

# Productos orgánicos en Qatar

## A. CIFRAS CLAVE

El mercado de los **productos orgánicos** en **Qatar** ha tenido un crecimiento lento, aunque constante en los últimos años. A partir de 2020, la comercialización de este tipo de artículos (sobre todo de **productos frescos**) ha registrado un **mayor incremento** debido a la búsqueda de un estilo de vida más saludable en el que predomina el consumo de productos naturales y sin gluten.

En la [Estrategia Nacional de Seguridad Alimentaria de Qatar 2018-2023](#) se prioriza la sostenibilidad, la tecnología y la innovación en el ámbito agroindustrial. Con ello se pretende, en primer lugar, **potenciar** el consumo de alimentos ecológicos; y, en segundo lugar, lograr ser una nación **autosuficiente** gracias a novedosos sistemas de cultivo. En 2023, se llegaron a producir en invernaderos frutas y verduras por valor de 170 MUSD.

Como es lógico debido a sus condiciones climáticas, Qatar se ha caracterizado por tener una balanza comercial **deficitaria** en el sector de la alimentación (siendo aún más notoria en los productos orgánicos). A pesar de las condiciones legales y administrativas establecidas (necesidad de obtener un certificado de conformidad), sigue siendo un sector con un alto potencial de crecimiento tanto para vendedores como para productores.

Qatar	2023
Población	3.000.000 habitantes
PIB per cápita	79.251 EUR
Importaciones productos alimenticios	90 % (12 % del total de las importaciones)
Exportaciones productos alimenticios	0 %
Índice de producción de cultivos	145,1
Rendimiento cerealero	8.431 kilogramos/hectárea
Consumo de fertilizantes	240,2 kilogramos/hectárea

Fuente: Banco Mundial, Knoema.

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa del sector estudiado

Dentro del sector alimentario, el consumo de los **productos orgánicos** ha sufrido un **notable crecimiento** en los últimos dos años en Qatar, especialmente en los **productos frescos**. Este tipo de alimentos y bebidas se caracterizan por ser elaborados con sustancias naturales, evitando de esta manera el uso de fertilizantes artificiales y otros derivados químicos. Encajan en un nicho de mercado muy específico, en el que se busca potenciar la **protección del medio ambiente** y la **salud de las personas**.

Esta subida en la producción y consumo de estos productos ha venido dada por diversas **causas**, entre otras:

- **Tendencia global pospandemia:** según el informe [Qatar Organic Food and Beverage Market Overview](#), la llegada de la pandemia en 2020 supuso un punto de inflexión en el consumo internacional de alimentos. Este hecho se tradujo en la búsqueda de un estilo de vida más saludable en el que predominen los productos de la mejor calidad posible y limpios de productos químicos.
- **Elevado poder adquisitivo:** en los últimos años, Qatar se ha posicionado como uno de los países con el PIB per cápita más elevado del mundo, lo que se traduce de manera directa en un alto poder adquisitivo de gran parte de sus habitantes.
- **Mayor disponibilidad y visibilidad de productos orgánicos:** este incremento del consumo de productos orgánicos es extrapolable a otras naciones, caracterizadas por su posición productora y exportadora (sobre todo occidentales). Todo ello ha derivado en la creación de un gran número de líneas de productos *ecofriendly* y saludables en las principales empresas alimentarias.
- **Concienciación medioambiental:** en los últimos años se ha impulsado el cuidado del medio ambiente en Qatar, apostando por medidas vinculadas al fomento de las energías renovables y del reciclaje. Estas medidas han afectado de manera directa la promoción de sistemas de cultivo ecológicos 100 % locales, como fija la [Qatar National Vision 2030](#).

Según el Sistema Armonizado utilizado para la clasificación arancelaria, no existen códigos TARIC propios de los productos orgánicos. Por ello, se engloban dentro de las mismas partidas que los alimentos tradicionales. En consecuencia, la obtención de información relativa a comercial internacional de los alimentos ecológicos se presenta más complicada.

