 y ha aumentado sus importaciones en un 71,17% durante dicho periodo. Esto puede haberse debido a la necesidad de ajustar los precios en los presupuestos de los nuevos proyectos planificados, lo cual suele ser una ventaja competitiva para España al tener un producto de buena calidad a precio asequible.

En cuanto a la relevancia de cada una de las partidas que se van a analizar, podemos observar que los cables, el pequeño material eléctrico y la iluminación técnica ocupan una cuota de 78% de todo el mercado. En concreto, los cables y la iluminación técnica tienen un porcentaje similar

² Las partidas analizadas son las que se especifican en el apartado 2 “Definición del sector”.

(29% y 27% respectivamente), lo que muestra que unas partidas tienen mucha más relevancia que otras. Por último, la partida de envoltentes tiene una cuota de 5%, siendo la partida con menos impacto en el mercado, como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 1: Volumen por sector (en %)



Fuente: UN Statistics, julio 2016

Una vez aglutinadas las cifras totales de importación de material eléctrico de EAU, procederemos a indicar el valor de las distintas partidas analizadas agrupadas por categorías: aparellaje, cables, envoltentes, pequeño material eléctrico e iluminación.

3.2.1 Importaciones de aparellaje

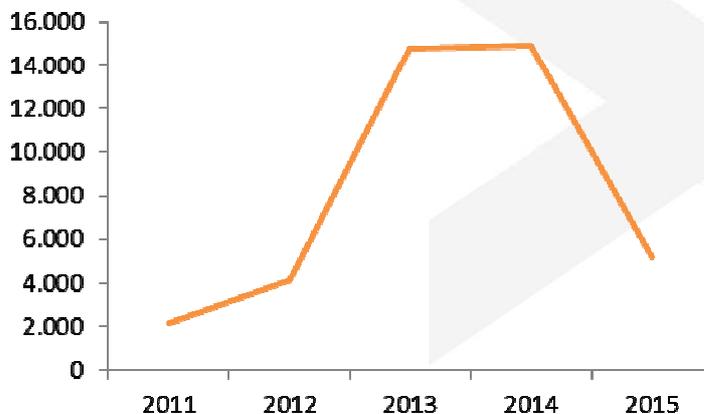
Tabla 2. Importaciones de EAU de las partidas 85.04.31, 85.32.10, 85.36.10, 85.36.20, 90.30.33; 2011 – 2015; en miles de dólares

	País	2011	2012	2013	2014	2015	Cuota 2015	Crec. 2014 -2015
1	Italia	40.376,96	34.259,03	33.193,95	37.768,47	36.121,94	16,51%	-4,36%
2	Francia	77.648,87	77.301,02	51.286,79	33.720,43	34.352,99	15,70%	1,88%
3	China	18.986,79	25.361,44	29.155,88	25.511,95	25.604,59	11,70%	0,36%
4	Alemania	22.546,26	33.185,03	24.062,89	19.979,50	22.637,69	10,35%	13,30%
5	Corea del Sur	4.183,33	8.314,69	12.366,45	24.554,72	16.138,62	7,38%	-34,27%
6	India	13.569,90	10.233,67	11.874,80	12.515,55	14.363,57	6,56%	14,77%
7	Reino Unido	17.411,83	19.803,19	18.350,58	18.140,28	13.142,13	6,01%	-27,55%
8	Estados Unidos	17.171,70	23.708,60	25.812,18	12.527,20	8.655,30	3,96%	-30,91%
9	República Dominicana	-	-	480,84	10.785,15	8.431,07	3,85%	-21,83%
10	Austria	1.700,88	5.176,83	8.615,51	6.834,70	8.266,85	3,78%	20,95%
12	España	2.174,16	4.168,05	14.759,46	14.921,10	5.174,39	2,36%	-65,32%
	Total	244.316,10	270.421,41	271.506,25	265.861,04	218.816,40	100,00%	-17,70%

Fuente: UN Statistics, julio 2016

Como se puede observar, entre los años 2014 y 2015 ha habido una bajada en la demanda de aparellaje de un 17,70% registrando un valor total de más de 218 millones de dólares. En el caso de España, se puede observar un aumento del 586% de las importaciones de EAU entre los años 2011 y 2014 en aparellaje, si bien cayó un 65,32% entre 2014 y 2015. De todos los países presentes en la tabla, España ha sido el que ha sufrido una mayor caída en el último año, volviendo a niveles aproximados de 2012.

Gráfico 2: Importaciones de EAU de aparellaje procedentes de España en miles de dólares



Fuente: UN Statistics, julio 2016

En cuanto a las cuotas de cada país, se puede observar que los países occidentales tienen una que asciende a un total de 64,72%, mostrando que el producto de procedencia occidental tiene una buena aceptación en el mercado. Otra apreciación relevante es que China solo tiene una cuota de 11,70%, al contrario de lo que ocurre con otras partidas arancelarias que cuentan con un componente tecnológico menor y en las cuales se aprecia un mayor predominio del producto asiático.

3.2.2 Importaciones de cables

Tabla 3. Importaciones de EAU de las partidas 85.44.49; 2011 – 2015; en miles de dólares

	País	2011	2012	2013	2014	2015	Cuota 2015	Crec. 2014 - 2015
1	China	85.521,18	96.917,51	101.566,90	116.285,17	122.143,09	32,34%	5,04%
2	Alemania	31.847,96	32.256,74	20.821,99	21.360,98	43.319,13	11,47%	102,80%
3	Reino Unido	32.323,22	45.143,71	30.613,65	27.573,97	31.754,77	8,41%	15,16%
4	Italia	24.765,91	43.299,91	28.997,25	18.697,50	27.773,31	7,35%	48,54%
5	Estados Unidos	25.484,84	28.558,96	24.583,27	34.921,68	25.337,52	6,71%	-27,44%
6	Países Bajos	24.422,74	18.339,81	21.239,08	20.880,14	21.718,91	5,75%	4,02%
7	España	25.675,29	33.929,05	31.553,24	21.409,86	16.607,89	4,40%	-22,43%
8	Francia	18.196,87	14.869,82	17.073,93	14.798,96	15.111,14	4,00%	2,11%
9	Turquía	12.602,84	12.306,87	14.487,25	11.188,26	12.941,99	3,43%	15,67%
	Total	415.316,78	584.128,01	487.210,36	396.588,83	377.730,97	100%	-4,76%

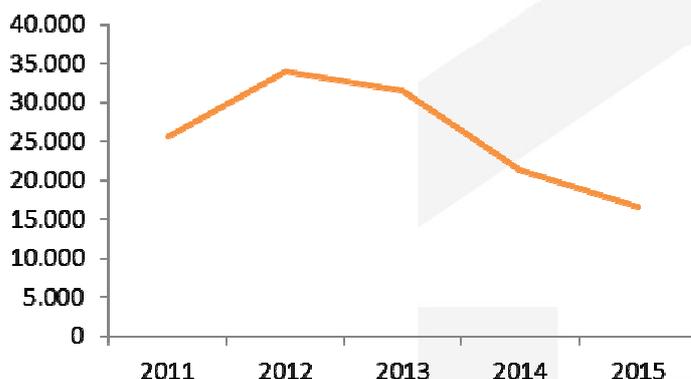
Fuente: UN Statistics, julio 2016

En la tabla superior, se puede observar que hay dos tipos de países exportadores de cables a EAU. Por un lado, los productos procedentes de China, que tienen un 32,34% de la cuota, y por el otro los occidentales, que disponen de un 40,81%. España cuenta con una cuota del 4,40%.

En cuanto al crecimiento de cada país proveedor, es destacable la subida de Alemania de 102,80% en 2015 respecto al año anterior, más aún cuando el total de importaciones de cable decreció un 4,76% en ese año. Otra subida no tan pronunciada, pero sí significativa, ha sido la de Italia con un 48,54%. Por otro lado, España, junto a Estados Unidos, ha sufrido una caída consi-

derable en sus exportaciones en 2015. En el caso de España, esta tendencia descendente viene dándose desde el año 2013, reduciéndose a más de la mitad el valor de sus exportaciones a EAU entre dicho año y 2015.

Gráfico 3: Importaciones de EAU de cables procedentes de España, en miles de dólares



Fuente: UN Statistics, julio 2016

3.2.3 Importaciones de envoltentes

Tabla 4. Importaciones de EAU de las partidas 85.38.10; 2011 – 2015; en miles de dólares

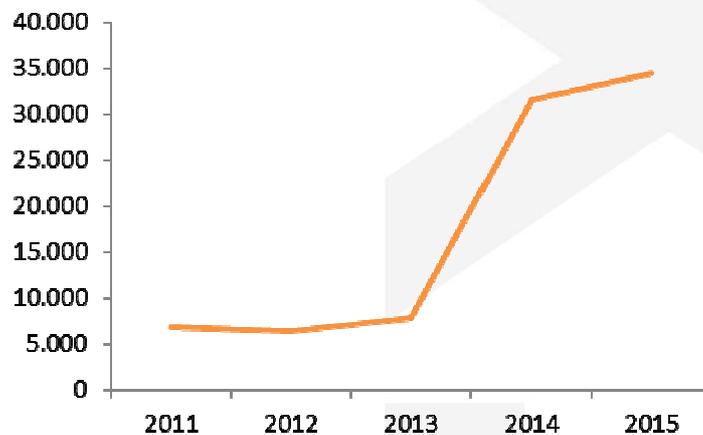
	País	2011	2012	2013	2014	2015	Cuota 2015	Crec. 2014 - 2015
1	España	6.748,35	6.464,89	7.794,14	31.506,29	34.417,50	33,79%	9,24%
2	India	15.385,90	19.300,97	26.012,53	26.443,68	25.931,74	25,46%	-1,94%
3	China	9.335,82	11.698,56	10.197,89	10.295,53	12.165,72	11,94%	18,17%
4	Dinamarca	1.465,68	1.789,00	2.905,71	1.786,24	3.950,74	3,88%	121,18%
5	Malasia	3.651,30	2.718,64	3.172,45	3.671,63	3.935,20	3,86%	7,18%
6	Estados Unidos	1.560,59	1.054,85	1.106,40	1.362,98	3.420,65	3,36%	150,97%
7	Italia	1.573,87	3.172,20	6.557,92	4.435,46	2.964,50	2,91%	-33,16%
8	Alemania	7.818,81	3.588,83	2.767,30	2.378,36	2.431,04	2,39%	2,21%
9	Francia	4.959,03	4.860,41	5.132,79	3.121,31	1.869,26	1,84%	-40,11%
	Total	62.913,32	72.912,49	80.180,44	101.235,43	101.864,06	100%	0,62%

