



SERVICIOS
PERSONALIZADOS
ICEX

Ejemplo: Información personalizada para Business, S.A. en Irán

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Teherán

ICEX España
Exportación
e Inversiones



Ejemplo*:

Información personalizada para Business, S.A. en Irán

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Teherán



Este informe constituye un Servicio Personalizado, prestado por la Oficina Comercial de España en Teherán a la empresa Business, S.A. conforme al servicio contratado con fecha XX/XX/XXXX, con referencia CRM SP-XXXXXXXXXXXX.

Precio final de este Servicio Personalizado:
XXX,XX euros (IVA incluido)

*Los nombres de empresas y sus datos,
así como las fechas de este ejemplo son ficticios.
Se han eliminado algunos datos.



Índice

1. Descripción del servicio	4
1.1. Necesidades del cliente	4
1.2. Introducción	4
1.3. Metodología	5
2. Características generales del mercado iraní	7
2.1. Visión general	7
2.1.1. Dimensión del mercado	7
2.2. Reimposición de las sanciones norteamericanas contra Irán.	8
2.3. Restricciones cambiarias a la importación	9
2.4. Medios de pago	10
2.5. Breve descripción de los canales de distribución	11
3. Mercado de esencias para perfumería fina e industrial en Irán	12
4. Estadísticas de exportación a Irán de los productos comercializados por Business, S.A.	14
5. Barreras existentes para los productos de Business, S.A.	20
5.1. Barreras arancelarias	20
5.2. Otras barreras	20
6. Conclusiones	21
7. Recomendaciones	22



1. Descripción del servicio

1.1. Necesidades del cliente

Business, S.A. es una empresa española, con sede en Barcelona, del sector de las fragancias y esencias.

[...]

En una serie de emails entre esta Oficina Comercial y Business, S.A., la empresa española solicitó el volumen de negocio de las empresas que se dedican a la venta de esencias en el sector industrial (perfumería industrial) y cosmético (perfumería fina) en Irán.

A esta consulta, esta Oficina ofreció a la empresa española un Servicio Personalizado de “Información Personalizada de Mercados Exteriores”, sugiriéndola, por otra parte, un índice a seguir, el cual fue aceptado. El índice sugerido y en el que se basa este estudio es el siguiente:

1. Mercado de esencias para perfumería y de uso comercial en Irán.
2. Estadísticas de las importaciones iraníes de estos productos (datos de los últimos 3 años disponibles) y análisis de la competencia.
3. Posibles barreras y restricciones existentes.
4. Conclusiones.

Para la preparación de este Servicio Personalizado, la Oficina se ha enfocado a los siguientes subsectores:

Fragancias /esencias para:

- Perfumería Fina / y de marca blanca
- Cuidado hogar y de textil
- Ambientación
- Cuidado personal

1.2. Introducción

La República Islámica de Irán es un país con un potencial inmenso: segunda economía de Oriente Medio y Norte de África, más de 80 millones de consumidores y hasta 2017 el país de la zona con mejores indicadores de crecimiento económico.



Sin embargo, la reimposición de las sanciones por parte de Estados Unidos en 2018 sumergió a Irán en una espiral de incertidumbre que sigue presente actualmente. No obstante, en 2019 se puede afirmar que existen aún más oportunidades de negocio para las empresas españolas en Irán que en 2018, debido principalmente a la reticencia de muchas empresas a la hora de hacer negocio en el país, ya sea por temor a represalias por parte de EE.UU. o principalmente por una mera desinformación sobre los sectores sancionados, lo que ha derivado en una reducción de la competencia en el mercado.

Las perspectivas de futuro del comercio con Irán van irremediabilmente ligadas a la imposición de sanciones económicas por parte de Estados Unidos y la incertidumbre que han generado.

Como bien se ha comentado anteriormente, son muchos los sectores que no están sancionados por EE.UU. y muchos de ellos son de gran interés para las empresas españolas. Sin embargo, el principal problema al que se enfrentan estas empresas es lidiar con las transacciones monetarias con empresas iraníes, ya que los bancos de este país están sancionados y no existe en la actualidad ningún banco europeo que realice operaciones con Irán. Por ello, se considera un factor fundamental para el futuro próximo de las exportaciones españolas, la búsqueda de soluciones a este problema.

Además, es necesario seguir de cerca la implantación de INSTEX, ya que si bien es cierto que actualmente se va a utilizar solo para productos humanitarios, se espera que se incluyan todo tipo de sectores en este tratado, lo que podría suponer una gran oportunidad para Business, S.A.

Como conclusión, la República Islámica de Irán es un país con una infinidad de grandes oportunidades para las empresas españolas, prueba de ello es que en los años previos a la imposición de las sanciones en 2018 Irán era el país que más estaba creciendo en todo Oriente Medio. Sin embargo, las sanciones han suscitado una gran inestabilidad en los principales actores comerciales, esta inestabilidad debe de ser resuelta por medio de soluciones creativas por ambas partes.