### B.2. Tamaño del mercado

Dentro de la industria alimentaria, el mercado catari se caracteriza por tener una posición **importadora**, debido a las **condiciones climáticas** y a la **reducida extensión** de la nación; lo que ha derivado en una relevancia económica ínfima del sector de la agricultura y ganadería en la región (apenas el 0,8 % del PIB nacional en 2022). De hecho, alrededor de 15.000 hectáreas del terreno nacional están destinadas al cultivo ecológico, tras una inversión de más de 100 MUSD por parte del Gobierno catari en proyectos de agricultura sostenible.

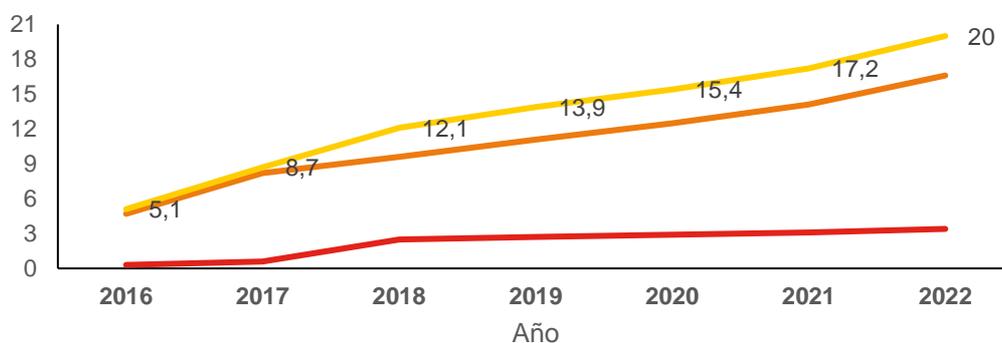
Con referencia al **consumo**, entre los años 2016 y 2019 se apreció una subida del 39,7 % en la compra de productos orgánicos elaborados y bebidas orgánicas en Qatar. Según [Global Organic Trade](#), esta subida fue más contenida entre los años 2020 y 2022, en los que el aumento alcanzó los 14 puntos porcentuales. En 2022, el valor comercializado de este tipo de productos fue de 20 MUSD.

Por un lado, las **bebidas orgánicas** tuvieron un crecimiento anual compuesto del 33,2 % entre 2016 y 2019, y del 15,2 % entre 2020 y 2022. En 2022 el valor comercializado de estos productos se situó en 16,6 MUSD. Dentro de esta categoría se encuentran zumos de origen orgánico, cafés bebibles ecológicos y refrescos con base de productos naturales. Por otro lado, los **alimentos orgánicos elaborados** tuvieron una crecida del 108 % entre 2016 y 2019, continuando con un crecimiento más pausado entre 2020 y 2022 (8,3 %). En 2022, la comercialización de este tipo de productos se cifró en 3 MUSD. Dentro de este grupo se encuentran *snacks* salados, barritas de semillas y productos en conserva, entre otros.



### CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ELABORADOS (2016-2022)\*

En MUSD



- Consumo alimentos orgánicos envasados
- Consumo bebida orgánica no alcohólica
- Consumo total productos alimentarios orgánicos

\* No incluye productos frescos ni ingredientes individuales.

Fuente: Global Organic Trade (2022).

En definitiva, en Qatar, el consumo de las bebidas orgánicas ha tenido una importancia más notoria en el periodo estudiado. Si bien los alimentos elaborados apenas suponen un 20 % del total, la tendencia desde la pandemia ha sido creciente en los **alimentos orgánicos frescos**. De hecho, en los dos últimos años, la categoría de **frutas y verduras** es la que ha experimentado un mayor crecimiento. A medio plazo, se espera que la categoría de **productos lácteos** orgánicos sea la que crezca en un mayor porcentaje, siempre y cuando se rebajen las barreras no arancelarias impuestas por el Gobierno para proteger la industria local, las cuales consisten en plazos de fecha de caducidad muy limitados. En este sentido, la empresa local Baladna es la que concentra la mayor parte de la cuota de mercado.