Fuente: UN Statistics, julio 2016

Entre 2011 y 2015 la importación de envoltentes a EAU ha tenido un crecimiento continuado de un 61,91%. Este crecimiento venía liderado por China, pero en el año 2014, España pasó a ser el país proveedor líder en esta categoría. El crecimiento de los productos españoles entre 2013 y 2014 fue de un 304,23%, siendo el del año 2014-2015 de un 9,24%. El mayor crecimiento en 2015 ha venido de Estados Unidos, que incrementa sus exportaciones un 150,97%.

En lo referente a la cuota de mercado, España es el principal suministrador de envoltentes de EAU con una cuota del 33,79% en 2015. Por otro lado, entre India y España tienen un 59,25% de cuota de mercado. Esto nos indica que estos dos países (junto a China en menor medida) son los principales países exportadores de estos productos a EAU. Cabe destacar la presencia en la tabla de Malasia, un país que no aparece en ninguna de las otras partidas y que, junto a India, muestran otras opciones al producto de procedencia china.

Gráfico 4: Importaciones de EAU de envoltantes procedentes de España, en miles de dólares



Fuente: UN Statistics, julio 2016

3.2.4 Importaciones de pequeño material eléctrico

Tabla 5. Importaciones de EAU de las partidas 85.36.50, 85.36.69, 85.36.61; 2011 – 2015; en miles de dólares

	País	2011	2012	2013	2014	2015	Cuota 2015	Crec. 2014- 2015
1	China	79.516,90	87.262,76	107.979,09	136.566,77	141.635,94	47,16%	3,71%
2	Alemania	31.904,04	34.306,25	34.410,84	32.381,20	31.041,78	10,34%	-4,14%
3	Estados Unidos	14.595,75	16.750,49	18.214,10	24.437,33	27.535,61	9,17%	12,68%
4	Reino Unido	19.953,65	16.115,66	16.243,11	15.355,72	20.622,63	6,87%	34,30%
5	Francia	19.056,48	17.212,83	17.251,54	17.344,67	15.104,05	5,03%	-12,92%
6	Italia	12.579,10	10.429,40	6.445,30	7.387,28	8.807,79	2,93%	19,23%
7	Finlandia	4.189,92	3.477,72	4.964,15	4.149,73	8.342,35	2,78%	101,03%
8	India	4.003,08	4.648,66	6.969,33	9.222,39	8.030,39	2,67%	-12,93%
9	España	2.290,78	2.416,88	3.746,90	6.094,80	7.504,05	2,50%	23,12%
	Total	221.886,69	230.444,45	260.359,49	304.968,67	300.343,65	100%	-1,52%

Fuente: UN Statistics, julio 2016

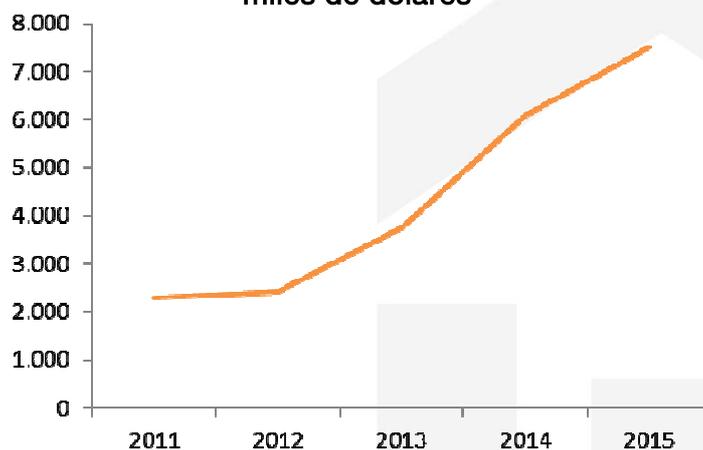
El sector del pequeño material eléctrico está liderado por China, con una cuota de mercado del 47,16%, mientras que Alemania y Estados Unidos compiten entre ellas en menor medida, con unas cuotas de 10,34% y 9,17% respectivamente. China ha sido el principal país suministrador de esta categoría, consiguiendo que aumente el valor de sus exportaciones a EAU de 79 millones de dólares en 2011 a 141 millones de dólares en 2015.

En cuanto a los productos occidentales éstos tienen una cuota de mercado de 26,08%. Por otro lado, el mercado ha descendido un 1,52% en 2015 con respecto al año anterior. Sin embargo, España ha crecido un 23,12% en el año 2015, estando muy por encima de la media general.

Este predominio de China en el pequeño material eléctrico viene dado por el bajo coste de producción que tiene esta clase de productos, al englobarse dentro de una intensidad tecnológica baja y que no requiere de unas infraestructuras avanzadas. Esto, junto al coste de la mano de

obra les permite abaratar los costes, y como consecuencia, les permite fijar unos precios más competitivos que otros países. Sin embargo en la adquisición del pequeño material eléctrico no se suelen tener en cuenta el diseño o la durabilidad.

Gráfico 5: Importaciones de EAU de pequeño material eléctrico procedentes de España, en miles de dólares



Fuente: UN Statistics, julio 2016

3.2.5 Importaciones de iluminación

Tabla 6. Importaciones de EAU de la partidas 94.05.10; 2011 – 2015; en miles de dólares

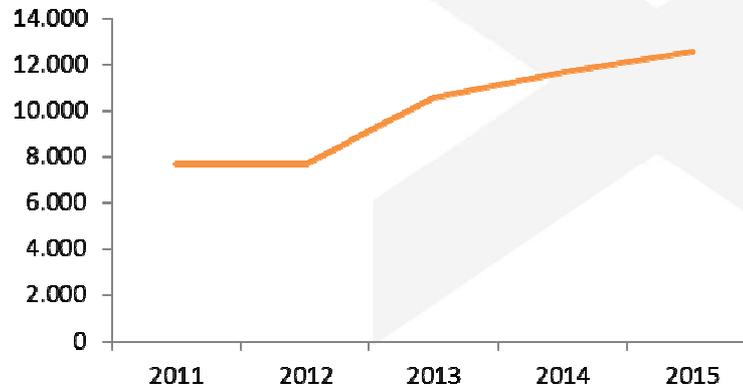
	País	2011	2012	2013	2014	2015	Cuota 2015	Crec. 2014 – 2015
1	China	62.679,36	64.456,91	147.874,62	296.662,41	227.088,19	63,30%	-23,45%
2	Italia	27.045,11	34.548,46	31.464,59	33.721,51	31.657,76	8,82%	-6,12%
3	Reino Unido	10.221,80	16.516,91	15.767,88	18.762,48	20.349,15	5,67%	8,46%
4	Alemania	12.403,46	10.706,76	11.960,71	15.012,68	12.727,33	3,55%	-15,22%
5	España	7.654,50	7.644,37	10.561,01	11.670,12	12.538,49	3,50%	7,44%
6	República Checa	7.008,91	7.547,06	6.766,39	6.418,13	10.798,22	3,01%	68,25%
7	Turquía	2.640,28	3.970,15	2.999,43	2.260,01	6.779,18	1,89%	199,96%
8	Estados Unidos	5.781,30	9.721,41	5.263,67	7.487,34	6.443,93	1,80%	-13,94%
9	Francia	4.835,13	3.769,34	7.720,11	5.413,16	5.505,77	1,53%	1,71%
	Total	170.175,91	189.220,99	275.449,49	439.089,51	358.742,51	100%	-18,30%

Fuente: UN Statistics, julio 2016

La cuota de mercado de China es de un 63,30% y la cuota de los países occidentales asciende a 24,87%, siendo China el líder del mercado. Por otro lado, España ha tenido una evolución positiva del 63,05% entre los años 2013 y 2015. También se puede observar que por delante de España están los productos alemanes, los británicos y los italianos.

En cuanto al crecimiento del mercado, se ha producido un descenso del 18,30% en 2015 con respecto al año anterior, siendo China la más afectada de todos los países al descender un 23,45%. Por otro lado, cabe destacar que Turquía ha subido casi un 200% entre el año 2014 y 2015.

