

Tendencias de Mercado Emiratos Árabes Unidos:

Lácteos y alimentos funcionales

Carlos Salas
Director Comercial de Chile en EAU



Chile
en marcha

Indice

1. Potencial de MENASA y Dubai
2. Descripción sector lácteo
3. DUBAI – ecommerce



Potencial de la Región MENASA

La región de MENASA: Es una área geográfica extensa con un centro geopolítico en el medioriente. Países con conexiones culturales: musulmanes en el medio oriente, norte de África y sur Asiático.

Una de las principales organizaciones internacionales de la zona es la **Liga Árabe**, que agrupa a a 22 estados Árabes de Medio Oriente y Norte de África.



Mapa con algunos de los países claves de la región de MENASA

Dubai Hub de la Región – Covid 19

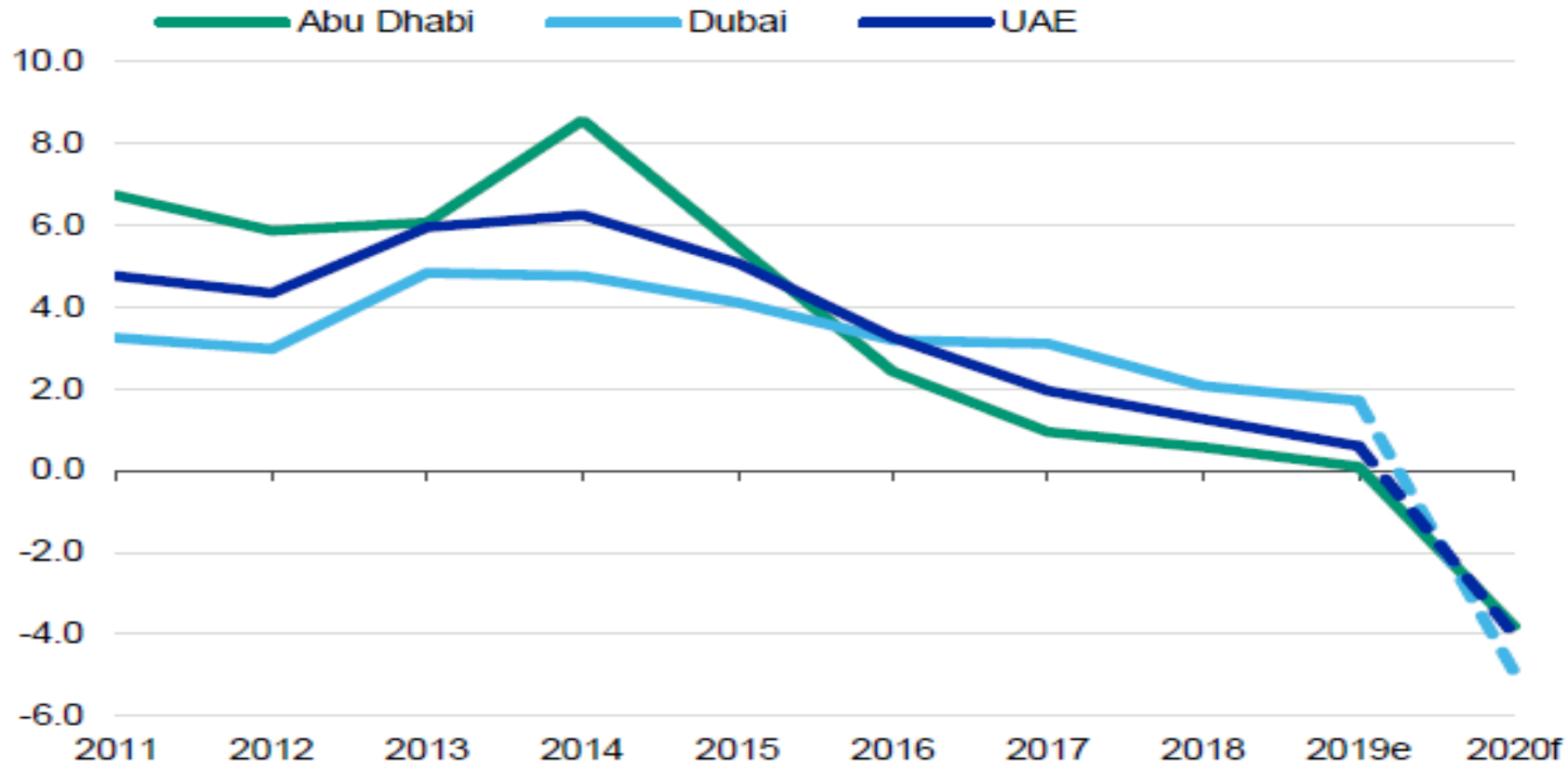


Mercado de
3.200 millones de
personas a cuatro
horas de vuelo.

- ✓ EAU conecta directamente a más de 300 ciudades y 100 países.
- ✓ Tercer aeropuerto mundial en movimiento de cargo aéreo, 2.7 MMT movilizadas el 2018.
- ✓ 70% de la empresas listadas en 500 Fortune tienen su sede regional en Dubai.
- ✓ Dubái posee más de 30 zonas francas donde los inversionistas son 100% dueños de sus empresas y están exentas de impuestos.

Efecto Covid 19 en EAU

(Abu Dhabi and UAE non-oil real GDP, and Dubai real GDP % chg y/y)



Source: FCSA, SCAD, DSC, Moody's Investors Service

Rebote dependerá de
cuan rápido se recupera
petróleo y pandemia

Dependencia Alimentaria Liga Árabe

La dependencia alimentaria del medio oriente es una de las más altas a nivel mundial. Esto ha generado un especial interés en la Liga Árabe, en particular e los países de GCC, por establecer solidas relaciones comerciales con países productores de alimentos.

Importación de Alimentos Top 10 Países Liga Árabe

| País | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| Arabia Saudita | 20,910 | 17,759 | 18,032 | 18,540 |
| Emiratos Árabes Unidos | 15,708 | 15,151 | 17,412 | 16,257 |
| Egipto | 13,076 | 10,128 | 12,452 | 13,785 |
| Irak | 8,577 | 8,417 | 9,643 | 10,356 |
| Algeria | 8,966 | 8,112 | 8,614 | 7,551 |
| Kuwait | 4,828 | 4,400 | 4,808 | 5,041 |
| Marruecos | 3,785 | 4,618 | 4,576 | 5,007 |
| Jordania | 3,649 | 3,822 | 3,566 | 3,595 |
| Oman | 3,217 | 3,286 | 2,468 | 3,326 |
| Libano | 3,017 | 2,934 | 2,823 | 3,214 |
| Qatar | 3,165 | - | - | 3,161 |
| Otros | 17,183 | 14,350 | 15,706 | 15,424 |
| Total | 106,080 | 92,976 | 100,102 | 105,258 |