Por su parte, en el ámbito **productivo**, Qatar ha tenido un fuerte impulso en los últimos años, siendo uno de los objetivos de la **Estrategia Nacional de Seguridad Alimentaria de Qatar 2024-2030** el producir de **forma local** frutas, verduras y productos lácteos, entre otros. Se busca lograr la autosuficiencia en relación con los bienes de primera necesidad, tratando de reducir el riesgo de depender de las importaciones de productos de alimentación básica. En este marco cobran una **gran importancia los productos orgánicos**, de calidad y características superiores a los convencionales, y con los cuales los productores catariés buscan ofrecerlos a un precio competitivo en el mercado nacional. Asimismo, el mercado de los productos orgánicos en Qatar ha alcanzado una posición relevante dentro del programa [Qatar National Vision 2030](#).

## B.3. Principales actores

### B.3.1. Actores públicos

- Ministry of Public Health:** autoridad gubernamental responsable de la regulación y el desarrollo de políticas relacionadas con la salud en Qatar. Su objetivo principal es garantizar la salud y el bienestar de los residentes en el país. Entre sus principales funciones, destaca la prestación de servicios de atención médica, la promoción de la salud, la prevención de enfermedades, y la gestión de seguridad en el ámbito alimentario. En este último punto, destaca la relevancia del siguiente departamento:
  - Food Safety Department:** juega un papel fundamental en la implementación de la política sanitaria relativa a la calidad y seguridad de los alimentos comercializados en Qatar. Este departamento se encarga de controlar e inspeccionar las especificaciones y requerimientos de cada categoría de productos de alimentación que se encuentre en el mercado. Guarda relación directa con las empresas importadoras y exportadoras, con restaurantes, con fábricas y con instituciones públicas relacionadas con la materia en cuestión. Entre sus funciones, destacan:

- Aplicar las disposiciones de la ley que regula el control de los alimentos y redactar las resoluciones y requisitos técnicos correspondientes.
  - Desarrollar y sistemas eficaces de trazabilidad de los alimentos y retirar aquellos que no cumplan con las condiciones necesarias.
  - Proponer políticas y directrices relacionadas con la seguridad y la validez de los alimentos en todas las etapas de la cadena de producción.
  - Aprobar organismos islámicos, mataderos y empresas exportadoras de alimentos *halal* en coordinación con las autoridades competentes.
- [Hassad Food](#): empresa de inversión y desarrollo del sector agroalimentario, propiedad del Fondo de Inversión del Estado de Qatar (QIA). Tiene como objetivo contribuir a la seguridad alimentaria de Qatar mediante la inversión en proyectos estratégicos a nivel internacional.

### B.3.2. Actores privados

- [Infinity Quality Services Qatar](#): es una empresa de certificación ISO en Qatar. Esta entidad está encargada de verificar que se cumplen requisitos y condiciones requeridas en empresas que busquen cultivar o fabricar alimentos orgánicos en la región.

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La distancia geográfica, las limitaciones legales y las diferencias culturales son los principales hándicaps a los que se enfrentan las empresas españolas que desean comercializar productos orgánicos<sup>1</sup> en Qatar. La percepción de los productos españoles en esta región es, en general, positiva. Son comercializados como productos mediterráneos de calidad **premium**, a pesar de su **elevado precio**<sup>2</sup> (sobre todo en la categoría de frutas y verduras orgánicas).

A través de un **storecheck** en las principales cadenas de supermercados e hipermercados de Doha (Carrefour, Lulu Hypermarket y Monoprix), se han localizado empresas españolas cuyos productos tienen presencia en el mercado catari. Destacan, entre otras:

Empresa	Descripción
	<p>Empresa especializada en la elaboración de platos <i>ready to eat</i>, que ofrece productos asados y cocinados con origen 100 % vegetal. Tiene 25 años de experiencia en el sector, y su propuesta pasa por realizar una cocción saludable sin aditivos ni conservantes. Su línea de producción está compuesta por: verduras asadas, verduras al vapor, cremas de verduras, burgesanas y salsas.</p>
	<p>Marca perteneciente al grupo Grefusa. Está centrada en la producción de <i>snacks</i> realizados con ingredientes naturales, sin conservantes, sin colorantes y sin aceite de palma. Los productos se venden en formato individual, buscando ofrecer un producto de consumo diario con calidad <i>gourmet</i> y garantía ecológica.</p>

<sup>1</sup> Entre los productos frescos, predomina la presencia de frutas y verduras con elevada oferta en España (especialmente cítricos como naranjas y limones).