Gráfico 6: Importaciones de EAU de iluminación procedentes de España, en miles de dólares



Fuente: UN Statistics, julio 2016

4. DEMANDA

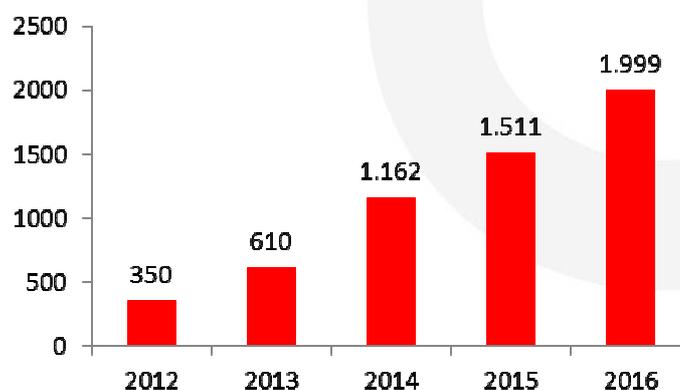
4.1 SECTORES DEMANDANTES DE MATERIAL ELÉCTRICO

4.1.1 Sector de la construcción

La construcción es un sector muy relevante en la economía de EAU, **al suponer un 11% del PIB del país** (según datos Business Monitor International de 2016). El sector de material eléctrico está muy ligado al de la construcción por lo que su evolución dependerá en gran medida del desarrollo de proyectos inmobiliarios, hoteleros, comerciales, hospitalarios, etc. Cabe destacar que **Dubái y Abu Dabi son los principales emiratos donde se llevan a cabo la mayoría de grandes proyectos**, por lo que son éstos los que suelen establecer el ritmo de crecimiento del sector de la construcción en EAU.

Tras sufrir una bajada en la licitación de proyectos en el año 2008 debido a la crisis financiera, Dubái ha sido capaz de superar la situación pese a ver su crecimiento reducido. Muchos de los proyectos que se habían suspendido debido a la crisis han sido puestos en marcha nuevamente. Pese a ello, todavía existen proyectos suspendidos aunque se espera que algunos se reactiven durante el año 2017. En el gráfico 7 se puede observar el número de proyectos que se encontraban en suspenso entre los años 2012 y 2016.

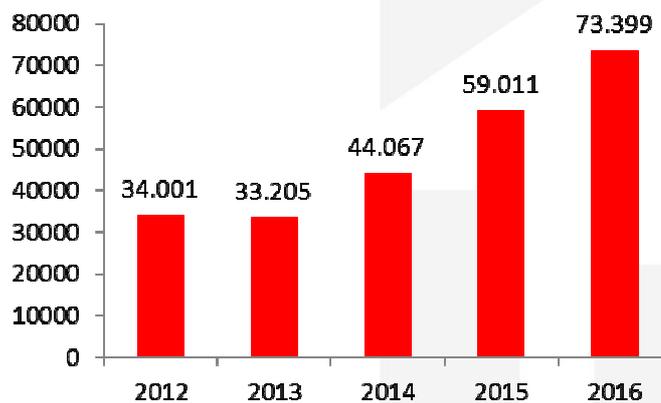
Gráfico 7: Número de proyectos suspendidos en EAU, 2012-2016



Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

Este aumento de proyectos suspendidos se puede observar en relación en los proyectos que se están llevando a cabo en EAU entre los años 2012 y 2016, como se muestra en el gráfico 8. Estos datos se corresponden a los sectores residencial, restauración y hoteles, comercial, educación y, salud, que son los que han sido seleccionados para el análisis de este sector, al estar vinculado directamente con los productos objeto de este estudio de mercado.

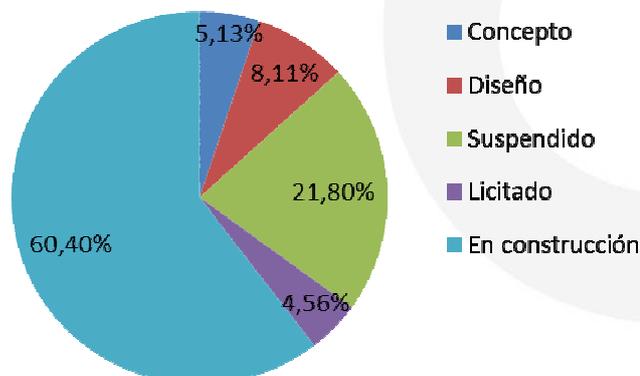
Gráfico 8: Número de proyectos totales en EAU, 2012-2016



Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

En la gráfica superior se puede observar el aumento de proyectos en los sectores antes indicados de manera continuada entre los años 2014 y 2016. Sin embargo, las previsiones de crecimiento difieren entre los dos principales emiratos, ya que **en Dubái se prevé un aumento de la licitación de proyectos frente a Abu Dabi**, debido a la preparación de este emirato para la Expo 2020. En el año 2016, **Dubái contaba con 13,000 proyectos más que Abu Dabi**. Según diversos profesionales del sector consultados, se espera que se empiecen a ver los efectos sobre la construcción que tendrá la Expo 2020 en Dubái a mitad de 2017. En el gráfico 3 se puede observar cómo de los existentes, un **60% de éstos están en la fase de construcción** y un 21% se encuentran suspendidos.

Gráfico 9: Estado de los proyectos en EAU, en %

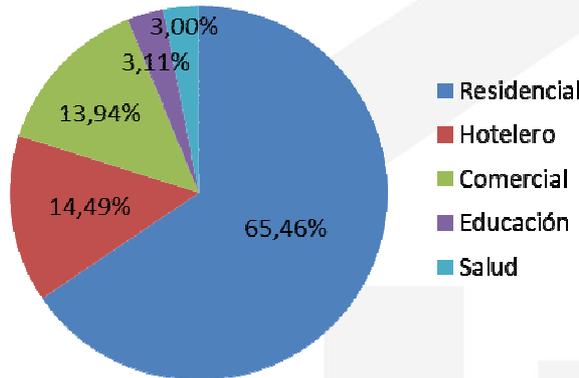


Fuente: BNC Project Intelligence Database

A continuación se procederá a desglosar los diversos tipos de construcción que son objeto de análisis en este estudio. Como se puede observar en el gráfico 10, la construcción residencial su-

pone más de un 65% del total del valor de los proyectos en construcción. A mucha distancia del primero, le siguen el sector de restauración y hoteles y el sector comercial, que alcanzan casi una cuota del 28%

Gráfico 10: Proyectos en construcción por sectores, en % sobre su valor

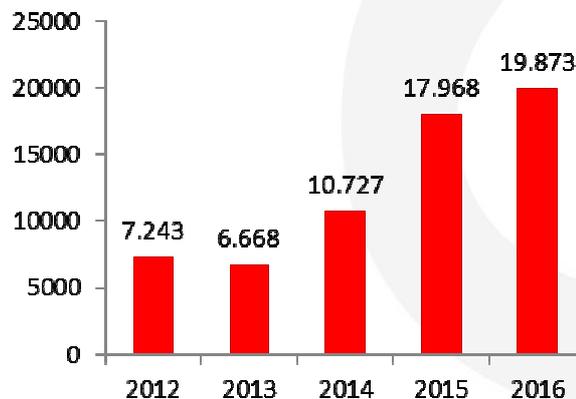


Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

RESIDENCIAL

En cuanto a los tipos de proyectos que se están llevando a cabo en EAU, **predominan los proyectos residenciales**, pese a haber disminuido en cantidad pero aumentado en presupuesto. A pesar de esta situación de disminución de proyectos, **se ha aumentado la construcción de las llamadas “viviendas asequibles”**. Estas viviendas están destinadas a la población con unos ingresos medios y se prevé que mediante su construcción aumente la demanda de vivienda del país hasta un 4,5%. En cuanto a las principales tendencias en el sector residencial, existe una preferencia hacia la construcción de apartamentos y viviendas unifamiliares de menor tamaño.

Gráfico 11: Valor de los proyectos residenciales en EAU 2012-2016, en millones de dólares



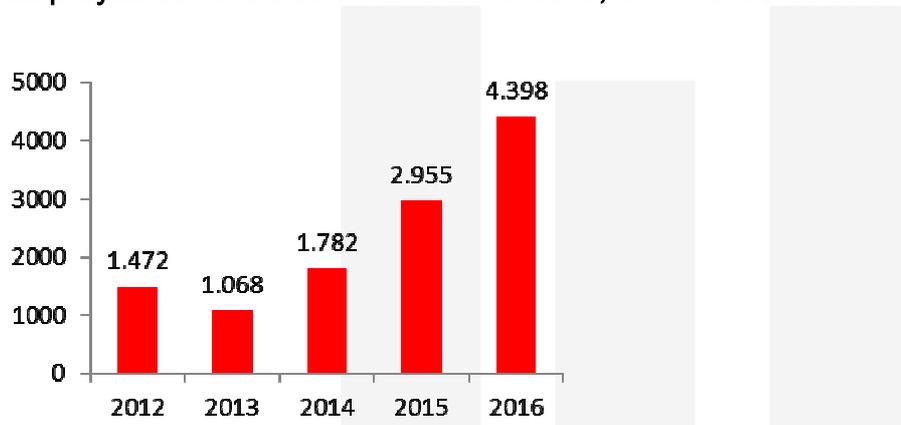
Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

RESTAURACIÓN Y HOTELES

Se prevé un aumento de los proyectos hoteleros y de restauración debido a la celebración de la Expo 2020 en Dubái, que se espera que atraiga a más de 25 millones de visitantes. Para acoger esta demanda, está prevista la **construcción de 58.000 nuevas plazas de hotel**. Actualmente existen 681 hoteles y más de 102.000 habitaciones sólo en Dubái. Además, se calcula que alrededor de 10.000 de las plazas ya existentes necesitarán algún tipo de renovación o reforma.

Por otro lado, se está produciendo un aumento de turistas de clase media, con un perfil cada vez más joven y con un presupuesto limitado. En la actualidad los hoteles de cinco estrellas suponen el 40% del total de habitaciones disponibles, mientras que los de tres constituyen tan solo el 15%. Por ello, la nueva oferta no solo se enfoca al segmento alto de mercado, sino que se planea construir más hoteles de tres y cuatro estrellas para dar una solución a este nuevo perfil de turista.