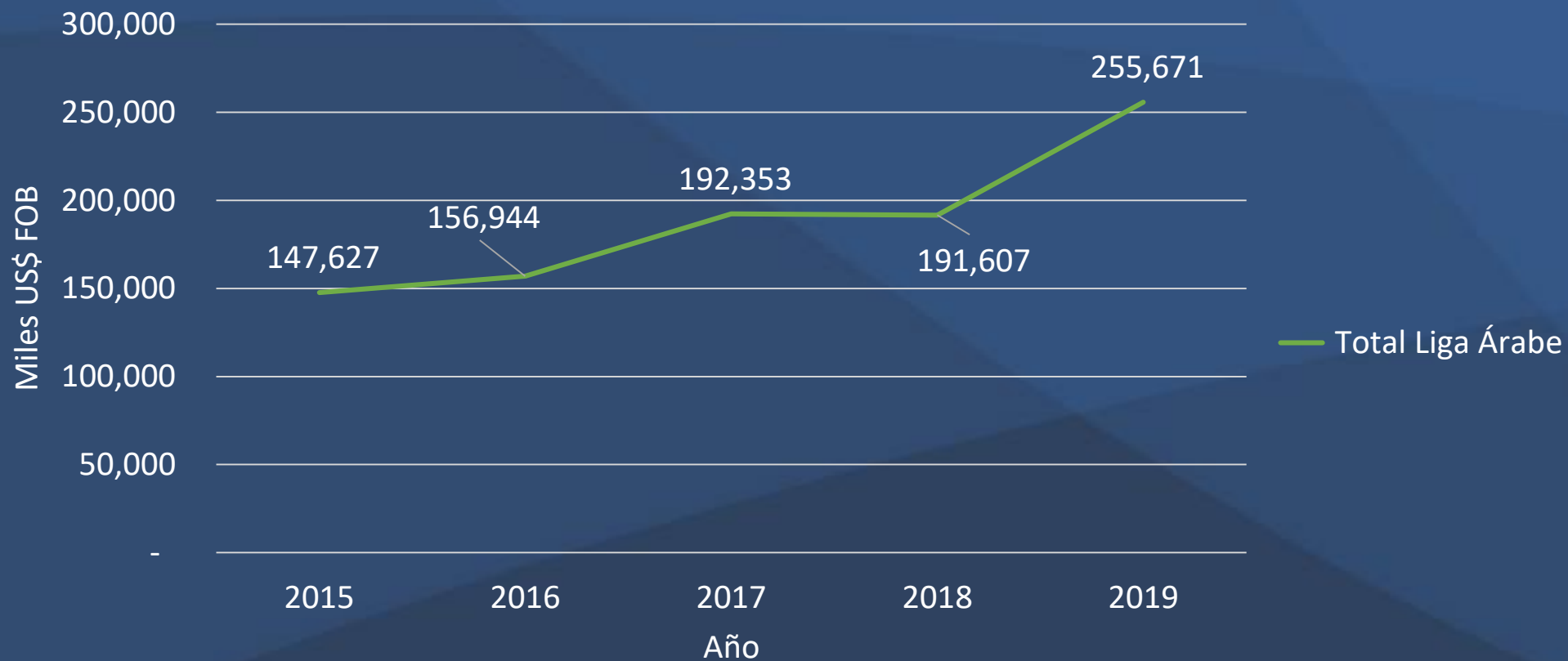
GASTO EN ALIMENTOS TOP 10 PAISES MUSULMANES



Los países del GCC importan en promedio el 90% de su consume de alimentos. Qatar lidera la dependencia con el 97% de sus alimentos siendo importados, mientras Bahrén importa 92%, Kuwait 91% y EAU y Omán 89%. Arabia Saudita es el más independiente, con una producción local que alcanza el 20%

Dependencia Alimentaria Liga Árabe

Exportaciones Chilenas de alimentos hacia Liga Árabe (Miles US\$ FOB por Año)



Top 5 Liga Árabe:

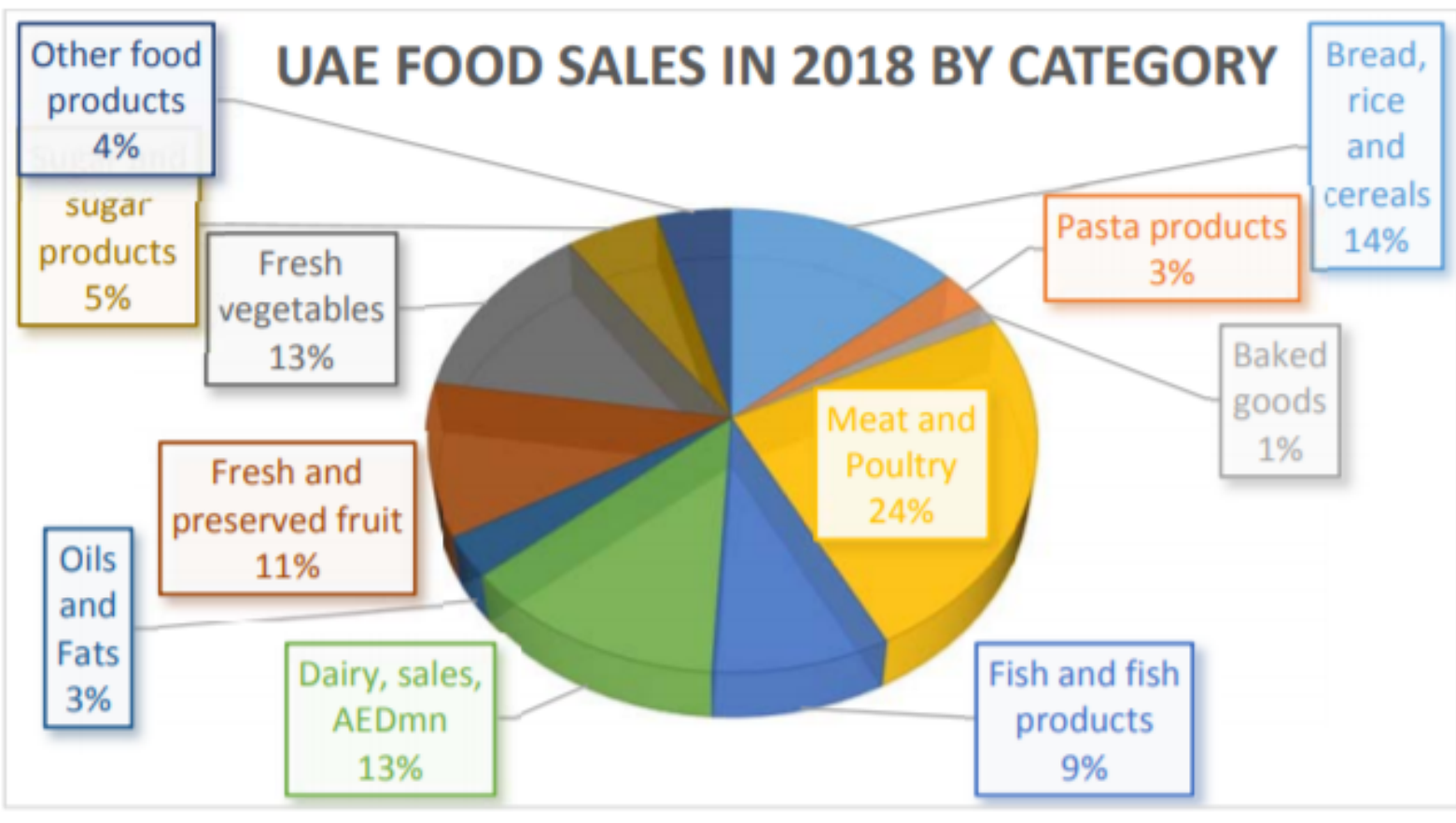
1. Nueces
2. Leche Infantil en bulk
3. Manzanas frescas
4. Uvas frescas
5. Salmón congelado

Fuente: Aduanas Chile valor exportado en miles US\$ FOB

Tendencias de Consumo | EAU

Domestic Food Sales by Category

UAE FOOD SALES IN 2018 BY CATEGORY



- Ventas de Lácteos representan un 13% del total de alimentos.
- La preferencia por alimentos **premium** es un impulsor de la industria.
- El aumento de la **conciencia de la salud** también es una tendencia clave.
- Se estima crecerán a una tasa anual de 6.9%, con **demanda de lácteos más sofisticadas**.
- El mercado de US\$ 1.800 mil. en 2018 y se proyecta superar los \$ 2.600 mil. en 2024.
- Algunos de los principales actores son: Almarai, Al Rawabi, Al Ain Dairy, y Gulf & Safa.