<sup>2</sup> El precio de los productos convencionales es alrededor de un 40 % más económico.

	<p>La misión de esta compañía es “endulzar de forma natural”, y potenciar la conservación de la biodiversidad a través de la repoblación de abejas. Además de su línea clásica de productos, comercializa dos versiones ecológicas (con gran demanda en la actualidad): miel de montaña ecológica y miel de flores ecológica.</p>
	<p>Marca comercializada por la empresa Gullón. Se trata de una gama de galletas fabricada con ingredientes orgánicos. La gama de productos de esta sección está compuesta por: María Bio Organic, Avena Bio Organic, Choco Chips Bio Organic, Cereales con espelta Bio Organic y Digestive Bio Organic.</p>
	<p>El grupo Algamar ha sido la primera empresa española en recolectar y comercializar algas de origen ecológico. A través de su línea de productos alimenticios, Delialga busca ofrecer productos listos para consumir que aporten soluciones prácticas a base de algas naturales y productos con origen BIO.</p>

Fuente: elaboración propia.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Desarrollo de procesos de cultivo ecológicos a través del empleo de **nuevas tecnologías** e **inteligencia artificial**. En este sentido, el mercado de las producciones orgánicas en invernaderos tiene previsto crecer un 15 % CAGR entre 2024 y 2032, llegando a rozar un valor de 600 MUSD en la próxima década.

- **Implementación de nuevas tecnologías en la producción de alimentos orgánicos:** recientemente, la empresa local [Agrico](#) ha puesto en marcha un proyecto vinculado a la acuaponía. Se trata de una combinación de acuicultura e hidroponía que ayuda a purificar. Por otro lado, resaltan programas novedosos relacionados con la permacultura y el microbioma ([Torba Farm](#)).
- **Producción de miel ecológica:** se trata de uno de los productos de alimentación más consumidos en la sociedad catari, y unido a los ambiciosos objetivos de autosuficiencia alimentaria establecidos, ha desembocado en un aumento de la producción nacional de miel, cera y propóleo de origen natural. Hasta la fecha, la inmensa mayoría de la miel y sus derivados son importados; sin embargo, esta cifra empezará a reducirse en los próximos años debido al enraizamiento de proyectos locales como el de la granja [Umm Qarn](#).
- **Aumento de puntos de venta especializados en productos orgánicos:** si bien es cierto que los supermercados están destinando un número mayor de expositores a productos de origen ecológico, es necesario destacar el auge de las tiendas específicas del sector en Doha, destacando [Good Life Market](#) o [Planet Organic World](#), entre otras.
- **Granjas ecológicas:** el número de granjas ecológicas en Qatar se ha multiplicado recientemente, debido al objetivo de una producción limpia y natural, promocionado también a través de proyectos internacionales como el [Sahara Forest Project](#), y a través de eventos del sector como la [Expo 2023 Doha](#). Todo ello ha provocado un aumento del agroturismo y del establecimiento de granjas ecológicas en el país ([Heenat Salma Farm](#), [North Sedra Farm](#) o [Al Wabra Farm](#)).

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

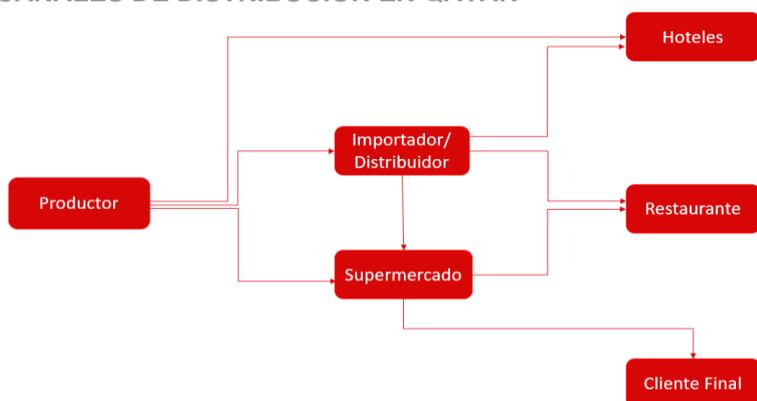
### E.1. Distribución

La cadena de distribución del sector de los productos de alimentación orgánica en Qatar se caracteriza por tener cierta complejidad, debido a las características y exigencias del mercado. Por ello, la mayoría de las compañías

españolas recurren a exportar de manera **indirecta** a través de **distribuidores o agentes comerciales**. Se cede en los aspectos vinculados a la promoción y venta de los productos finales, a cambio de tener una venta en firme minimizando los riesgos.