Gráfico 12: Valor de los proyectos hoteleros en EAU 2012-2016, en millones de dólares



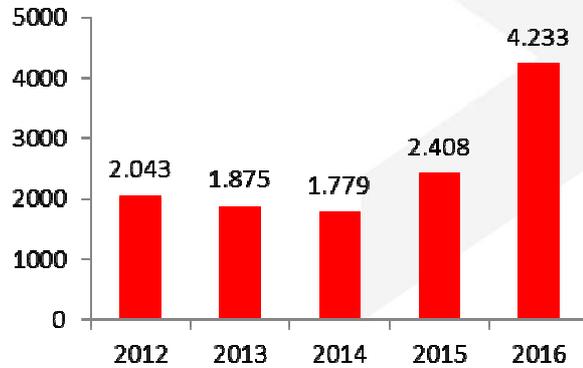
Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

COMERCIAL

La construcción de espacios comerciales es una parte importante del país por sus características demográficas y climatológicas, ya que la población pasa mucho tiempo en ellos y se han convertido en un atractivo turístico por sí mismos. En los últimos años el espacio dentro de los centros comerciales destinado a restauración **ha ido aumentando progresivamente pasando de ser un 7% hace 10 años hasta alcanzar en la actualidad el 15% del total**. Además, se observa una tendencia a que los grandes proyectos de desarrollo de centros comerciales incluyan también hoteles, spas y demás zonas de ocio.

Aparte de la construcción de grandes centros comerciales, también está proliferando la construcción de centros comerciales de un tamaño menor, llamados **“Community Malls”** y ubicados en zonas residenciales. Por otro lado, la construcción de “destination malls” está estancándose en detrimento de las anteriores construcciones mencionadas.

Gráfico 13: Valor de los proyectos comerciales en EAU 2012-2016, en millones de dólares

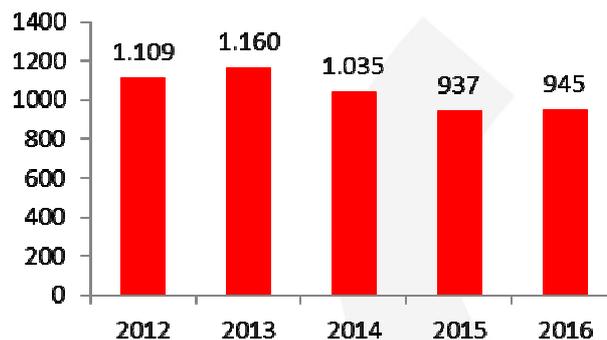


Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

EDUCACIÓN

En los últimos años todos los países del CCG han comenzado a destinar importantes partidas de sus presupuestos a educación y, como parte de esta política, han invertido enormemente en crear y mejorar las infraestructuras educativas. Con el aumento de la población residente y la necesidad de fortalecer la base del conocimiento, se ha destinado una gran parte de los presupuestos de EAU al desarrollo de proyectos que incluyen la construcción de nuevas escuelas, remodelación de las ya existentes y la creación de universidades y otros centros de enseñanza. Asimismo, grandes grupos empresariales privados de la región han realizado fuertes inversiones en colegios y universidades de carácter privado. Sin embargo, tras años de fuertes inversiones en el sector, éstas están sufriendo una ralentización al haber alcanzado el mercado cierta madurez.

Gráfico 14: Proyectos educativos en EAU, 2012-2016, en millones de dólares



Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

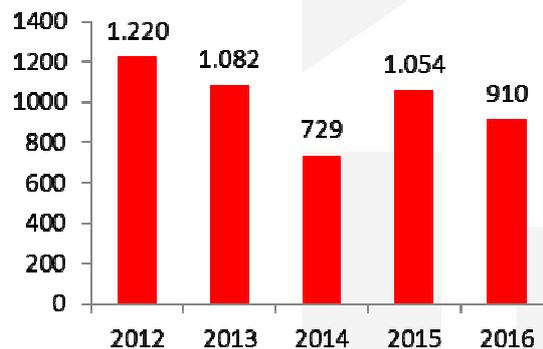
SALUD

El sector de la salud ha sido una prioridad para el gobierno de EAU ya que el aumento de la población conlleva aparejado el aumento del número de pacientes que requieran de atención médica. Otras causas que han llevado a este sector a crecer son el incremento de enfermedades derivadas de la mala alimentación, los comportamientos sedentarios y el consumo de tabaco. Una enfermedad que preocupa especialmente al gobierno de EAU es la diabetes, pues se estima que un 19,3% de la población local la padece. La estrategia del Gobierno para el año 2021 está encaminada a la consecución de unos estándares internacionales de calidad en las infraestructuras

sanitarias y los servicios así como la reducción de los casos de diabetes, la obesidad y el consumo de tabaco.

En cuanto al turismo sanitario, en el año 2015, hubo un total de 630.000 turistas sanitarios, de los cuáles el 47% fueron extranjeros y el resto de otros emiratos. El objetivo es que para el año 2020 vengan un total de 500.000 turistas procedentes de otros países y convertir EAU en el principal *hub* a nivel regional para competir con países ya establecidos en este sector como son Malasia e India.

Gráfico 15: Proyectos sanitarios en EAU, 2012-2016 en millones de dólares



Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

4.1.2 Sector eléctrico

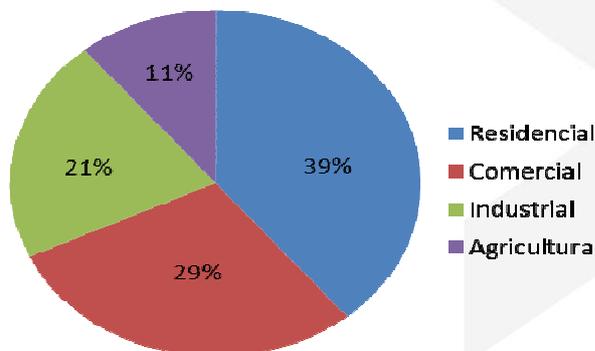
EAU ha tenido un repunte en la demanda de electricidad entre el año 2009 y 2015 con un aumento del consumo anual aproximado del 4%. Entre el año 2015 y el anterior ha habido una subida en el consumo de electricidad de un 3,6%. Este crecimiento se está viendo afectado por los siguientes factores:

- El aumento de la población y la urbanización.
- El tipo de clima que exige sistemas de refrigeración en constante funcionamiento.
- El histórico bajo precio de la electricidad en el país.

EAU cuenta con una capacidad de generación actual de 34 GW, lo que le permitirá generar aproximadamente 128,03 Tw/h. La distribución del consumo de electricidad se divide entre residencial (39%), comercial (29%), industrial (21%) y agricultura (11%).

Para hacer frente al crecimiento de la demanda de electricidad, el gobierno federal y los distintos emiratos, principalmente Abu Dabi y Dubái, han puesto en marcha numerosos proyectos de generación eléctrica, tanto de ciclo combinado (que actualmente supone un 98% de la energía generada en el país) como de renovables, así como de energía nuclear y de carbón limpio.

Gráfico 16: Distribución de consumo energético en EAU en el año 2015



Fuente: IRENA Database, 2016

El sector eléctrico **está regulado por diferentes organismos públicos que varían en función del emirato en el que operen**. En Abu Dabi, Dubái y Sharjah es competencia del gobierno de cada uno de los emiratos, mientras que en el resto de emiratos (Ajmán, Fujaira, Ras al-Khaima y Umm al-Quwayn) los sectores de la energía y el agua son gestionados por una misma entidad de tipo federal, debido a sus menores recursos. Los organismos mencionados son los siguientes:

- Abu Dabi Water and Electricity Authority (ADWEA)
- Dubai Electricity and Water Authority (DEWA)
- Sharjah Electricity and Water Authority (SEWA)
- Federal Electricity and Water Authority (FEWA)

El emirato de Dubái está planificando llevar a cabo diferentes inversiones en nuevas infraestructuras, siendo uno de las más relevantes el parque solar del Sheikh Mohammed Bin Rashid Al Maktoum, que será el más grande del mundo. La fase 2 de la construcción de dicho parque solar ha sido terminada recientemente y cuenta con 200 MW de potencia. En esta fase ha participado la empresa española TSK, como EPCista y desarrollador del proyecto. La tercera fase, que se encuentra en construcción, contará con 800 MW de potencia y en ella están participando ACCIONA y Gransolar.

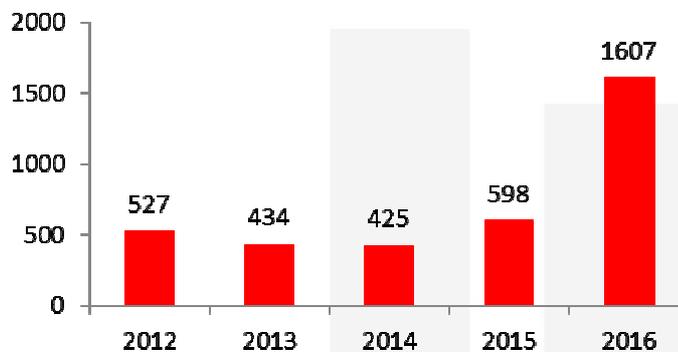
Existe otro proyecto planificado por FEWA para construir nuevas estaciones de distribución y estructuras clave por un valor total de 308 millones de dólares. La gran mayoría de estos proyectos son nuevas subestaciones de energía dirigidas a canalizar el aumento de la generación de electricidad en el país. Un ejemplo de esta clase de proyectos es la construcción de una subestación de la empresa Jazeera con un presupuesto de 8 millones de dólares y una expansión de la subestación en Ajman con un presupuesto de 95 millones de dólares y que contará con tres nuevos transformadores con una potencia de 33/11Kv y un transformador de 90 MW. La cantidad presupuestada para los principales proyectos de distribución en EAU asciende a un total aproximado de 3.680 millones de dólares.