Tendencias de Consumo Lácteos I EAU



- La creciente población de los EAU genera una creciente demanda de alimentos, incluidos los productos lácteos frescos, en particular la leche y el yogurt.
- Hay más de 42,000 vacas lecheras en los Emiratos Árabes Unidos, las principales unidades lácteas se ubican en Dubai y el Al Ain.
- La mayores granjas de los Emiratos Árabes Unidos son, Al Rawabi, con más de 14,000 vacas, plantas de procesamiento y fabricación: y
- Lechería Al Ain, con más de 12,000 vacas de muy alto rendimiento

Importación de Lacteos I EAU

| Exporters | Imported value in 2014 | Imported value in 2015 | Imported value in 2016 | Imported value in 2017 | Imported value in 2018 |
|----------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Nueva Zelanda | 560.5 | 406.6 | 284.0 | 542.9 | 513.9 |
| Arabia Saudita | 281.1 | 327.2 | 341.9 | 369.7 | 343.1 |
| Países Bajos | 176.0 | 142.2 | 154.2 | 155.4 | 172.4 |
| Dinamarca | 63.9 | 74.4 | 71.4 | 79.2 | 87.1 |
| Australia | 43.2 | 53.3 | 27.2 | 27.6 | 85.0 |
| Francia | 68.0 | 57.7 | 57.3 | 63.0 | 61.4 |
| Alemania | 41.8 | 43.8 | 45.7 | 49.1 | 54.3 |
| EEUU | 31.3 | 29.6 | 25.5 | 32.3 | 37.9 |
| India | 41.0 | 29.4 | 26.8 | 33.0 | 36.2 |
| Reino Unido | 33.0 | 33.9 | 30.8 | 32.6 | 35.3 |
| Italia | 19.3 | 17.8 | 18.0 | 22.6 | 23.8 |
| Irlanda | 11.6 | 9.9 | 14.3 | 27.0 | 23.2 |
| Bahrein | 23.1 | 24.8 | 22.4 | 23.0 | 21.9 |
| Bélgica | 11.3 | 11.4 | 14.2 | 18.4 | 18.9 |
| Polonia | 13.8 | 11.6 | 11.8 | 18.0 | 17.6 |
| Turquía | 13.1 | 15.0 | 14.9 | 16.2 | 17.4 |
| Malasia | 15.4 | 12.4 | 12.2 | 19.9 | 16.5 |
| Omán | 59.7 | 43.3 | 24.7 | 19.5 | 16.2 |
| Argentina | 2.5 | 0.4 | 1.3 | 3.9 | 15.4 |
| Egipto | 17.6 | 15.0 | 13.5 | 11.6 | 11.1 |
| Total | 1,527.0 | 1,359.8 | 1,212.2 | 1,564.7 | 1,608.6 |

| | |
|-------|---|
| '0401 | Leche y nata, sin concentrar, sin adición de azúcar u otro edulcorante |
| '0402 | Leche y nata, concentradas o con azúcar añadido u otro edulcorante |
| '0403 | Suero de mantequilla, leche y nata cuajadas, yogur, kephir y otras leches fermentadas o acidificadas y ... |
| '0404 | Suero, incluso concentrado o con adición de azúcar u otro edulcorante; productos ... |
| '0405 | Mantequilla, incl. mantequilla deshidratada y ghee, y otras grasas y aceites derivados de la leche; lácteos ... |
| '0406 | Queso y cuajada |

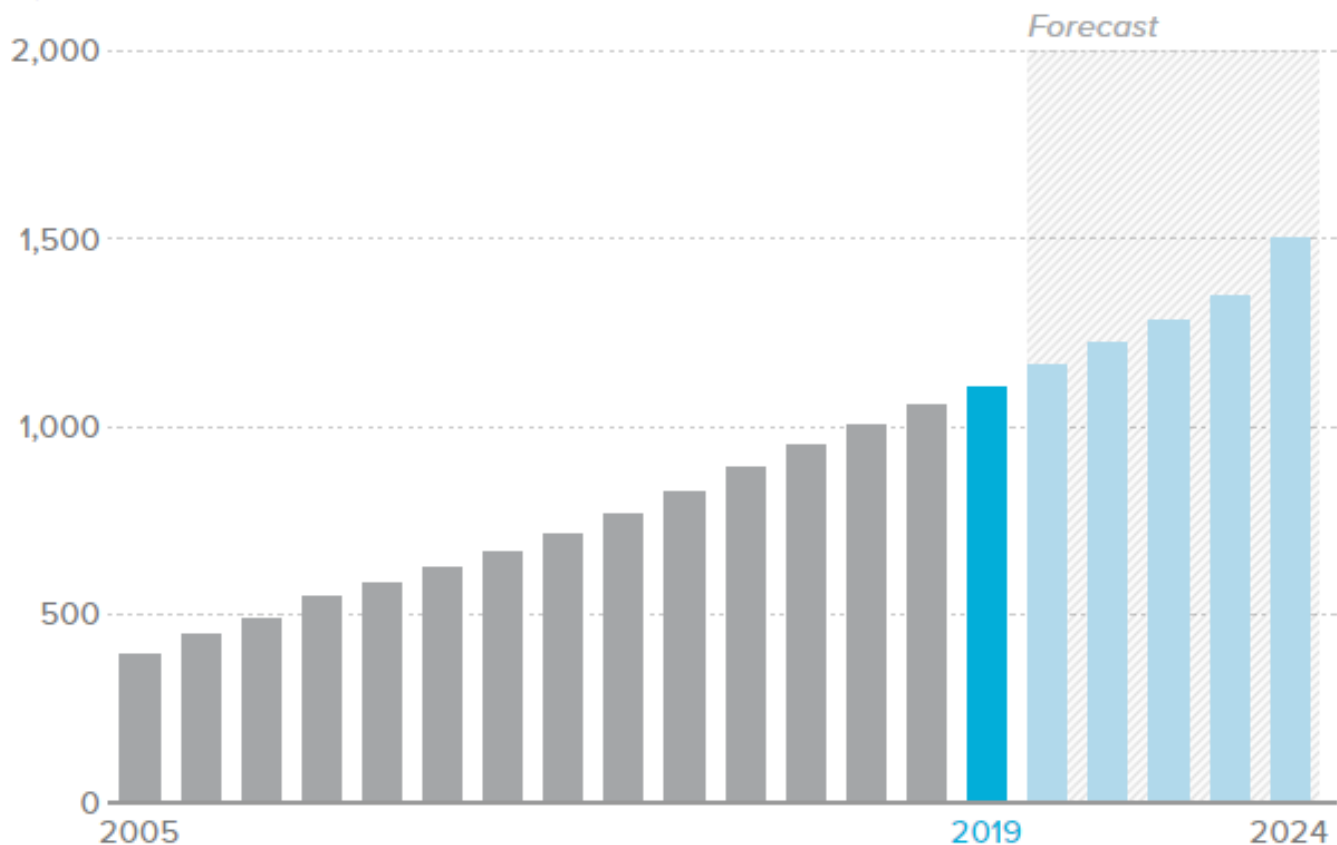
Fuente: Trade map en millones US\$

Tendencias de Ventas | Quesos en EAU

Sales of Cheese

Retail Value RSP - AED million - Current - 2005-2024

1,100



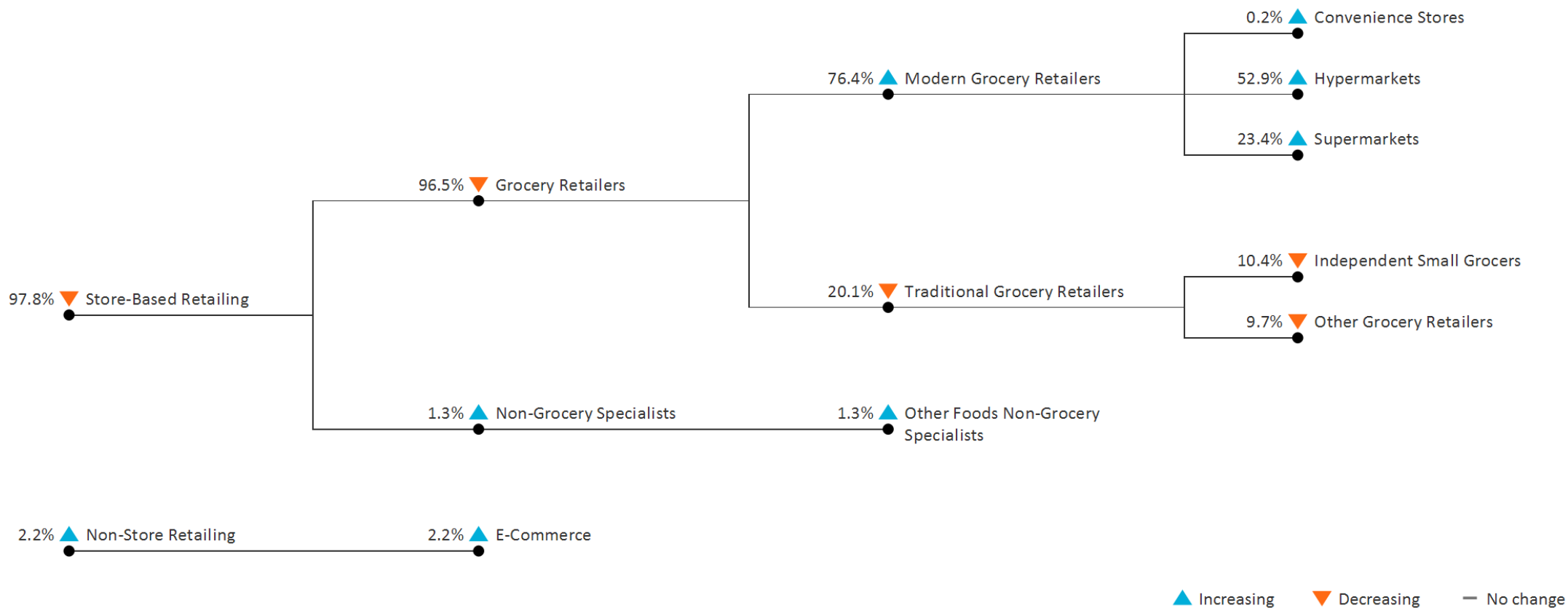
Fuente: Euromonitor

- En 2019, el valor de las ventas aumentó un 5%, llegando a un volumen en retail de 24,900 ton.
- El queso envasado (duro) se beneficia del efecto de conveniencia y tendencia de salud.
- La demanda de queso blando, particularmente Mozzarella, es impulsada por familias cocinan estilo occidental en casa (bajo en grasa).
- Snack saludable para hijos, las marcas han comenzado a interesarse en esta dirección a través de cadenas de quesos naturales.
- Arla Foods National Products Co LLC mayor participación con un 26% de mercado.
- Se espera que el queso aumente en un CAGR de valor actual de 6% durante 2019-2024.

Tendencias de Consumo | EAU

Channel Distribution for Cheese in United Arab Emirates

Retail Value RSP 2019 and Percentage Point Growth - 2014-2019

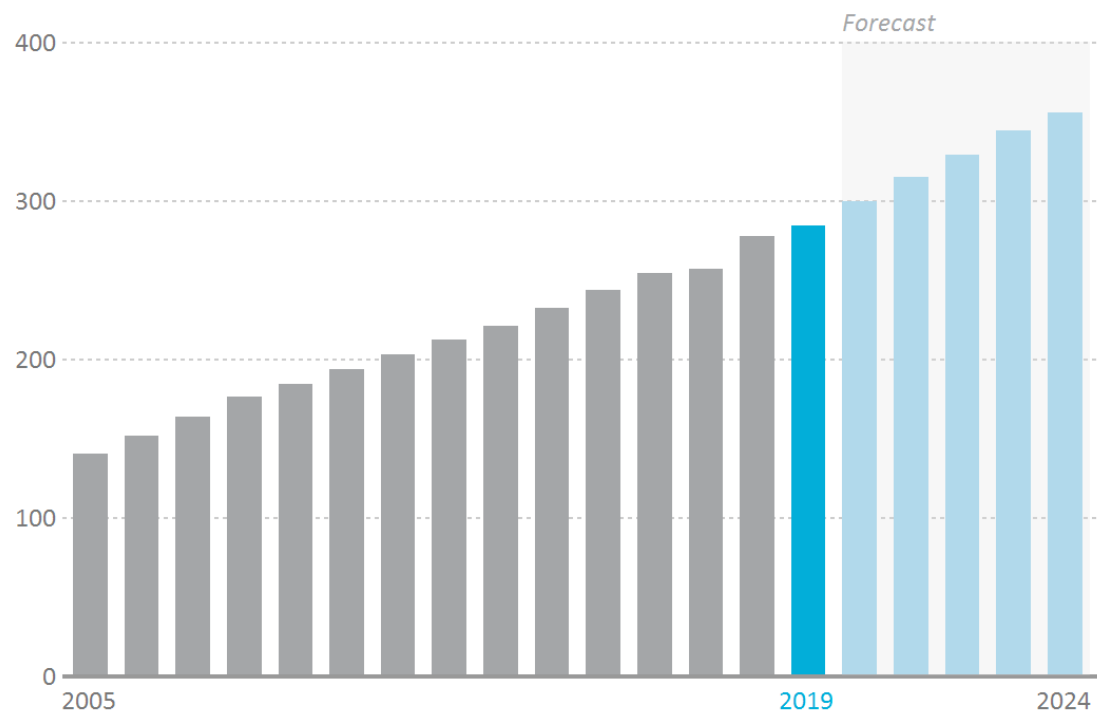


Tendencias de Consumo | Mantequilla en EAU

Sales of Butter and Spreads in United Arab Emirates

Retail Value RSP - AED million - Current - 2005-2024

283



- En 2019, las ventas de valor actual aumentaron un 3%, con un volumen retail de 6,700 toneladas.
- Tendencias de salud y bienestar impulsan la innovación en la categoría.
- La subcategoría con mejor rendimiento es la margarina y los productos para untar con un aumento del 4% en el valor minorista para alcanzar los AED25 millones en 2019
- La mantequilla ha pasado lentamente de ser el ingrediente base a ser un ingrediente héroe en muchos restaurantes premium de la región.
- Se espera que la mantequilla y los productos para untar aumenten a un 3% durante 2019-2024.

Tendencias de Consumo | Leche en EAU

Sales of Drinking Milk Products by Category

Retail Value RSP - AED million - Current - 2019

Flavoured Milk Drinks

205.4

Milk

1,046.1

Powder Milk

379.4

Milk Alternatives

63.0

DRINKING MILK PRODUCTS

1,693.9

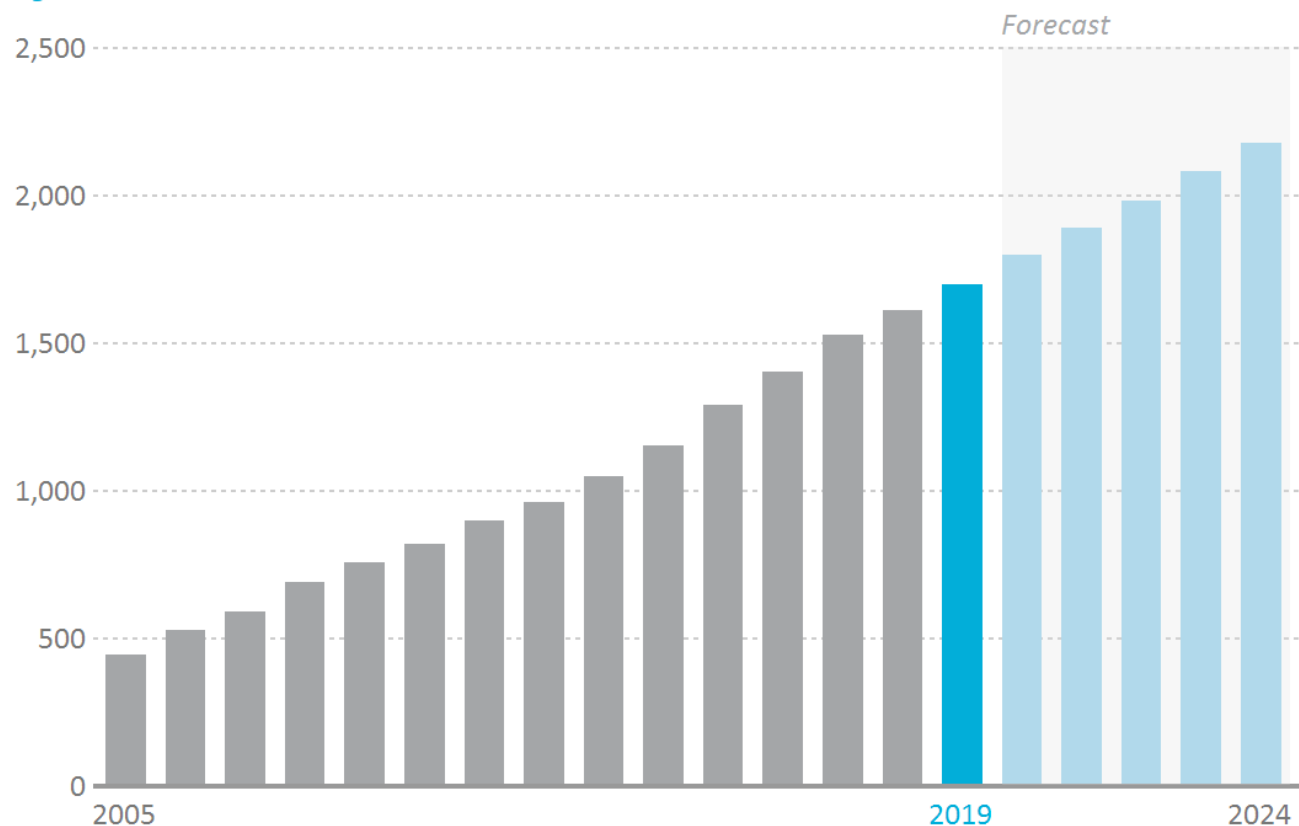
- Se estima que los formatos larga vida continúen creciendo a un ritmo ligeramente mayor que la leche fresca. Aunque en 2019, ambas leches tienen una percepción positiva entre los consumidores en términos de calidad.
- La leche larga vida es percibida como más conveniente para estilos de vida ocupados y una opción más barata.
- La leche fresca, por otro lado, conserva su fuerte posición debido a la creencia del consumidor de que es más nutritiva que la leche larga vida, y con la creciente tendencia de salud y bienestar.
- A medida que aumenta la conciencia de la intolerancia a la lactosa, la leche sin lactosa continúa registrando crecimiento.
- La demanda de leche sin lactosa sigue siendo un nicho, y aunque el crecimiento es prominente, se pronostica que seguirá siendo un tamaño más pequeño.

Tendencias de Consumo | Yogurt en EAU

Sales of Yoghurt and Sour Milk Products in United Arab Emirates

Retail Value RSP - AED million - Current - 2005-2024

1,692



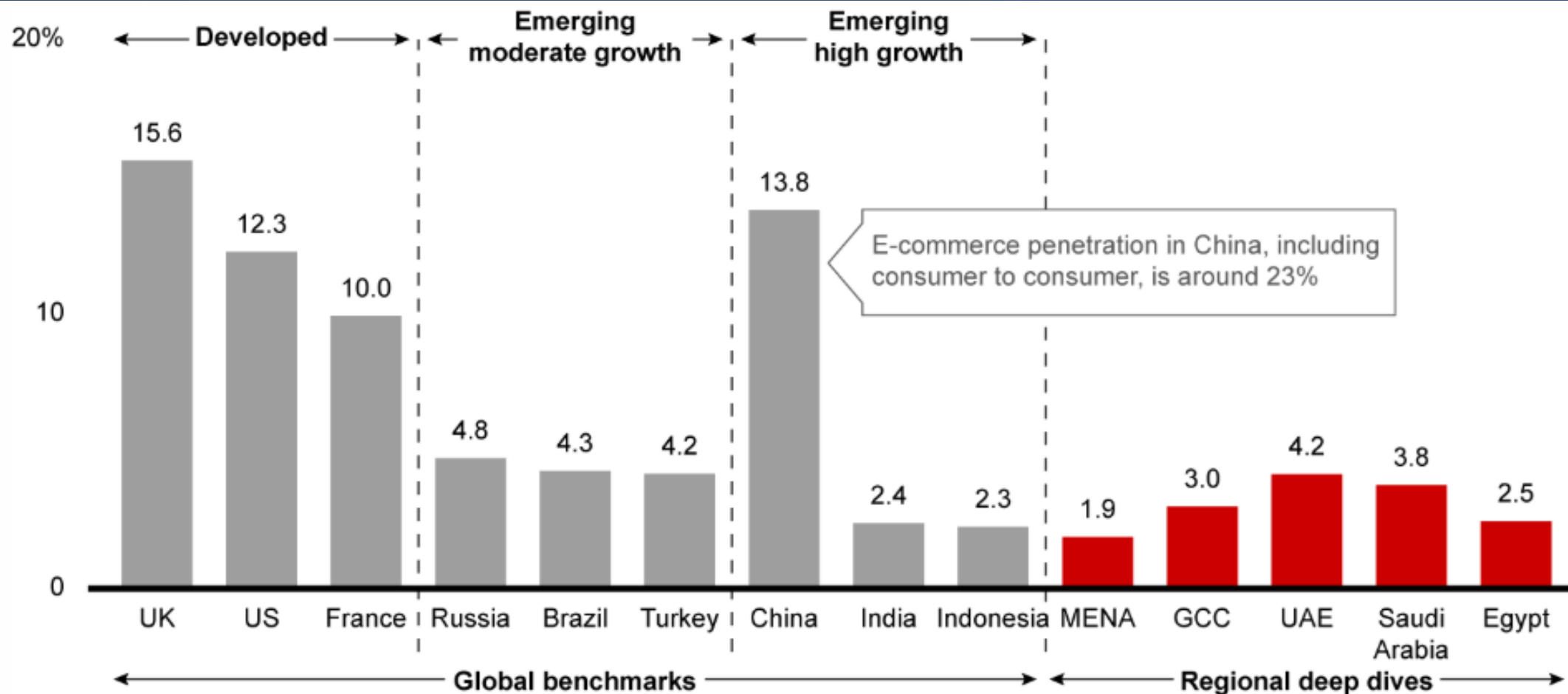
- En 2019, el valor actual de las ventas aumentó un 5%, alcanzando un volumen retail de 265.400 toneladas.
- Los actores clave se centran en aumentar consumo en yogur griego.
- Yogur es la subcategoría más dinámica en 2019, registrando ventas de AED95 millones gracias al crecimiento del valor actual del 8%
- Almarai Co Ltd mantiene su posición de liderazgo con una participación del 20% en el valor minorista en 2019.
- Se espera que el yogur y los productos de leche agria aumenten un CAGR de valor actual del 4% durante 2019-2024.

Indice

1. Potencial de MENASA y Dubai
2. Descripción sector lácteo
3. **DUBAI – ecommerce**



eCommerce Penetration in MENA



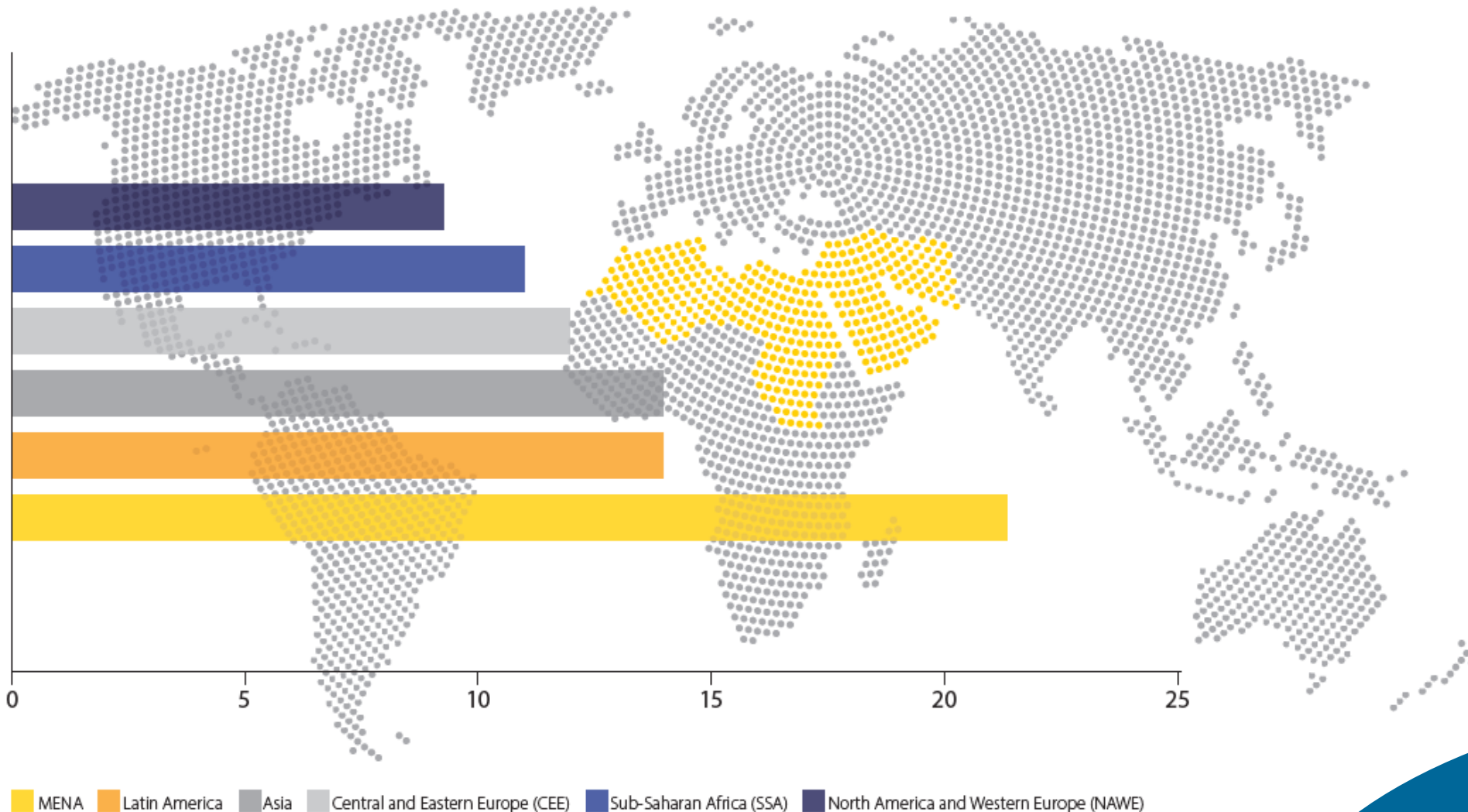
Notes: E-commerce excludes food delivery; penetration is defined as percentage of e-commerce retail sales over total retail sales; India includes consumer to consumer; GCC stands for Gulf Cooperation Council and includes Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia and UAE; MENA includes all GCC countries and Egypt, Algeria, Iraq, Jordan, Lebanon, Libya, Mauritania, Morocco, Syria, Tunisia and Yemen
Sources: Household expenditure surveys; Forrester; Euromonitor; Bain analysis

- Los EAU ya están a la cabeza en lo que respecta al comercio electrónico. La economía digital actual contribuye al 4,3% del PIB del país.

Potencial de Icommerce en Medio Oriente

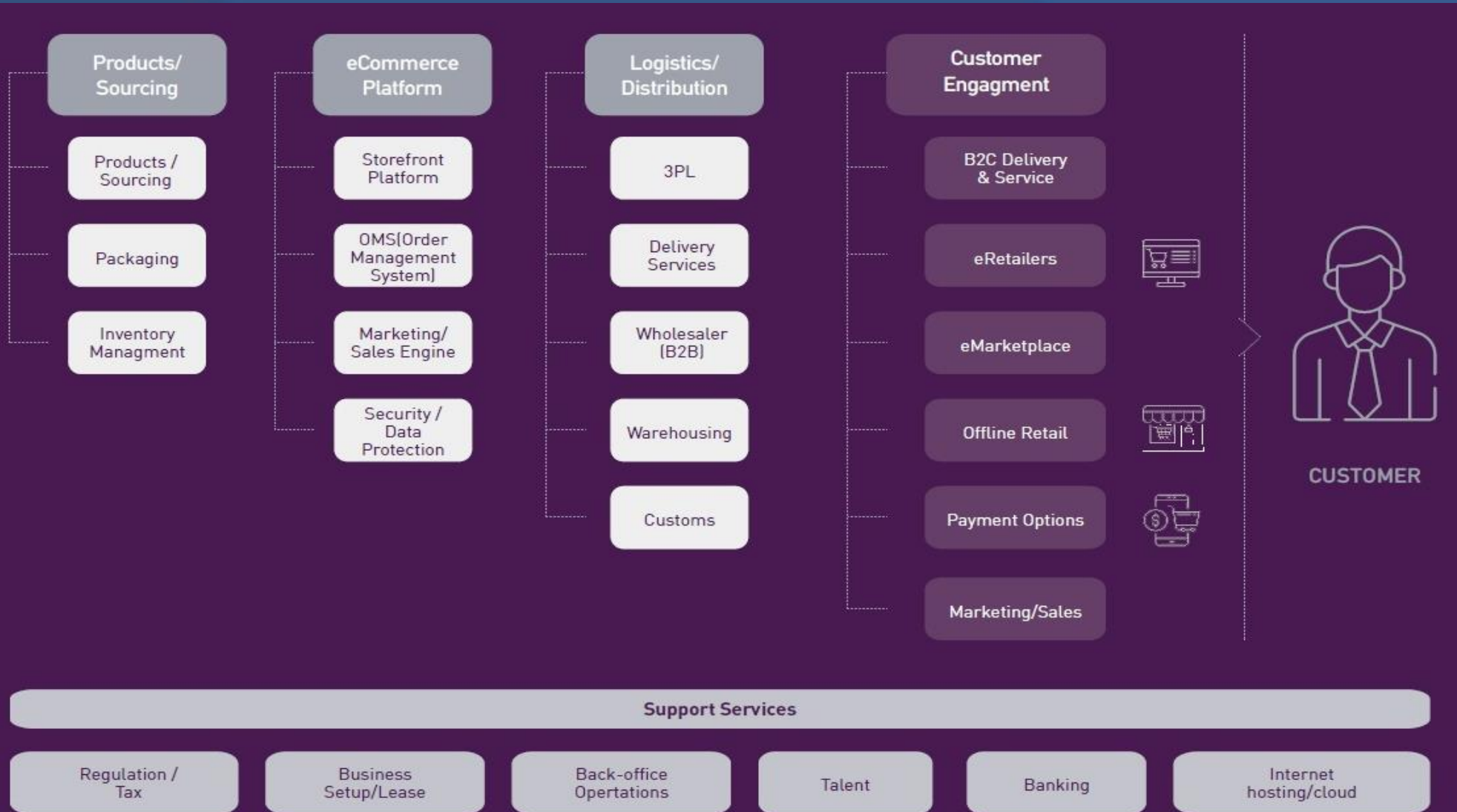
MENA outperforms other regions

Global eCommerce sales growth (% yoy 2019 forecast)



SOURCE: Fitch Solutions data

Ecommerce Value Chain



Vender a través de ecommerce tiene tres desafíos :

1: Preparacion

- Differentiation
- Regulations
- Trends
- Competition

2: Logistica

- Efficiency Sea/air
- Consolidate
- Distribution

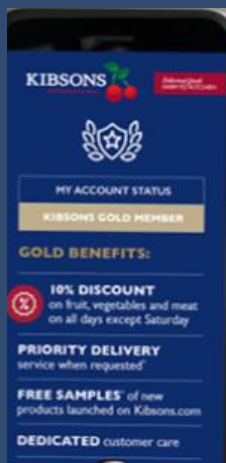
3: Posicionamiento

- Visibility
- Marketing Digital

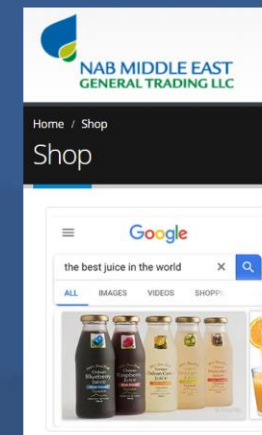
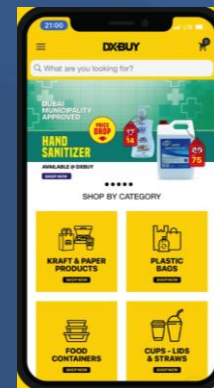
Source: DinarStandard's Product eCommerce Value-Chain Framework, 2018

e Commerce en Dubai – B2C y B2B

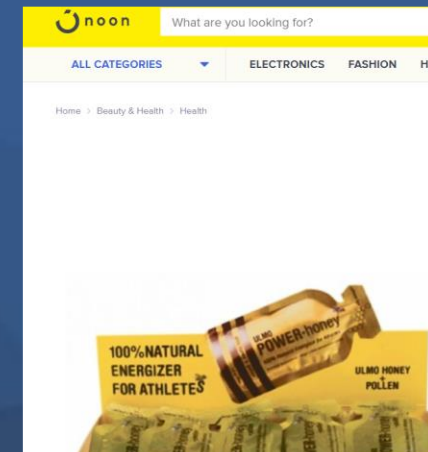
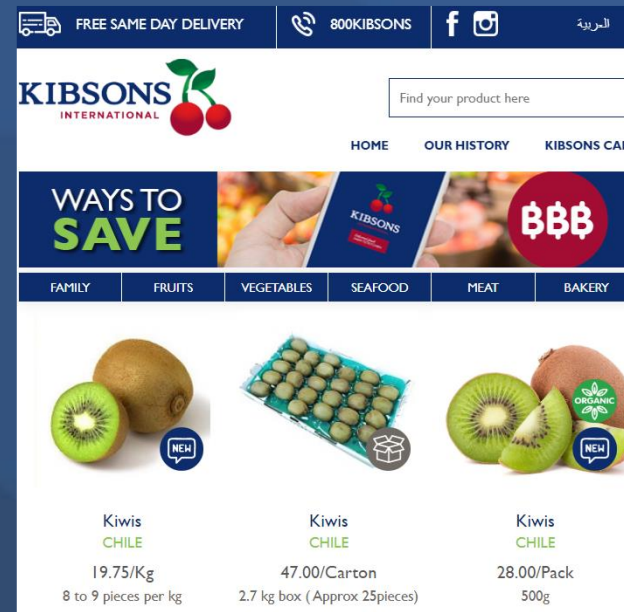
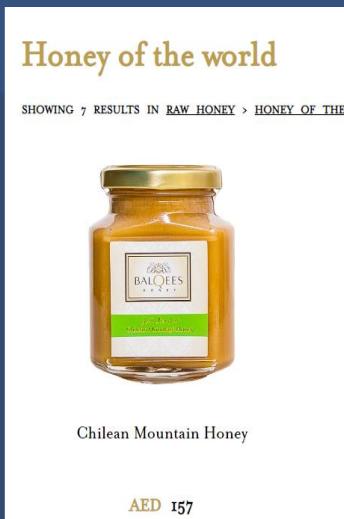
B2C



B2B



Productos Chilenos online en EAU



Tendencias de Consumo e-commerce | EAU

The screenshot shows the farmbox website interface. At the top, there is a navigation bar with a menu icon and the 'farmbox' logo. Below this is a category bar with icons for Fruits, Vegetables, Boxes, Eggs & Dairy (highlighted), Bakery, Poultry, Beverages, and Pantry. A filter bar below the categories includes buttons for Butter & Cream, Eggs, Flavored Milk, Laban, Labneh, Milk (highlighted), Non Dairy Milk, and Yogurt. Below the filters, it indicates '32 results found' with a 'clear filters' button. The main content area displays three product cards:

- Cooking Cream Hormone Free - Koita**: A carton of cooking cream. Origin: Italy / 200ml. Price: AED 6.25.
- Lactose Free Low Fat Milk - Koita**: A carton of lactose-free milk. Origin: Italy / 200ml. Price: AED 4.55.
- Sour Cream - Marmum**: A tub of sour cream. Origin: UAE / 200g. Price: AED 7.05.

Each product card includes a green plus sign icon at the bottom right, indicating an 'add to cart' function.

Tendencias de Consumo e-commerce | EAU

The screenshot displays the Kibsons International website interface. At the top left is the Kibsons International logo with a cherry icon. A search bar contains the text "Find your product here" and a magnifying glass icon. To the right, the cart icon shows "AED 0.00" and a heart icon shows "0". Below the search bar is a navigation menu with links: HOME, OUR HISTORY, KIBSONS CARES, PRODUCTS, FEATURED PRODUCTS, and MY KIBSONS. The main content area features a grid of ten cheese products, each with an image, a "NEW" badge, a product name, a country code (UK), a price per pack, a weight, a quantity selector (0), and an "Add to Favourites" button. The products are:

| Product Name | Country | Price/Pack | Weight | Quantity | Action |
|------------------------|---------|------------|--------|----------|-------------------|
| Buttery Cheddar | UK | 20.75/Pack | 150g | 0 | New Product |
| Mild Cheddar | UK | 12.75/Pack | 200g | 0 | Add to Favourites |
| Premium Mature Cheddar | UK | 21.75/Pack | 150g | 0 | New Product |
| Mild Cheddar | UK | 23.25/Pack | 400g | 0 | Add to Favourites |
| Mature Cheddar | UK | 13.75/Pack | 200g | 0 | Add to Favourites |
| Mature Cheddar | UK | 25.25/Pack | 400g | 0 | Add to Favourites |
| Extra Mature Cheddar | UK | 14.50/Pack | 200g | 0 | Add to Favourites |
| Devon Red Cheddar | UK | 19.75/Pack | 150g | 0 | New Product |
| Oak Smoked Cheddar | UK | 22.75/Pack | 150g | 0 | New Product |
| Smoked Cheddar | UK | 19.25/Pack | 200g | 0 | Add to Favourites |

Tendencias de Consumo e-commerce | EAU



Extra Mature Cheddar
UK

21.50/Pack
200g



Mini Cheeses
FRANCE

9.50/Pack
128g - 8 Portions



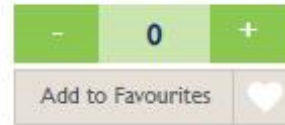
Grated Mozzarella
UK

21.00 ~~23.75~~/Pack
400g



Mild Edam
HOLLAND

12.75/Pack
200g



Monterey Jack
UK

12.75/Pack
200g



Sliced Monterey Jack
UK

19.00 ~~21.00~~/Pack
10 slices



Gouda
HOLLAND

15.50/Pack
200g



Red Leicester
UK

13.25/Pack
200g



Double Gloucester
UK

13.50 ~~15.75~~/Pack
200g



Emmental
FRANCE

14.25/Pack
200g

Ecommerce B2B Tradeling | EAU




Emborg Cheese Ropes 1x6 kg

AED 176 / carton

1 carton (Min order)

Emborg

 **Seller based in:**
Denmark




BIONES Edam Premium
Cheese 3kg

AED 16.04 / kilogramm

1000 kilogramm (Min order)

Biones

 **Seller based in:**
Turkey




Pastrogor White Brined Cow
Cheese Tin 14 Kg

AED 169 / pieces

45 pieces (Min order)

Vas Milk Ltd

 **Seller based in:**
Bulgaria



Emborg Cheddar slices,
Processed cheese, White,
Sliced, F.I.D.M. 45% 8 x 1.03
kg

AED 190 / carton

1 carton (Min order)

Emborg

 **Seller based in:**
Denmark

Ecommerce B2B Tradeling | EAU



The E-Marketplace for
MENA Business Buyers

Match making

We **connect** regional and global suppliers to MENA based buyers

Tech driven

We help you **augment** your trade journey to the **digital world**, driving economic value & growth while reducing risk

ONE place

You can find the right products/materials, engage with new suppliers & MENA buyers, negotiate prices, and finalize contracts – **all in one place**

Experts

Our team of **industry experts** act as “**market builders**”, i.e., we understand needs and actively help buyers and sellers engage in an efficient manner

Ecommerce B2B Tradeling I EAU

.....

BUYERS

- Local Manufacturers
- Local Distributors
- Local Wholesalers
- Retailers/Resellers
- Hotels
- Restaurants
- Catering Companies
- Schools
- Offices
- Airlines
- Institutions
- Army
- Government Organizations

SELLERS

- Manufacturers
- Brands
- Distributors
- Wholesalers
- Agencies/Middlemen
- Resellers & Retailers

Conclusiones y como hacer negocios en EAU

.....

- Hacer negocios en Dubai es accesible, gente abierta y los negocios se realizan (principalmente) en inglés y es una puerta de entrada a mercados más grandes.
- Dubai es el hogar de un comprador cauteloso que puede ser lento en adoptar, y las muestras y la identificación del target es clave. No esperes que las cosas sucedan rápidamente.
- Tener a las personas adecuadas en el mercado ayuda. No es un mercado de “drop and leave”. Quienes quieren perdurar deben invertir en relaciones y partnership.
- Mercado de traders, que busca ALTA EXIGENCIA A PRECIOS RAZONABLES, tienen altas expectativas de la calidad y presentación en los bienes que compran. Están constantemente expuestos a productos premium y espera obtener la misma calidad al menor precio posible.
- Tendencia a productos trazables está creciendo en popularidad. Pero no hay estándares claramente definidos.
- El alto nivel de consumo de lácteos de los EAU brinda a los grandes actores regionales la oportunidad de ingresar al mercado.
- El consumo per cápita de productos lácteos es alto, alrededor de 80-85 kg anuales y este sector rentable es extremadamente vibrante y competitivo, con muchas lecherías en funcionamiento.
- Oportunidades de expansión en productos lácteos de valor agregado como yogur, queso y mantequilla.



Gracias

ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

45
AÑOS