1.3. Metodología

Para elaborar este informe, como se ha comentado en el punto 1.1, se siguió el índice acordado con la empresa. Para la obtención de las cifras de exportación de productos comercializados por Business, S.A. se utilizaron los siguientes códigos arancelarios:

- 33029010 Disoluciones alcohólicas.
- 33029090 Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (Incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, del tipo de las utilizadas como materias básicas para la industria (excepto para las industrias alimentarias o de bebidas)



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Irán

Para la realización de este estudio y con objeto de alcanzar las expectativas del cliente, se ha utilizado tanto información primaria como secundaria. Cabe destacar que esta información se ha obtenido de fuentes oficiales contrastadas, tales como bases de datos de ICEX, Secretaría de Estado de Comercio, informes de instituciones iraníes u otras fuentes internacionales.



2. Características generales del mercado iraní

2.1. Visión general

2.1.1. Dimensión del mercado

Con una extensión de 1.648.195 km² (tres veces mayor que la superficie de España), Irán es el segundo país en tamaño entre los países de Oriente Medio, tras Arabia Saudí.

En términos de PIB, Irán (después de Arabia Saudí) es la segunda economía de Oriente Medio y Norte de África (439.511 millones de dólares a precios de mercado en 2017).

A nivel demográfico, Irán tiene una población de 82,1 millones de habitantes, y su renta per cápita disponible es de 5.290 dólares americanos.

Atendiendo a los últimos datos ofrecidos por el Banco Mundial, un 56,2% del PIB proviene del sector servicios, aún lejos de los patrones occidentales (70%). El 10,0% corresponde al sector primario y por último un 33,8% al sector industrial.

Cabe considerar dos factores de inestabilidad. En primer lugar, el PIB experimentó una notable reducción debido a la caída de las exportaciones de crudo como consecuencia de las sanciones impuestas contra Irán. Por otra parte, la inflación llegó a alcanzar el 40 % en 2013; porcentaje elevado, fiel reflejo del incremento de la masa monetaria, la eliminación de ciertos subsidios y la depreciación del rial sufrida en los dos últimos años. En 2017, la Administración del Presidente Rohani logró que el PIB creciera un 3,5% (después de un incremento del 12,5% en 2016) y la subida de precios interanual se situase alrededor del 10,5%. Según EIU, la inflación en 2018 se situó en torno a un 21%, sin embargo, las previsiones anticipan que la inflación se estabilizará en un promedio del 13,9% anual durante el periodo 2020-2023.

En relación con la liberalización del mercado, cabe agregar que en la economía iraní el Gobierno sigue desempeñando un rol clave, ya que el estado es el propietario de las grandes empresas que dominan los sectores de producción. Concretamente, más de un 60% del rendimiento del sector de la producción corresponde a las empresas estatales.



A pesar de lo expuesto, debe mencionar que en el sexto Plan Quinquenal del Desarrollo del país (2016-2021), se ha previsto la privatización de un 25% de las State-Owned Enterprises (SOEs), en un proceso del que aún no podemos confirmar resultados claros.

2.2. Reimposición de las sanciones norteamericanas contra Irán.

El 24 de noviembre de 2013 se firmó el denominado Plan de Acción Integral Conjunto (conocido como JCPOA, por sus siglas en inglés), por el cual Irán se comprometía con Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, China y Rusia a cumplir una serie de objetivos enfocados a su programa nuclear.

Este Plan de Acción se resumía principalmente en la limitación de Irán de sus actividades nucleares a cambio del levantamiento de sanciones económicas que afectaban al país iraní.

El 16 de Enero de 2016, la OIEA se pronunció favorablemente al cumplimiento de objetivos por parte de Irán, de esta forma, comenzó el levantamiento de las sanciones económicas impuestas a la República de Irán.

Esta fecha supuso la reentrada de Irán en los mercados internacionales y la normalización de sus relaciones comerciales, lo que le llevó a ser el país con mayor crecimiento económico de Oriente Medio.

Sin embargo, con la llegada al poder del presidente Trump, EE.UU. amenazó con abandonar el Acuerdo Nuclear si no se cumplían sus exigencias y, como consecuencia de que no se llegó a ningún tipo de consenso sobre dichas exigencias, el día 8 de mayo de 2018, el Gobierno de EE.UU. anunció su intención de reinstaurar las sanciones primarias (las que se aplican a las personas estadounidenses o residentes) y secundarias/extraterritoriales (aplicadas a personas no residentes en EE.UU. y/o transacciones realizadas fuera del territorio de EE.UU.) relacionadas con el programa nuclear de Irán que fueron levantadas con motivo de la firma del Plan de Acción Integral Conjunto. Tras los periodos transitorios de 90 y 180 días, las sanciones americanas han entrado en vigor respectivamente el 6 de agosto y el 4 noviembre de 2018. Estas sanciones, afectan a sectores productivos muy relevantes de la economía (petróleo, gas, petroquímica, automóvil y energético) y sanciones de tipo horizontal que no solo afectan a los sectores sancionados, sino a todos (bancarios, financieros, seguros y transporte marítimo).

La UE está decidida a mantener el Acuerdo y blindar los intereses económicos de las empresas europeas si Irán se mantiene en el Acuerdo, cumpliendo sus compromisos. Irán, a su vez, ha manifestado que cumplirá sus compromisos y se mantendrá en el Acuerdo, siempre y cuando se



garanticen plenamente los intereses que tiene reconocidos en el Acuerdo nuclear. Rusia y China están igualmente decididas a respetar el Acuerdo y otros grandes socios comerciales de Irán como Turquía o Corea del Sur han condenado las sanciones aplicadas.

Con respecto a las sanciones secundarias con efectos extraterritoriales, ni la Unión Europea (UE) ni España reconocen la validez de las mismas. En este sentido la UE ha actualizado el "Blocking Statute", que tiene por objeto contrarrestar los efectos ilícitos de las sanciones extraterritoriales de terceros países en los operadores de la UE. El principio básico del estatuto de bloqueo es que los operadores de la UE no deben cumplir la legislación extraterritorial enumerada en su Anexo, ni ninguna decisión, sentencia o laudo basados en ella, teniendo en cuenta que la UE no reconoce sus efectos y aplicabilidad respecto a los operadores de la UE.

Es verdad que hay un alto número de sectores que no están sujetos a sanciones norteamericanas, no obstante siguen siendo afectadas por las sanciones contra los sectores financieros, de seguro y el sector portuario el transporte marítimo.

2.3. Restricciones cambiarias a la importación

El 9 de abril de 2018, como consecuencia de la fuerte caída del Rial en el mercado libre regulado, el gobierno iraní decidió unificar los tipos de cambio oficial y el de mercado libre regulado (a 42.000/\$ o 51.709/€). Este hecho, juntamente con la reimposición de las sanciones de EEUU, está afectando muy negativamente, entre otras cosas, a la situación cambiaria del país.

Como resultado de esta situación, y previendo una escasez creciente de las principales divisas derivada de la reducción de los ingresos de exportación de crudo iraní (debida a la reimposición de las sanciones norteamericanas contra Irán), el Gobierno ha establecido un nuevo régimen de importación y cambiario muy drástico y burocrático.

Desde el gobierno iraní se decide lo que es esencial y secundario para la economía del país y, en función de ello, ha establecido 4 categorías de productos de importación que van de esenciales a prohibidos. En paralelo, establece un régimen cambiario distinto para cada categoría de producto y controla, además, el flujo de los ingresos de exportación en divisa y su destino a una y otra categoría de producto:

- Grupo 1: "Productos esenciales" para el país: La importación de los productos del grupo 1 se realiza con la divisa en posesión del Banco Central de Irán (generada por la venta del crudo) y según el tipo de cambio oficial del Banco Central. Determinados productos y clasificados en el grupo 1 reciben incluso una subvención por parte del Gobierno y para su importación se usa un tipo de cambio inferior (en torno a un 10%).



- Grupo 2: “Productos intermedios y materias primas”: En la actualidad, los productos clasificados en este grupo reciben un trato cambiario igual que los “productos de menor interés”.
- (Grupo 3), es decir, que su importación se realiza con la divisa disponible en el denominado “mercado secundario regulado”, generada por la exportación de todos los productos no petrolíferos, así como productos derivados de petróleo, gas natural, productos petroquímicos, siderúrgicos y metales no ferrosos (funciona en base a la demanda y oferta de divisa entre exportadores e importadores). El tipo de cambio aplicado a este mercado es casi 3 veces más que el Oficial e iguala casi el del mercado negro.

NOTA 1: Recientemente se ha determinado 7 subgrupos para estos productos, de los que de 2-1 a 2-4 reciben el tipo de cambio intermedio (reconocido comúnmente como NIMA Exchange Rate) y de 2-5 a 2-7, solo pueden importarse con la divisa en posesión del propio importador. Es decir que ya no tienen acceso a la divisa disponible en el mercado secundario regulado.

NOTA 2: *Los productos clasificados en los 2 códigos arancelarios proporcionados por Fragrance Science, reciben divisa con el tipo de cambio intermedio al clasificarse en el grupo II (2-2).*

- Grupo 3: “Productos de consumo y de menor interés”: La importación de los productos clasificados en el grupo 3 se realiza también con la divisa disponible en el mercado secundario regulado. Actualmente, la importación de los productos clasificados en el grupo 3 resulta factible únicamente con la divisa en posesión del importador.
- Grupo 4: “Productos calificados de innecesarios”, para los que existe suficiente producción local, según las autoridades iraníes (abarca tan solo un 8% del total de las importaciones iraníes). La importación de los productos del grupo 4 queda estrictamente prohibida.

2.4. Medios de pago

Uno de los mayores problemas que origina la reimposición de las sanciones norteamericanas contra Irán es la complicación a la hora de mantener transacciones bancarias y financieras con Irán. El sistema bancario del país ha quedado totalmente bloqueado. No hay bancos para canalizar el movimiento de fondos (tanto transferencia de capital como repatriación de capital y beneficios). La mayoría de los Bancos iraníes están sancionados desde el 4 de noviembre por EE.UU. y ningún Banco europeo, incluido Aresbank, que durante el embargo anterior trabajó con Irán y que durante estos últimos años ha sido el único banco español que colaboraba con este país, NO quiere exponerse a sanciones americanas.

Ante esta tesitura, y como solución meramente temporal, lo más recomendable es realizar las transacciones vía un tercer país y sin que Irán salga en ningún documento, ya que podría acarrear el rechazo de la operación por parte del banco.



Otra posibilidad es que los clientes iraníes tengan una cuenta bancaria en el extranjero, siendo los países más habituales Turquía, Qatar, Omán y China.

Por otra parte, el mecanismo SPV (Special Purpose Vehicle), denominado como INSTEX, que se ha registrado por parte de Alemania, Francia e Inglaterra, (el resto de los países, si lo desean, se irán integrando como accionistas) de momento, servirá para el sector de productos humanitarios (alimentos, medicinas y médicos) y, con el tiempo, se extenderá a otros sectores.

INSTEX, en principio, no parece que vaya a estar conectado a bancos que no desean correr riesgo de exponerse a sanciones americanas, por lo que previsiblemente funcionará como una “casa de compensación” de créditos y débitos de las dos partes.

2.5. Breve descripción de los canales de distribución

Dadas las características especiales que presenta el mercado iraní, la mejor forma de acceso es a través de un agente local. Esto facilita enormemente la relación con potenciales clientes finales. La función de dicho agente es identificar al usuario final, introducir a la empresa extranjera y sus productos, registrarlos ante los organismos competentes, negociar los contratos, hacer un seguimiento de las operaciones, participación en licitaciones del sector público, etc.

El mercado iraní no es sencillo, ya que hay que resolver numerosos trámites burocráticos para realizar las importaciones, especialmente complejos cuando no se dispone de presencia en el país, para realizar las importaciones y en el que las negociaciones, a pesar de llevarse a cabo en un ambiente cortés, son duras y difíciles.



3. Mercado de esencias para perfumería fina e industrial en Irán

El mercado de perfumería en la República Islámica de Irán es un mercado en pleno crecimiento que cuenta con grandes oportunidades y nichos donde actuar.

El sector al alza que goza de la mayor cuota de mercado y en el que existe un enorme potencial

[...]

En el segundo puesto está el mercado de las fragancias y perfumería de lujo elaboradas sin alcohol que alcanza los 10MT anuales. Prueba del potencial del sector de las fragancias, es la evolución de los ingresos en Irán en los últimos 5 años mostrados en sendas tablas a continuación donde se muestra como los ingresos han ido creciendo año a año desde 2015 y, según las previsiones de Statista, continuarán haciéndolo hasta 2023:

Iran, Fragrances in EUR										
Revenue in million €										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR in %
Total	262,4	268,5	274,5	280,1	285,4	290,2	294,6	298,5	302,1	1,9
<i>Source: Statista, last update: 2019-03, exchange rate: 0,88562 EUR/USD</i>										
Revenue Growth in percent										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Total	2,4	2,3	2,2	2,1	1,9	1,7	1,5	1,3	1,2	
<i>Source: Statista, last update: 2019-03</i>										
Global Comparison - Revenue in million €										
	2019									
Northern America	9.072									
Central & Western Europe	8.367									
United States	7.226									
South America	6.038									
Brazil	4.568									
Iran	285									
<i>Source: Statista, last update: 2019-03, exchange rate: 0,88562 EUR/USD</i>										



En lo que respecta a ambientadores, el mercado consta principalmente de productos acabados importados y el uso de productos locales, principalmente el agua de rosas, [...]

En términos de competencia real, los principales competidores en el país para España en el sector de las esencias son Alemania, Francia y Suiza. Por otro lado, las principales empresas que comparten el mercado iraní son las siguientes:

- Xxxxxx (Suiza)
- Xxxxxx (Suiza)
- Xxxxxx (Francia)
- Xxxxxx Francia)
- Xxxxxx (Francia)
- Xxxxxx (Francia)

En conclusión, la carencia de una industria importante local (apenas existen grandes productores) y la situación actual extraordinaria en Irán con las sanciones, que han hecho que muchas empresas extranjeras con intereses en Estados Unidos hayan abandonado el país por miedo a represalias por parte del país americano, hacen del mercado un mercado atractivo repleto de oportunidades para empresas españolas dispuestas a trabajar en Irán.