Hay que destacar que este estudio no contempla todos los elementos de distribución y transmisión de electricidad al contar estos con elementos de alta tensión. Sin embargo, el alcance de este análisis sí incluye las subestaciones eléctricas, tanto reductoras como distribuidoras, y centros de transformación, siendo algunos de sus materiales categorizadas en la de productos de media tensión. Estas subestaciones son las encargadas de modificar la tensión para facilitar la transmisión y distribución de energía para su uso comercial.

Dada la previsión del aumento de consumo de electricidad en EAU, que se cuantifica en 17 Gw entre 2016 y 2020, serán necesarias nuevas subestaciones para poder distribuir la energía generada de manera óptima. Por ello está en fase de planificación la construcción de 64 subestaciones en Dubái por un valor de 1.631 millones de dólares que se prevén finalizar en el año 2018, así como otros proyectos de menor envergadura en todo el territorio.

Como se puede observar en el gráfico 17, ha habido un aumento sustancial de la inversión en el año 2016 respecto al año 2015, lo que demuestra la intención de los gobiernos de los emiratos de seguir invirtiendo en este sector dadas las previsiones de consumo que se barajan en el futuro y que han sido mencionadas anteriormente.

Gráfico 17: Proyectos de subestaciones en EAU, 2011 – 2016 en millones de dólares



Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database 2016

4.2 FACTORES DECISORIOS DE COMPRA

El principal factor decisorio de compra en el sector del material eléctrico de media y baja tensión es **el precio**, al existir muchas marcas diferentes así como un amplio rango de precios. Como consecuencia de ello, el mercado de EAU está muy saturado y es muy competitivo.

Otro factor que se tiene en cuenta es **la procedencia de los productos**. De las estadísticas de importación analizadas en el tercer apartado de este estudio se pueden observar dos claras tendencias en cuanto a la procedencia del material eléctrico que demanda el sector en EAU. Por un lado encontramos los productos de origen occidental, que se caracterizan por contar con una calidad y diseño medio-alto. Estas cualidades son especialmente valoradas en productos como el aparellaje y los cables y por eso se importan altas cuotas de este tipo de material de países europeos. Según diversos profesionales del sector consultados, el producto europeo se caracteriza por el cumplimiento sistemático de los estándares de calidad internacionales. Esto permite a estos productos ser muy apreciados dado el constante aumento de los estándares solicitados en el país.

Por otro lado, los productos que no requieren de una alta tecnología ni diseño, suelen provenir de China y otros países asiáticos, destacándose por contar con unos precios mucho más competitivos que los europeos. Éste es el caso del pequeño material eléctrico, donde China concentra unas cuotas considerablemente altas del total que EAU importa.

Asimismo, otro factor que influye de manera considerable en la adquisición de este tipo de productos es **que el fabricante tenga presencia física en el país**. Al ser un mercado tan exigente,

muchas empresas optan por establecerse para poder desarrollar una intensa labor de promoción y apoyo a sus distribuidores así como para encargarse ellas mismas de la atención al cliente y servicio post-venta. En los últimos años, muchas empresas internacionales (asiáticas y occidentales) han decidido establecerse en el país para poder competir en el mercado actual.

Es muy importante que la empresa respete los plazos de entrega ya que muestra una imagen de seriedad que es muy apreciada por las empresas locales. Además, las empresas locales suelen priorizar a las compañías que han realizado proyectos en la zona o que han trabajado antes en mercados de la región del Golfo. Por ello, la dificultad para las empresas es la obtención de los primeros proyectos o colaboraciones con las empresas locales.

Por último, EAU dispone de un **código de seguridad en materia antiincendios** publicado en 2006 y actualizado en 2011 llamado “UAE Fire and Life Safety Code of Practice” donde se regulan las características ignífugas que requerían los materiales que se importaban. Pese a la existencia de esta regulación, se han seguido produciendo múltiples incendios que han provocado la revisión del código de seguridad antes indicado así como su correcta aplicación. Este código recoge las especificaciones de toda clase de edificios así como todo tipo de materiales. Por ello, **que se cumplan todos los estándares requeridos es un factor muy importante**. Esta obligación de cumplimiento con los estándares internacionales aparece recogida en el artículo 15 de la “Gulf Technical Regulation for Low Voltage Electrical Equipment and Appliances” que establece la normativa que debe seguir el material eléctrico de baja tensión.

5. PRECIOS

Como se ha indicado anteriormente, en EAU el precio es uno de los principales factores de decisión en la compra. Al tratarse de un mercado muy saturado y con una fuerte competencia, los compradores tienen el poder a la hora de negociar los precios del producto. Esto hace que los fabricantes tengan que ajustar sus márgenes para poder colocar sus productos.

Una consecuencia directa de esta situación ha sido que muchas pequeñas empresas que surgieron durante el período anterior a 2008 hayan tenido que cerrar debido a su incapacidad para competir con otras empresas con precios más competitivos. Esta situación genera que las compañías **tengan que ser más competitivas o tener un elemento diferencial** por el cual no les sea necesario realizar este ajuste de precio. Este elemento también supone un factor disuasorio para las nuevas compañías que pretenden entrar en EAU, ya que hay que tener músculo financiero para poder competir en este mercado con las empresas ya establecidas.

Además, **debido a la saturación de productos en el mercado y el ajuste de los presupuestos en los diversos proyectos, los precios han bajado de manera progresiva.** Estas bajadas de precio han resultado en que algunas de las empresas vendan a precio de coste para poder mantenerse en el país y competir con sus homólogos asiáticos. Como consecuencia de esta situación, muchas empresas han visto afectados de manera negativa sus resultados económicos.

En cuanto al producto español, le ha afectado a la competición que mantenía con los productos europeos ya que la bajada de precios ha hecho que el producto sea más atractivo para las empresas locales. Además, y tras consultarlo con profesionales del sector, esta búsqueda de calidad también se ha visto reflejada en el aumento de los estándares de calidad exigidos por las autoridades gubernamentales. Éstas exigen unas características técnicas para cierto tipo de producto susceptible de poder generar un riesgo en la seguridad de las construcciones y que los productos asiáticos no suelen cumplir.

La moneda de EAU es el dirham emiratí (AED). Al igual que el resto de monedas de los estados del CCG, **el dirham está indexado al dólar estadounidense**, por lo que tiene un tipo de cambio fijo de 3,67 dirhams por dólar. Por lo tanto, las empresas locales están acostumbradas a trabajar con presupuestos tanto en moneda local como en dólares.

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El material eléctrico español suele tener una buena reputación por el mero hecho de ser un producto de procedencia europea. Sin embargo, las marcas españolas como tal no suelen ser buscadas por los contratistas sino que la empresa tiene que llevar a cabo las correspondientes tareas de promoción para hacer visible su producto en el mercado.

Según diversos profesionales del sector local, el producto español es considerado un **producto de calidad con un precio más asequible** que sus contrapartes italianas, alemanas y británicas, por lo que tienen una ventana de oportunidad en un mercado de ajuste de precios como viene siendo el de EAU. No obstante, se les considera que están un grado por debajo en cuanto a la calidad/diseño comparado con los productos de los países mencionados anteriormente en este mismo párrafo.

Tal como se ha observado en el apartado 3, España ha tenido un crecimiento importante en algunos productos como han sido los envolventes, los cables y el pequeño material eléctrico. Existe margen de mejora gracias al ajuste de los presupuestos que suele hacer que los contratistas se decanten por los productos de procedencia europea con un precio asequible. Este ajuste permite que los contratistas se planteen adquirir un producto de calidad a un precio competitivo cumpliendo el producto español con los requisitos de calidad exigidos.

Por todo ello, llevar a cabo una fuerte labor de promoción del producto e incluso considerar el establecimiento en EAU son dos factores muy importantes para conseguir que el material eléctrico español se desarrolle como una opción atractiva frente a los otros productos de procedencia europea.

7 ■ CANALES DE DISTRIBUCIÓN

7.1 CANALES HABITUALES DE DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL ELÉCTRICO

En primer lugar, hay que indicar que para poder importar cualquier tipo de producto en EAU se precisa de una licencia de comercio (*trade licence*) que sólo se expide a empresas locales. Por lo tanto, la empresa extranjera que quiera exportar a EAU tiene tres opciones para entrar en el mercado:

- Firmar un contrato de distribución con una empresa local.
- Contratar a un agente que represente a su marca en EAU.
- Establecerse en EAU.

En relación a las dos primeras opciones (distribuidor/agente), la Commercial Agency Law de EAU regula la designación de agentes comerciales, representantes de ventas y distribuidores en los EAU. El contrato de agencia está definido como un acuerdo por el cual **una empresa extranjera está representada por un agente comercial para "la distribución, venta o promoción de un producto o servicio a cambio de una comisión o beneficio"**. No existe una diferencia entre el concepto de distribuidor y agente, usándose de manera indistinta el término para referirse a ellos. La mayor relevancia legal es observar si el contrato de agencia está registrado o no.

- Si el contrato de Agencia está registrado, **el agente debe ser una persona de nacionalidad emiratí o una empresa participada el 100% por ellos**. Este contrato se debe inscribir en el Registro de Agencias Comerciales del Ministerio de Economía (Ministry of Economy), **que solo aceptará el contrato cuando tenga carácter exclusivo y en caso de no recogerse, se entenderá incorporada de manera implícita**. Además, el agente tiene derecho a impedir que los productos sometidos a su distribución en un determinado territorio sean importados a dicho territorio si el agente no es el destinatario de los mismos. Otro elemento crítico de estos contratos es la determinación de la duración del mismo ya que solo se puede finalizar con la aprobación del agente o motivos declarados como válidos por los Tribunales. **El agente tiene derecho a percibir comisiones** (establecidas por contrato) por las ventas que haya realizado el principal en su territorio independientemente de que tales ventas se realicen o no a través del agente.
- El Contrato de Agencia No Registrado no está sujeto a la Commercial Agencies Law, sino que se regula por orden de prioridad a la Commercial Transactions Law 18/1993 y el Civil Code (Federal Law N°. 5 de 1985). Este contrato **permite al importador unas condiciones más flexibles que las del contrato de Agencia registrado**. Algunas de las ventajas de es-

tos contratos son que no hace falta que el agente no sea nacional (pero debe tener una licencia), no hay obligatoriedad en la cláusula de exclusividad, terminación del contrato por expiración del plazo pactado o diversas condiciones de resolución.

En lo referente al sector del material eléctrico, antes de la **crisis de 2008** existían muchos agentes y distribuidores en EAU que contaban con un gran stock en almacenes, ya que había mucha demanda de productos gracias a la alta cantidad de proyectos de construcción. En aquellos años, los contratistas necesitaban grandes cantidades de producto, por lo que se valoraba mucho la rapidez a la hora de suministrar material eléctrico a los proyectos. Sin embargo, tras la crisis que sufrió principalmente el emirato de Dubái, la demanda se redujo por la cancelación de proyectos. Actualmente, la situación ha cambiado puesto que los distribuidores ya **no suelen acumular una gran cantidad stock** y prefieren trabajar bajo pedido según sea la demanda de los proyectos en los que participan.

Es recomendable que los distribuidores y agentes tengan las siguientes características:

- **Conocer todos los procedimientos necesarios para llevar a cabo una correcta entrada del producto**, en este caso, que pueda orientar la empresa en la precalificación de sus productos ante organismos gubernamentales y empresas de los que dependa el proceso.
- **Tener buenas relaciones con empresas con las empresas que pueden influir en la compra de material eléctrico**, como pueden ser los clientes finales (promotoras y organismo públicos de generación y distribución de energía), contratistas, empresas de EPC y despachos de arquitectura/consultoría que desarrollan el diseño de un proyecto. Las especificaciones pueden llegar a un alto grado de detalle, incluso a prescribir marcas concretas. Por lo tanto, para poder tener éxito en el mercado, es necesario que el agente/distribuidor mantenga una estrecha relación con los prescriptores de material eléctrico.
- **Ser consciente de las tendencias del mercado** y de los nuevos proyectos que vayan surgiendo. Será el distribuidor quien informará a la empresa de las oportunidades de negocio en el mercado de EAU.

En cuanto a la tercera opción, el establecimiento de la empresa española, lo primero que tiene que decidir es si quiere establecerse en una **zona franca o en el propio país**. Esta elección determinará las condiciones de entrada al mercado ya que cada una de las opciones cuenta con sus ventajas e inconvenientes.

1) Establecimiento fuera de zona franca

Las empresas que se establezcan en EAU fuera de una zona franca **pueden optar por llevar a cabo sus operaciones como una sucursal, una oficina de representación o como una empresa registrada en uno o más emiratos**.

Con carácter general y en relación con la normativa en materia de propiedad, **todas las empresas establecidas en EAU tienen que tener una participación** del 51% por parte de un nacional o de una empresa participada por ellos al 100% o estar controladas totalmente por éstos, excepto las establecidas en la zona franca.

Si se optase por la apertura de una sucursal de una empresa española en territorio emiratí, al no tener ésta personalidad jurídica propia, no hace falta contar con un socio local, aunque hay la obligación de contratar a un agente de servicios que también ha de tener nacionalidad emiratí. La sucursal carece de personalidad jurídica propia pero tiene capacidad para firmar contratos y realizar las actividades especificadas en su licencia.

Otra opción de implantación sería una oficina de representación, siendo las actividades desempeñadas la mediación, supervisión, atención al cliente y administración, en representación de la empresa matriz, sin poder firmar contratos ni generar facturas. Esta oficina solamente podrá generar gastos. Además, el número de trabajadores a los que puede tramitar su residencia está limitado.

2) Establecimiento en zona franca

Las zonas francas son distritos económicos, normalmente especializados en un sector concreto, creadas para fomentar la inversión extranjera directa en EAU siendo una opción ampliamente utilizada por las empresas extranjeras. Su principal atractivo es que no existe la necesidad de contar con un nacional para la creación una sociedad, permitiendo al extranjero tener la participación total de ella. Los principales inconvenientes son que no se puede operar fuera de la zona franca y no pueden acceder a las licitaciones de EAU, a no ser que tengan carácter internacional.

El establecimiento es un paso a tener en cuenta cuando se entra al mercado, ya que **permite una cercanía** con los distribuidores, agentes y prescriptores con los que se opera y **permite una promoción directa del producto** que se quiere comercializar. Se trata de un mercado de contactos, mediante los cuales la empresa no solo consigue transmitir su compromiso con el mercado, sino también obtener información y posicionarse adecuadamente. Hay que destacar que al existir tantas empresas competidoras, muchas de ellas con presencia en EAU, puede llegar a ser un elemento diferenciador al tratar con los contratistas y los prescriptores. Por ello, tal y como se ha indicado anteriormente, dar visibilidad al producto mediante una relación fluida y cercana con los operadores locales suele ser fundamental para conseguir el éxito en el mercado así como la **entrega de los productos en el plazo acordado**.

7.2 ACCESO A PROYECTOS – PRECALIFICACIÓN

La precalificación es un procedimiento **por el cual la empresa se inscribe en el registro del organismo encargado de la electricidad y el agua en cada emirato y/o de las grandes promotoras de proyectos de construcción del país** (como Emaar, Damac, Meraas, etc.).

Para precalificarse ante estas entidades públicas es necesario disponer de un distribuidor/agente local, que guiará y ayudará a la empresa durante el proceso. Por lo general, el primer paso para la precalificación es rellenar el formulario de cada una de las agencias (online en algunos casos) y enviar la documentación requerida por cada organismo así como los certificados de los productos. Es necesario destacar que los certificados requeridos suelen ser estándares internacionales (UNE, British Estándar, US...).

Además es habitual que las **grandes promotoras tengan sus propias *vendor lists***. Se trata de una base de datos en la que van incluyendo a diferentes empresas proveedoras. Cuando la promotora necesita un suministrador de un determinado producto, informa a todas las empresas de la lista de las especificaciones y éstas realizan una oferta para participar del proyecto. Los requisitos para formar parte de estas *vendor list* suelen ser muy exigentes y a menudo la empresa promotora solicitará visitar las instalaciones del proveedor o suministrador para comprobar sus procesos de fabricación y estándares de calidad. El hecho de **estar incluido en una *vendor list* no garantiza que la empresa vaya a ser escogida** pero supone una oportunidad para la misma de poder formar parte de un proyecto.

Por otro lado, si el cliente cuenta con un presupuesto ajustado, las especificaciones suelen ser más genéricas (la denominada definición “x o similar”) produciéndose lo que se denomina ***value engineering***. En esta fase se trata de obtener de las empresas el mejor precio posible ajustándose

a los requisitos de calidad especificados. En estos casos es frecuente el uso de productos asiáticos, que presentan una calidad y diseño sensiblemente inferior a los europeos/americanos a unos precios más competitivos. No obstante, si se ha especificado que el producto ha de ser de procedencia europea, entonces las empresas españolas cuentan con una buena relación calidad-precio ante otros competidores europeos, como puedan ser los alemanes o italianos.

Por último, aquellos proyectos de menor envergadura desarrollados por pequeños promotores **no suelen requerir de esta precalificación**. Sin embargo, y como se ha indicado, el principal canal de entrada del productos serían en proyectos que requieren de precalificación.

7.3 PRINCIPALES PUNTOS DE ENTRADA DEL PAÍS

Los principales puertos y aeropuertos de entrada a EAU son los siguientes:

Puertos:

- Puerto Jebel Ali en Dubái. Está conectado con el aeropuerto Al Maktoum (DWC) por la zona franca de Jebel Ali, por lo que es posible transportar la mercancía para su posterior re-exportación por avión sin pasar por Aduanas.
- Puerto Khalifa en Abu Dabi. Importante ruta de entrada al emirato de Abu Dabi.
- Puerto de Ras Al Khaimah. Importante ruta de entrada al emirato de Ras Al Khaimah.

Aeropuertos:

- Aeropuerto internacional de Abu Dabi (AUH).
- Aeropuerto internacional de Dubái (DXB). En la actualidad es el tercer aeropuerto con más tráfico del mundo. Tiene una capacidad de 2,5 millones de toneladas en su terminal de mercancías.
- Aeropuerto internacional Al Maktoum en Dubái (DWC). Aunque parte del aeropuerto continúa en construcción, en 2010 abrieron su terminal de transporte de mercancías. Pretende convertirse en el mayor aeropuerto del mundo con una capacidad de 160 millones de pasajeros y 12 millones de toneladas de mercancía al año en el 2030.

8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

La Unión Aduanera del CCG, del que forma parte EAU, tiene establecido un arancel del 5% *ad valorem* sobre casi todos los productos importados, entre los que se incluye el material eléctrico. Por ello, una vez se paga el arancel de entrada en cualquier estado del CCG, el producto puede moverse libremente dentro de esta unión aduanera.

En EAU no existe de momento un impuesto análogo al IVA español. No obstante, las autoridades de EAU están valorando la posibilidad de implementar un impuesto sobre el valor añadido (VAT por sus siglas en inglés) del 5% a raíz de la caída de los precios del petróleo y el subsiguiente déficit fiscal. Se espera que dicho impuesto se comience a aplicar el 1 de enero de 2018. Se recomienda consultar periódicamente la web de la Comisión Europea sobre comercio exterior (madb.europa.eu) para conocer las últimas novedades sobre impuestos y aranceles.

Para el paso por Aduanas de los productos analizados, el exportador español deberá presentar una serie de documentos que se enumeran a continuación:

1. Factura comercial original. Los idiomas permitidos son inglés y árabe. El documento debe estar dirigido a un importador con licencia en el país y debe detallar la cantidad total, descripción de las mercancías y el valor total.
2. Factura proforma.
3. Packing List: Documento que contiene los detalles del envío y sirve para el tratamiento del producto en aduana. Debe ser elaborado por el exportador en inglés o árabe, e incluir la siguiente información: el contenido de los paquetes, la descripción del producto, la marca y la cantidad de producto. Es aconsejable añadir el número de la factura comercial en el Packing List.
4. Certificado de Origen: Documento que certifica el origen de los productos que se van a importar. El exportador es el encargado de elaborarlo y se ha de entregar el documento original. Se tiene que especificar el país exacto, por lo que no se acepta indicar únicamente "European Union" como origen. Normalmente se pondrá el país, seguido de European Union. En el caso de que los productos procedan de distintos países, se deberá mencionar cada uno de ellos.
5. Insurance Certificate: Tiene que elaborarlo la aseguradora del exportador o el importador, y ha de estar en inglés o árabe.
6. Air Waybill o Bill of Lading: Debe ser elaborado por el transportista o el agente.

Por parte del importador o del transportista, deberán presentarse los siguientes documentos:

- Ship Pre-Arrival Notification Report
- Master's Report
- Manifest
- Customs Import Declaration
- Delivery Order
- Registration with the Customs Authorities
- Commercial Registration and Trade Licence

Todos los documentos deben estar elaborados en inglés o árabe.

HOMOLOGACIÓN DEL PRODUCTO

Por las características de los productos objeto del estudio, EAU exige unas homologaciones para permitir la entrada en el país. El organismo encargado es la Autoridad de Emiratos para la Estandarización y Metrología (ESMA por sus siglas en inglés), que es de carácter federal. Éste se encarga de determinar los estándares por los que deben regirse todos los productos que entren en EAU. En el caso del material eléctrico, los estándares por los que se rige el país son los British Standard (BS) e International Electrotechnical Commission (IEC). En caso de que el producto vaya enfocado a la seguridad, se requerirán unas homologaciones adicionales expedidas por el departamento de Defensa Civil de cada emirato.

Estos controles de calidad se han endurecido durante 2016 como consecuencia de diversos accidentes que ha habido en algunos edificios en materia ignífuga y se ha apuntado como causa a la baja calidad de algunos de los materiales utilizados para la construcción. Desde los organismos gubernamentales se han querido realizar unos controles más exhaustivos, debido a que en la época de más actividad se construían muchas estructuras y los inspectores no eran capaces de cubrirlas todas, provocando los mencionados accidentes.

La única prohibición de entrada que tienen los productos analizados por este estudio son aquellos considerados como desechos peligrosos dentro de la partida 8532 (condensadores eléctricos fijos). Estos productos no tienen posibilidad alguna de entrada en EAU.

9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Las perspectivas de este sector van muy vinculadas a la cantidad de proyectos planificados, como se ha indicado anteriormente. En este sentido, pese a la bajada de precio del crudo, EAU **tiene unas perspectivas de crecimiento estimado en este sector de un 6,6%**. En el año 2016, el número de proyectos planificados se ha reducido un 15%, pasando de 26.000 millones de dólares en 2015 a 22.000 millones de dólares en 2016. Pese a esta bajada general en EAU, el emirato de Dubái ha recibido entre enero y octubre de 2016 una inversión de 20.000 millones de dólares en proyectos de construcción, suponiendo un aumento del 33% respecto al año 2015, donde se adjudicaron proyectos por un valor de 15.000 millones de dólares. A pesar de la bajada de los precios del petróleo y la adjudicación de contratos, **EAU ha sido el país que más proyectos ha adjudicado en el año 2016, por delante de Arabia Saudí y se prevé que para el año 2017 siga siendo así³.**

Una de las causas de este aumento ha sido la adjudicación de la Expo 2020 a Dubái, ya que esto ha supuesto un importante impulso y ha reactivado algunos proyectos que se habían paralizado o cancelado durante la crisis de 2008. Algunos de los proyectos que ya están planificados son Meydan City, The Lagoons, Mohammad Bin Rashid City, la expansión del Dubái Creek, entre otros.

Otro sector que está cogiendo fuerza dentro de la construcción es el de la **creación de parques temáticos y edificios turísticos**. Ello viene derivado de la Visión Turística para 2020 planificada por EAU al no existir competencia en la región en el sector del turismo en la zona del CCG. Se prevé la creación de varios parques temáticos debido al aumento de la demanda de turismo (sobre todo en Dubái). Esto se refleja en la planificación y construcción de hoteles y bulevares para acoger a los 25 millones de personas que se prevén que llegarán por motivo de la Expo 2020.

En cuanto al sector eléctrico, se están planificando múltiples subestaciones de cara a poder suplir la demanda creciente de electricidad de EAU, por lo que las empresas que trabajen con material para este tipo de infraestructuras, tendrán una oportunidad (siempre que estén precalificados con las autoridades públicas pertinentes).

³ Fuente: "Contract awards trends to continue into 2017", MEED, 27 de enero de 2017, Emil Rademeyer

10. OPORTUNIDADES

Existen multitud de proyectos en diversas fases de construcción y diseño. A continuación se indican algunos proyectos en realización en diversos sectores, en los que el material eléctrico de baja y media tensión puede tener mercado.

PROYECTOS DE ENERGÍA		
PROYECTO	CLIENTE	VALOR DEL PROYECTO (mill. USD)
64 subestaciones en Dubái	DEWA	1.691
3 subestaciones primarias 33/11Kv en Al Manaief	Abu Dabi General Services PJSC	100
Subestación 132/11kV en Deira Islands	Nakheel Corporation	50
Subestación primaria 33/11Kv en Nibras	Mubadala Development Company	22
Subestación de 33/11Kv en Jazeera	FEWA	8

Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database, 2017

PROYECTOS RESIDENCIALES		
PROYECTO	CLIENTE	VALOR DEL PROYECTO (mill. USD)
Yas Acres – Fase 1	ALDAR PROPERTIES	1.600
Deira Islands Tower Community	Nakheel Corporation	480
RP Heights en Downtown Dubái	RP Group of Companies	408
Dubai Trade Center Jebel Ali	Dubai World Trade Center Authority	400
Mayan en Yas Island	ALDAR PROPERTIES	350

Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database, 2017

PROYECTOS COMERCIALES		
PROYECTO	CLIENTE	VALOR DEL PROYECTO (mill. USD)
Al Khail Avenue en Jumeirah Village Triangle	Nakheel Corporation	545
Deira Islands – Deira Islands Mall	Nakheel Corporation	463
Bluewaters Islands en Dubái	Link Global Group	327
Al Falah Development en Abu Dabi – Shopping Mall	ALDAR PROPERTIES	239
The Lagoons Mall	Emaar properties	200
Ajman City Centre Expansion	Majid Al Futtain (MAF) Properties	136
Circle Mall en Jumeirah Village Circle	Nakheel Corporation	96

Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database, 2017

PROYECTOS HOTELEROS		
PROYECTO	CLIENTE	VALOR DEL PROYECTO (mill. USD)
Royal Atlantis Resort en The Palm	Investment Corporation of Dubai, UAE	1.500
Water Discus Hotel en Dubái	Dubai Maritime City/BigInvestConsult	700
Taj Arabia at the Falcon City of Wonders	Link Global Group	500
The Adress Hotel Serviced Apartments en Dubai Marina	Emaar Properties	450
Paramount Hotel Jumeirah Waterfront	Damac Properties/Trakhees	300
Azizi Hotel en Dubai Dealthcare City 2	Azizi Investments	300
Hakkasan 5-Star Resort en Palm Jumeirah	Aabar Investments PJSC/Tasaneem Real Estate	200

Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database, 2017

PROYECTOS DE SALUD		
PROYECTO	CLIENTE	VALOR DEL PROYECTO (mill. USD)
New Al Ain Hospital	Seha – Abu Dabi Health Services/ Abu Dabi General Services PJSC (Musnada)	1089
New Hospital Complex para Sheikh Khalifa Medical City	Seha – Abu Dabi Health Services/ Abu Dabi General Services PJSC (Musnada)	680
Burjeel Medical City en Mohammed Bin Zayed City	VPS Healthcare	381
Saudi German Hospital in Ajman	Emirates Healthcare Limited	110
Aster Hospital in Al Qusais Industrial Area	Aster DM Heathcare/Mr. Abdulla Ahmad Mohammad Alhabai	55

Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database, 2017



PROYECTOS DE EDUCACIÓN		
PROYECTO	CLIENTE	VALOR DEL PROYECTO (mill. USD)
University of Dubai en Al Ruwayya – Fase 2	Dubai Chamber of Commerce and Industry/ University of Dubai	110
The Mohammad Bin Rashid E-College	Dubai Municipality	87
Emirates Flight Training Academy en Dubai South	Emirates Airlines	62
Emirates College of Technology en Masdar City	Emirates College of Technology	50
American School of Dubai en Al Barsha	American School of Dubai	40

Fuente: Ventures Onsite MENA Projects Database, 2017

En cuanto a las oportunidades para las empresas españolas, el mercado está en un momento muy interesante por las previsiones de crecimiento que se prevén y que se han indicado en el punto 9 de este estudio. Además, con la situación actual de ajuste de los presupuestos en los diversos proyectos, el material eléctrico español, al tratarse de un producto del segmento medio-alto, tiene más opciones de ser prescrito al presentar unos precios más competitivos que el procedente de otros países europeos. Es probable que algunos contratistas no puedan permitirse productos alemanes o británicos, pero tampoco quieren un producto de procedencia asiática. Por ello, el producto español (de segmento medio), es un material de buena calidad a un precio razonable.

Para conseguir esta visibilidad, es necesario invertir y dar apoyo al distribuidor en su labor de promoción. Conviene también estudiar cómo opera la competencia y considerar la opción de establecerse en el país para tener un contacto directo y continuo con el distribuidor, consultores/arquitectos, contratistas y promotores. Muchas empresas del sector ya están establecidas, por lo que pueden promocionar sus productos de manera directa. Al tratarse de un mercado en el que siempre surgen nuevos proyectos, tener la capacidad de responder rápidamente a las necesidades que puedan surgir suele ser fundamental para tener éxito en el mercado.

Por otro lado, en el sector eléctrico se están construyendo muchas subestaciones debido a la creciente demanda de electricidad a la que se está viendo sometido EAU, siendo un ejemplo la construcción de 64 subestaciones en Dubái por un valor de 1.691 millones de dólares.

11. INFORMACIÓN PRÁCTICA

11.1 FERIAS Y PUBLICACIONES DEL SECTOR

Las ferias son un mecanismo idóneo para conocer de primera mano un mercado y que suele reunir a distribuidores, contratistas, autoridades y otras empresas del sector. Hay diversas ferias a las que las empresas españolas se pueden dirigir para establecer contactos y mostrar sus productos y establecer contactos:

- **Middle East Electricity.** Es una feria de carácter anual, siendo la feria más grande de Oriente Medio del sector de material eléctrico. La última edición realizada en 2016 acumuló más de 1.500 expositores, una afluencia de 58.000 personas y un total de 62 países representados en una superficie de 62773 metros cuadrados.

Página web: <http://www.middleeastelectricity.com/en/Home/>

- **The Big 5.** La feria más grande de construcción de Oriente Medio que se celebra de manera anual en Dubái. La última edición realizada en 2016 acumuló más de 3.104 expositores, una afluencia de 85.000 personas y un total de 142 países representados.

Página web: <https://www.thebig5.ae/>

- **Light Middle East.** Feria dedicada principalmente a productos y servicios de iluminación que se celebra en Dubái y que ha contado con su edición 2016 con 370 expositores de 31 países diferentes y 6.645 visitantes de 84 países.

Página web: <https://www.lightME.net>

11.2 INFORMACIÓN PRÁCTICA SOBRE EL PAÍS

Formalidades de entrada y salida

Para acceder al territorio del emirato se necesita un visado, que es automático (se expide en frontera) para los nacionales de países de la UE, EEUU, Canadá, países del Consejo de Cooperación del Golfo, Australia y Japón. El visado expedido tiene una validez de 1 mes desde el momento de su concesión.

No hay ninguna formalidad de salida, siempre que se esté dentro del tiempo del permiso temporal acordado en el visado de entrada.

Hora local, vacaciones y días festivos

La jornada semanal es de domingo (primer día de la semana) a jueves. Los viernes y sábados cierran la totalidad de las oficinas gubernamentales, bancos, oficinas de empresas privadas y algunos establecimientos comerciales. Parte del comercio permanece abierto desde la tarde del viernes (sobre todo en los centros comerciales) y todo el sábado.

Los días festivos son las celebraciones de Eid Al Fitr (4 días) y las del Eid Al Adha (5 días) y el 3 de septiembre, en que se conmemora la independencia del país del dominio británico.

Horarios laborales

Las oficinas públicas abren de 8 de la mañana a 3 de la tarde. Los bancos de 8:30 de la mañana a 2:30 de la tarde. Las empresas suelen abrir y cerrar sus oficinas desde las 8 de la mañana a las 6:30 de la tarde.

Comunicaciones con España

La aerolínea Emirates Airlines ofrece vuelos directos entre Madrid y Dubai desde Agosto de 2010.

En cuanto a las comunicaciones telefónicas son bastante buenas y el servicio de roaming suele funcionar sin mayores problemas.

Para llamadas desde móvil español a fijos y móviles, marcar +971 y a continuación el número local sin el cero delante.

Para llamadas desde teléfono local a fijos y móviles, marcar el número completo (incluido 0)

Debido al coste de los servicios de roaming es interesante la adquisición de una tarjeta telefónica prepago (existe un puesto de la compañía DU en la salida de la Terminal), la cual puede ser adquirida en el mismo aeropuerto (coste de 50 Dirhams aprox.).

Moneda

La moneda local es el dirham. Mantiene un tipo de cambio fijo con el dólar USA a razón de 3,67 dirham por \$. El tipo de cambio del euro respecto al dirham es de aproximadamente 5 dirham/euro (datos de mayo de 2014).

Los billetes de curso legal son de los siguientes valores faciales: 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500 y 1.000 dirham. Las únicas monedas de curso legal que circulan actualmente son las de 1, 0'50 y 0'20 dirham.

Los euros pueden cambiarse en la totalidad de los bancos y oficinas de cambio de divisas, al igual que los dólares EEUU, libras esterlinas y otras monedas de cotización oficial (los bancos y organismos oficiales cierran los viernes y los sábados).

No suelen cobrarse comisiones de cambio por la operaciones con billetes de banco, sino que se utiliza el diferencial entre precio de compra y precio de venta.

Aunque los hoteles realizan operaciones de cambio de moneda, suelen ofrecen unos tipos muy desventajosos,

El pago con tarjetas de crédito y débito está ampliamente difundido en hoteles y establecimientos comerciales

Lengua oficial y religión

La lengua oficial y de la administración es el árabe, si bien la inmensa mayoría de los habitantes del país hablan también inglés, que es a su vez la "lengua franca" y la más utilizada en negocios. Todas las señalizaciones y mensajes públicos del país están escritos en ambos idiomas. El Islam es la religión mayoritaria, si bien existe un razonable grado de tolerancia religiosa, y existen nutridas minorías cristianas e hinduistas, especialmente.

Otros datos de interés

Conducir bajo los efectos del alcohol y mostrar embriaguez pública son delitos que pueden ser objeto de duras penas, arrestos, fuertes multas y deportaciones. Las penas por posesión, uso o tráfico de drogas son muy severas.

Las leyes locales reflejan que UAE es un país musulmán. Deben respetarse las tradiciones, costumbres, leyes y religiones locales en todo momento, especialmente durante Ramadán.

Las mujeres (y, en menor medida, también los hombres) deben vestir de forma conservadora. Las muestras públicas de afecto no están permitidas. Asimismo, el sexo fuera del matrimonio es ilegal, como también lo son la cohabitación, el adulterio y las relaciones homosexuales.

Direcciones útiles

Embajada de España - Oficina Económica y Comercial

Emirates Towers, 26th floor

Teléfono: +971 4 330 0110.

Fax: +971 4 330 0112

E-mail: dubai@comercio.mineco.es

Sanidad

No hay que tomar ninguna precaución en especial. No obstante, siempre es recomendable la vacuna de tétano y hepatitis. El clima de UAE es muy duro en verano, por lo que es conveniente beber mucha agua y aperitivos salados para reemplazar la pérdida de sal. Hay que tener cuidado con la diferencia de temperatura entre el bochorno húmedo del exterior y los aires acondicionados interiores. La calidad de cuidados médicos en UAE es alta y los visitantes pueden ser atendidos si lo necesitan en hospitales, privados o públicos. Es conveniente tener un seguro médico privado ya que los cuidados médicos privados son muy caros y los hospitales públicos aceptan solo residentes.

La Oficina Comercial recomienda, por el nivel del personal médico, la calidad de servicio y la dotación material, el hospital americano (American Hospital), que está situado en la zona de Oud Metha.

Hoteles

Los hoteles, sobre todo los de alto nivel, son a su vez centros de reunión y ocio, con servicios tales como bares, restaurantes y discotecas. Muchos de ellos poseen recintos privados de playa, y cuentan con un flujo permanente de taxis a la entrada. Dentro de los hoteles, predominan los de cinco estrellas y súper lujo. Existen también hoteles de menor rango, pero normalmente lejos de las zonas del litoral.

Otros: prensa, alquiler de coches, etc.

La prensa sectorial está muy desarrollada y cuenta con un elevado grado de especialización; en este campo, destacan las muchas publicaciones sectoriales del grupo editor ITP, cuyas revistas se distribuyen en todos los países del Consejo de Cooperación del Golfo.

Alquilar un coche es relativamente barato y sencillo. Estando en el país como turista, es preciso contar con el permiso de conducir internacional para facilitar el alquiler, ya que gran parte de las agencias lo exigen, y también la policía en el caso de que haya cualquier incidencia. Los residentes han de obtener la licencia nacional de conducir para así poder alquilar.

En Dubai no hay transporte colectivo que merezca la pena. La mejor y única forma de desplazarse es en coche privado o taxi. La flota de taxis es amplia (aproximadamente unos 5.000) y no son caros (la bajada de bandera cuesta 3 dirhams, unos 60 céntimos de euros), aunque es difícil encontrar uno disponible por las mañanas en determinadas zonas (Deira, Bur Dubai, Al Karama). Las aplicaciones de Uber o Careem funcionan muy bien.

Las principales empresas de taxi son:

Dubai Taxi: 04 2080888

City taxi: 04 333110

National Taxi: 04 339002

Metro Taxi: 04 2673222

En caso de pérdida de la documentación o de tener algún problema con las autoridades locales, puede ponerse en contacto con el servicio de emergencias del consulado de la Embajada de España, Tel. +971 50 612 0260.

Si tiene un accidente menor con el coche (choque, por ejemplo) debe esperar a que venga la policía para hacer el atestado, ya que es preceptivo para tramitar las indemnizaciones del seguro. Tel: 911