Por lo general, las empresas importadoras comercializan un gran número de marcas internacionales al por mayor, y son las encargadas de vender los productos a distribuidores minoristas (generalmente supermercados e hipermercados), que son los encargados de realizar la venta al consumidor final. En algunos casos, el propio distribuidor minorista también puede tener licencia de importación y ser el encargado de comprar los productos.

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN QATAR



Fuente: [El sector gourmet en Qatar](#), Oficina Económica y Comercial de España en Doha, 2023.

Entre las empresas **importadoras y distribuidoras mayoristas** más relevantes<sup>3</sup>, destacan:

- [Alkhazan Food](#): se estableció en 2014 en Qatar, principalmente como proveedor de alimentos para hoteles y grandes supermercados en Doha. La empresa ha enfocado su público objetivo en la creación de un mercado especializado de productos orgánicos en Qatar. Alkhazan importa productos alimenticios de los principales proveedores y fabricantes de alimentos orgánicos que acceden al mercado nacional a través de sus propios canales de distribución.
- [Organicland Trading](#): es el principal distribuidor de Qatar de una amplia variedad de marcas internacionales de alimentos y bebidas orgánicos, saludables y naturales. Su amplia gama de productos incluye categorías clave como: natural, orgánico, alimentos especiales, sin gluten, vegetarianos o productos dietéticos. Es una empresa perteneciente al *Mena Group*.

En la **distribución minorista** en Qatar, destacan cuatro entidades que concentran la mayoría de los supermercados e hipermercados de la región:

- [Carrefour](#): englobado dentro del grupo Majid Al Futtaim. Actualmente tiene 5 hipermercados y 5 supermercados repartidos por el país. Se caracteriza por ofrecer todo tipo de productos (desde la propia marca Carrefour hasta marcas *premium* internacionales).
- [Monoprix](#): pertenece al grupo empresarial Ali Bin Ali. Actualmente cuenta con 5 hipermercados, situados en zonas acomodadas y con un enfoque *gourmet* en todos sus productos. Cuenta con una sección amplia de productos ecológicos.
- [LuLu Hypermarket](#): cadena de hipermercados, con una oferta amplia y variada, y que cuenta con 13 locales.
- [AlMeera](#): tiene más de 50 locales repartidos por todos los barrios de Doha. Su estrategia se centra en la venta de productos de alimentación a precios muy competitivos.
- [Al Rawabi](#): cuenta con más de 35 establecimientos en Qatar con más de 50.000 productos en cartera.
- [Family Food Centre](#): cuenta con cuatro hipermercados repartidos estratégicamente en el país

<sup>3</sup> Se hace referencia a empresas importadoras de productos exclusivamente de origen ecológico. No obstante, los *players* con más fuerza dentro del mercado (y con productos ecológicos en su cartera) son, entre otros, [Qatar National Import and Export](#), y [Benina Food](#).



- [Spar](#): abrió en noviembre de 2017 ofreciendo a los compradores una experiencia minorista de primera clase. Forma parte de Al Wataniya International Holding.