4. Estadísticas de exportación a Irán de los productos comercializados por Business, S.A.

A continuación se adjuntan las importaciones disponibles de los tres últimos años correspondientes a los códigos arancelarios facilitados por la empresa, tanto el código que utilizan normalmente para estos productos, como el que utilizan expresamente para Irán, estos son los siguientes:

- 33029010, Disoluciones alcohólicas
- 33029090, Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas a base de una o varias de estas sustancias, del tipo de las utilizadas como materias básicas para la industria (Excepto para las industrias alimentarios o de bebidas y disoluciones alcohólicas)

Para llevar a cabo este análisis se han utilizado diversas fuentes oficiales, tales como COMTRADE, el sistema oficial estadístico de las Naciones Unidas, EUROESTACOM, que ofrece estadísticas de intercambio comercial entre la Unión Europea y cualquier otro país, en este caso, Irán y las Aduanas Iraníes. Es importante destacar, que mientras COMTRADE muestra estadísticas de comercio de países de todo el mundo, EUROESTACOM solo muestra de la UE.

Pese a que los datos mostrados por estas bases de datos difieren, desde esta Oficina Comercial se considera importante la pluralidad de fuentes fiables y oficiales, ya que permiten al cliente obtener una idea más amplia y general de la situación actual.

CIFRAS DE COMERCIO OBTENIDAS DE COMTRADE

Las cifras extraídas de COMTRADE muestran claramente como Emiratos Árabes Unidos, India y Alemania han sido los principales exportadores de fragancias a Irán durante el periodo 2015-2017. Sin embargo, estos han llevado tendencias diferentes, ya que mientras que Emiratos experimentó un claro aumento de sus exportaciones en 2017, la India disminuyó su participación considerablemente. Por otro lado, Alemania las mantuvo prácticamente estables durante todo el periodo.

[...]



IMPORTACIONES DE IRÁN DEL TARIC 33029010

Valores en miles de euros

País	2015	2016	2017
Mundo	34.801	40.237	45.142
Emiratos Árabes Unidos	8.289	8.724	15.983
Alemania	5.696	5.017	5.877
India	10.089	10.031	5.180
Suiza	3.338	7.193	4.727
Francia	3.007	3.719	4.263
Turquía	1.873	2.369	3.687
España	1.686	2.244	2.902
Países Bajos	0	372	1.148
Italia	12	117	491
China	332	136	187

Fuente: Comtrade

IMPORTACIONES DE IRÁN DEL TARIC 33029090

Valores en miles de euros

País	2015	2016	2017
Mundo	1.470	1.083	1.219
Alemania	556	552	863
Emiratos Árabes Unidos	113	102	104
Turquía	298	1	91
Suiza	60	47	87
Países Bajos	14	7	38
Japón	17	8	16
Francia	11	21	9



Reino Unido	0	0	6
Taipei	0	1	3
España	39	19	2

Fuente: Comtrade

NOTA IMPORTANTE: Emiratos Árabes Unidos que en algunas partidas aparecen como uno de los principales países exportadores a Irán, cuando no es cierto que este país sea un importante productor en el sector. Esto es debido a que muchas empresas tienen oficinas en Emiratos de manera que utilizan este país como plataforma para exportar a Irán.

CIFRAS DE COMERCIO OBTENIDAS DE EUROESTACOM

Las exportaciones totales de fragancias de la Unión Europea a Irán obtenidas por medio de EUROESTACOM, muestran a Alemania y Francia como las dos principales potencias exportadoras. España se sitúa la tercera en discordia, aunque con cifras bastante alejadas de las alemanas y francesas. Italia, Bélgica y Países Bajos –en este orden- completan el top 5 de países exportadores.

[...]

IMPORTACIONES DE IRÁN DESDE LA UE DEL TARIC 33029090

Valores en miles de euros

País	2016	2017	2018
Unión Europea	22.388	23.433	18.384
Alemania	8.309	9.280	10.466
Francia	8.983	9.269	5.753
España	3.724	2.815	1.268
Italia	803	1.177	622
Bélgica	161	386	172
Países Bajos	350	441	96
Eslovenia	17	-	3,7
Reino Unido	23	63,6	-

Fuente: EUROESTACOM



IMPORTACIONES DE IRÁN DESDE LA UE DEL TARIC 33029010

Valores en miles de euros

País	2016	2017	2018
Unión Europea	1.667	1.101	1.162
Francia	446	416	545
Italia	148	122	138
Países Bajos	120	301	163
Eslovenia	-	-	113
Alemania	238	283	87
Bélgica	0,3	86	77
España	533	21	65
Reino Unido	-	9	1,6

Fuente: Euroestacom

CIFRAS DE COMERCIO OBTENIDAS DE LA ADUANA IRANÍ

Las cifras de las partidas requeridas por Fragrance Science S.L. y obtenidas por las Aduanas Iraníes muestran a Emiratos Árabes, Alemania e India como los principales exportadores, les siguen Suiza, Francia, Turquía y España, que se sitúa como el séptimo exportador de fragancias al país iraní.

Los números muestran que mientras India y Suiza perdieron mucho mercado en 2017, Alemania, Francia, Turquía, España y especialmente Emiratos Árabes, vieron como sus cifras de exportación aumentaban.

En cuanto al precio por kg, se observa que [...]



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Irán

33029010- Essences used in detergent, cosmetics and hygienic industries							
		Año 1394		Año 1395		Año 1396	
		Peso (Kg)	Valor (\$)	Peso (Kg)	Valor (\$)	Peso (Kg)	Valor (\$)
1	UAE	709.525	9.200.839	686.381	9.654.819	1.221.577	18.296.602
2	Germany	523.377	6.323.274	443.303	5.552.012	556.820	6.750.157
3	India	945.245	11.198.706	991.539	11.101.523	533.560	5.852.316
4	Switzerland	299.208	3.705.265	590.038	7.961.149	414.549	5.374.191
5	France	266.579	3.337.892	380.345	4.116.443	373.490	4.865.835
6	Turkey	343.740	2.078.613	297.880	2.621.961	411.480	4.165.299
7	Spain	236.600	1.872.201	261.330	2.482.975	324.760	3.379.332
8	Netherlands	0	0	48.412	412.290	100.145	1.305.171
9	Italy	1.400	12.858	18.472	129.676	95.665	555.348
10	Kish Free Zon	832	42.038	4.475	228.552	10.117	516.567
11	China	20.867	369.016	34.169	150.524	51.552	193.612
12	England	0	0	100	4.576	5.400	119.684
13	Singapore	2.460	17.860	3.125	24.148	8.185	63.056
14	Georgia	0	0	24.148	11.014	5.701	55.102
15	Japan	0	0	0	0	1.500	45.859
16	Austria	0	0	0	0	370	18.251
17	Russia	0	0	0	0	450	17.254
18	Korean Rep.	8.050	157.866	750	13.947	900	6.483
19	Ghana	0	0	0	0	100	2.611
20	Indonesia	0	0	6.500	48.896	22	110
21	Tajikistan	17.100	145.782	0	0	0	0
22	Swaziland	5.665	157.822	600	16.093	0	0
23	Australia	185	9.166	0	0	0	0
	TOTAL	3.380.833	38.629.198	3.791.567	44.530.598	4.116.343	51.582.840
Fuente: Aduanas Iraníes							



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Irán

33029090- Other							
		Año 1394		Año 1395		Año 1396	
		Peso (Kg)	Valor (\$)	Peso (Kg)	Valor (\$)	Peso (Kg)	Valor (\$)
1	Germany	26.607	616.651	39.535	611.143	54.181	974.518
2	Turkey	45.645	331.180	150	1.020	25.986	200.192
3	UAE	12.116	125.262	4.627	113.024	3.600	117.628
4	Switzerland	1.540	66.945	720	52.340	2.155	77.525
5	Netherlands	1.200	28.702	120	7.653	3.060	43.299
6	Japan	1.128	18.789	575	9.004	1.251	17.509
7	France	710	12.478	135	22.931	1.277	10.377
8	England	0	0	5	27	300	6.720
9	Taiwan	0	0	119	1.195	244	3.191
10	Spain	1.924	43.248	890	20.886	75	2.179
11	India	5	374	1	76	50	431
12	Swaziland	0	0	945	35.618	0	0
13	Italy	135.574	356.463	76.613	209.961	0	0
14	Korean Rep.	0	0	920	5.767	0	0
15	Austria	2.000	27.539	0	0	0	0
16	Greece	0	0	200	1.794	0	0
17	Slovenia	2.620	18.612	6.930	50.594	0	0
18	Kish Free Zon	0	0	1.104	56.267	0	0
	TOTAL	231.069	1.646.242	133.589	1.199.300	92.179	1.453.569
	Fuente: Aduanas Iraníes						



5. Barreras existentes para los productos de Business, S.A.

5.1. Barreras arancelarias

A continuación, se detallan los aranceles aplicables a los principales productos que comercializa la empresa Business, S.A. y el grupo al que pertenecen de acuerdo con las recientes restricciones cambiarias a la importación en Irán:

<i>Categoría de productos</i>	<i>Código Arancelario</i>	<i>Derechos de importación</i>	<i>SUQ</i>	<i>IVA</i>	<i>Arancel preferencial</i>	<i>Grupo prioritario/ recientes restricciones cambiarias</i>
ESENCIAS Y PERFUMES	33029010– Essences used in detergent, cosmetics and hygienic industries	5%	Kg	9%	-	II (2-2)
	33029090- Other	10%	Kg	9%	-	II (2-2)

[...]

5.2. Otras barreras

La importación de los productos del capítulo 33 (Essential oils and resinoids; perfumery, cosmetic or toilet preparations) está condicionado al cumplimiento [...]

NOTA 1: Para la gama de perfumería fina (siempre y cuando el producto se exporte a este país como producto acabado- puede ser el caso de perfumería fina) se requiere la presentación de un GMP cuya aprobación por las autoridades sanitarias iraníes y [...]

Son los expertos del Ministerio en cuestión que determinan en cuántas gamas clasificar los productos de los proveedores extranjeros. [...]

Asimismo se exigen una serie de documentos que debe presentar la empresa extranjera (algunos deben legalizarse por la Embajada iraní en el país de origen) como por ejemplo el certificado de libre venta, el certificado [...]



NOTA 2: Para la importación de las demás fragancias (como materia prima), al no exigir un GMP, solo hay que realizar el registro genérico en el portal de [...]

Conclusiones

- Dada la ausencia de una producción local y la posible retirada de grandes empresas europeas de este país debido a la reimposición de las sanciones americanas, el mercado de esencias para perfumería fina (no alcohólica) e industrial representa potenciales oportunidades de negocio para las empresas españolas del sector (especialmente las PYMES).
- Las esencias para el uso industrial (especialmente las que se usan para productos de cuidado de hogar) gozan de mayores e importantes volúmenes de venta en comparación con las que van destinadas al sector cosmético.
- La elección del canal de distribución es de suma importancia. En un principio, la vía óptima y de menor riesgo es acudir a un agente que conozca bien el mercado, que tenga acceso a las figuras claves del sector.
- En general, la imagen país de España en Irán es favorable. Ello se debe a las buenas relaciones comerciales que, tradicionalmente, han tenido ambos países, así como la percepción de la oferta española como productos competitivos, de alta calidad y tecnológicamente avanzados, pero con un precio inferior al de otros países europeos, como Francia y Alemania. Los compradores iraníes se muestran, por tanto, abiertos a mantener contacto con empresas españolas y conocer sus productos.



6. Recomendaciones

1. Irán, un país con gran potencial de crecimiento en Oriente Medio

Irán no es sólo el tercer país en reservas de petróleo del mundo, el 2º en reservas de gas, sino que es el 7º a nivel mundial en reservas de minerales (hasta 65 minerales distintos). Irán cuenta, además, con un sector industrial más diversificado que cualquier otro país de los del Golfo Pérsico, una agricultura importante y un sector servicios que supone el 56 % del PIB país. Su población alcanza los 82,1 millones de habitantes- 2,5 veces la de Arabia Saudita-, con un alto porcentaje de jóvenes y gente bien formada.

Previo a la reimposición de las sanciones americanas, Irán era el país de mayor crecimiento de Oriente Medio y Norte de África, creciendo, en torno al 4,6% anualmente.

2. Irán, 400 millones de consumidores esperan

Tener presencia comercial o fabril en Irán es importante, pero Irán es mucho más que los 82,1 millones de consumidores locales, porque tiene buenas relaciones y acuerdos con 8 mercados vecinos, cosa que no tiene ningún otro de la zona (Iraq, Turkmenistán, Afganistán, Pakistán, India, Turquía, Azerbaiyán y Armenia) En total, 400 millones de consumidores (sin contar los más de 1.350 millones de India). Empresas españolas ya se están beneficiando de la excelente posición estratégica de Irán.

3. Irán, necesita a las empresas de Occidente

El embargo durante años no sólo ha hecho reducirse el potencial de crecimiento del país, sino que Irán ha tenido que pagar un elevado coste a países como China y Turquía que han impuesto sus calidades y sus condiciones financieras. Irán quiere soltarse de este “yugo”. El mercado es grande y está muy necesitado de consumir productos occidentales de mayor calidad, especialmente en el sector industrial donde están “ansiosos” de acceder a tecnologías avanzadas. En general, la imagen país de España en Irán es favorable. Ello se debe a las buenas relaciones comerciales que han tenido tradicionalmente ambos países, así como la percepción de la oferta española como productos competitivos, de alta calidad y tecnológicamente avanzados, pero con un precio inferior al de otros países europeos, como Francia y Alemania. Los compradores iraníes se muestran, por tanto, abiertos a mantener contacto con empresas españolas y conocer sus productos.

4. Irán, sectores prioritarios



Desde el punto de vista comercial, cerca del 70% de la importación de productos está centrada en materias primas, productos intermedios, bienes de equipo y maquinaria, discriminando el Gobierno negativamente los bienes de consumo, salvo los de primera necesidad en que el país sea deficitario.

Desde el punto de vista de los proyectos, los sectores prioritarios son: petróleo y gas; infraestructuras de transporte; energía; medio ambiente; automóvil; turismo; agricultura.

5. Irán, penetración comercial vía exportaciones

En Irán y de acuerdo con la Ley (Código de Comercio) están permitidos tres tipos de representantes: brókeres, comisionistas (actúan en su nombre, pero en nombre del principal) y agentes comerciales (actúan en nombre del principal negociando y concluyendo contratos). Aunque la Ley permite tener agentes que sean personas naturales, muchas compañías, públicas y privadas, rehúsan tratar con personas naturales, siendo las personas jurídicas más creíbles y aceptadas. Los Organismos estatales o empresas públicas tienen prohibido comprar productos y servicios de proveedores extranjeros que no tengan un agente oficial registrado o una oficina de representación en Irán.

6. Irán, penetración por medio de establecimiento

Hay distintas modalidades de establecimiento, de acuerdo con la Ley:

-Sucursal: la matriz es plenamente responsable. La sucursal sólo puede realizar, de acuerdo con la Ley, actividades limitadas (informativas, servicio postventa, ejecución de contratos firmados por su principal y la empresa iraní).

-Joint Ventures: contratistas y fabricantes extranjeros suelen formar J.V. con empresas locales para poder cumplir con los requisitos de la Ley de Contenido local y poder concurrir competitivamente a licitaciones públicas.

-Constitución de una empresa iraní (filial de la extranjera): Con dos modalidades:

1) La mejor opción es obteniendo Licencia de Inversión extranjera de la OIETAI con todas sus garantías (protección de la inversión por la Ley FIPPA: 100% en mayoría de sectores, repatriación de beneficios y de capital, etc.) y poder desarrollar actividades productivas en industria, agricultura, minería, servicios, etc. y

2) Sin licencia para desarrollar comercio, servicios y otras actividades (100% del capital es posible). Las empresas pueden obtener importantes reducciones en el Impuesto de sociedades (25%) e importantes ventajas adicionales, si se establecen en las 7 Free Trade –Industrial Zones o en las 17 Special Economic Zones de Irán.

La Ley de contenido local obliga al sector público a contratar a empresas iraníes (servicios de ingeniería, construcción y proyectos EPC. Si no se presenta una empresa competente iraní, se



contrata con la JV mejor posicionada en la que el socio iraní tiene que tener el 51%. El contenido local tiene que alcanzar el 51% del valor del contrato.

7. Irán, atención a la idiosincrasia de los iraníes

Irán es un país único y distinto. Más de 7.000 años de historia y cultura, con grande imperios en la antigüedad, hacen de este país un país único. Y es distinto, porque aunque pueda tener ciertas similitudes con los de zona (es un país islámico), es distinto: no es de origen semita, sino indoeuropeo. Estos y otros rasgos configuran una idiosincrasia muy especial a sus habitantes: son muy orgullosos de su origen, de su país y se sienten molestos cuando se les toma por árabes. Valoran las relaciones personales, están muy abiertos al extranjero, los empresarios y funcionarios de un cierto nivel están bien preparados y en materia de negocios son se toman su tiempo, pero suelen ser serios.



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Irán

Responsable del servicio:

Analista de Mercado

Servicio elaborado por:

Analista de Mercado
International Trade Advisor

Contacto: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Irán

Dirección: 29, Gol Gasht St, Africa Ave.

Teléfono: +98- 21- 22 01 59 10

Fax: +98- 21- 22 04 90 23

E-mail: teheran@comercio.mineco.es

Para más **información** sobre Irán:

<http://iran.oficinascomerciales.es/>

La **Oficina Económica y Comercial de España** en Teherán dispone de un amplio catálogo de Servicios Personalizados entre los que destacamos:

- ✓ Selección de potenciales socios comerciales
- ✓ Agendas de entrevistas con posibles socios, instituciones, organismos, etc.
- ✓ Elaboración de estudios de mercado a la medida
- ✓ Análisis de la competencia
- ✓ Cesión de espacios en las Oficinas Económicas y Comerciales
- ✓ Diseño y organización de acciones de marketing y promoción comercial
- ✓ Acompañamiento de personal de la Oficina Comercial
- ✓ Atracción de inversiones a España
- ✓ Invitaciones a España de compradores y prescriptores
- ✓ Informes comerciales de compañías extranjeras
- ✓ Comparativas de precios en puntos de venta

Y mucho más.



SERVICIOS
PERSONALIZADOS
ICEX



Si desea conocer todos los programas y servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

(+34) 913 497 000

(Lunes a Jueves 9 a 17h / Viernes de 9 a 15h)

Información@icex.es



T. (+34) 913 497 100 | www.icex.es