### E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

- **Restricciones y requerimientos a la importación de productos agroalimentarios:** en noviembre de 2023 el Ministerio de Sanidad Pública y el Ministerio de Municipalidad publicaron una serie de medidas que afectan de manera directa a la importación de productos agroalimentarios a partir del 1 de enero de 2024. En lo tocante a los productos orgánicos, se emitió una circular el 20 de noviembre de 2023 implantando un sistema de verificación y certificación con etiqueta orgánica, necesaria a partir del 1 de enero de 2024. Para conseguir esta identificación, hace falta un **Certificado de Conformidad** emitido en el país de origen por una entidad acreditada. El Ministerio ha facilitado una lista de 5 entidades aprobadas para expedirla. Esta medida tiene consecuencias en el aspecto económico (costes del certificado), supone una carga burocrática adicional, y puede afectar a los plazos de producción y fabricación de los bienes finales.
- **Guía de importación de productos alimentarios orgánicos, realizada por el *Ministry of Public Health*:** el objetivo de esta guía es proteger de fraudes a los consumidores y asegurar los derechos de los importadores y productores en un entorno de mercado libre y competencia leal. Esta guía está basada en lo establecido en las siguientes normativas nacionales<sup>4</sup> válidas en todos los países del Consejo de Cooperación de Estados Árabes del Golfo (CCEAG):
  - GSO<sup>5</sup> 2374: normativa sobre producción, procesamiento y comercialización de alimentos orgánicos.
  - GSO 9: regulación técnica del etiquetado de productos alimentarios envasados.
  - GSO 2532: límites máximos de pesticidas y químicos empleados en los alimentos orgánicos.
  - GSO 2511: normativa sobre las fechas de producción y caducidad de los alimentos orgánicos.
  - Otros requerimientos: destacan, entre otros, que el porcentaje de ingredientes orgánicos en la elaboración de un producto final del mismo carácter debe ser al menos del 95 %; identificación de manera clara y legible de la naturaleza orgánica del producto; los productos no pueden estar modificados genéticamente.

### E.3. Ferias

Si bien el mercado catari es de gran atractivo para las empresas agroalimentarias españolas debido a la inmensa cantidad de importaciones que realiza en dicho sector, no se han detectado eventos específicos del sector. No obstante, y teniendo en cuenta el concepto de producto orgánico, se destacan las siguientes posibles ferias:

- [Hospitality Qatar](#): evento centrado en las tendencias y oportunidades en el sector de la hostelería. Una parte importante de la feria se centra en la presentación de productos de alimentación (donde encajan los productos orgánicos). El mercado objetivo son hoteles y restaurantes en su mayoría.
- [Agriteq](#): feria en la que se ofrecen las últimas novedades tecnológicas en el ámbito agroindustrial. En este caso, el público objetivo son los productores ecológicos nacionales. Tiene carácter anual.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Dirección web Food Safety Department (Ministry of Public Health): <https://emsfsa.moph.gov.qa>
- Dirección web *Qatar National Food Security Strategy 2018-2023*: <https://www.mme.gov.qa/pdocs/cview?siteID=2&docID=19772&year=2020>
- Dirección web *Guideline of Importing Organic Foods*: [https://emsfsa.moph.gov.qa/en/border-port-health/MOPH\\_Documents/Instructions/organic%20food%20importation.pdf](https://emsfsa.moph.gov.qa/en/border-port-health/MOPH_Documents/Instructions/organic%20food%20importation.pdf)
- Dirección web Ministry of Municipality: <https://www.mm.gov.qa>
- Dirección web Ministry of Environment and Climate Change: <https://www.mecc.gov.q>

<sup>4</sup> En línea con legislaciones internacionales como [Codex Legislation \(United Nations\)](#) o el [Acta de Producción Orgánica de la Unión Europea](#).

<sup>5</sup> [GSO](#): GCC Standardization Organization, GCC es el Consejo de Cooperación de los Estados Árabes del Golfo (CCEAG).

## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en Doha** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Qatar**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Qatar, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

West Bay – Zone 66 – Street 563 – Saha 93 – Villa 9  
Doha – Qatar  
Teléfono: +974 4483 5886  
Correo electrónico: [doha@comercio.mineco.es](mailto:doha@comercio.mineco.es)  
<http://Qatar.oficinascomerciales.es>

---

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

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) [informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

---

**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

### AUTOR

Alberto Martínez Combarros

Oficina Económica y Comercial  
de España en Doha

[doha@comercio.mineco.es](mailto:doha@comercio.mineco.es)

Fecha: 15/07/2024

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 22424012X

[www.icex.es](http://www.icex.es)



FICHAS SECTOR QATAR



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones