

El mercado de Productos Lácteos en Argelia

El mercado de Productos Lácteos en Argelia

Este estudio ha sido realizado por Raúl Román Romero bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Argel

Febrero de 2006

ÍNDICE

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
II. INTRODUCCIÓN	7
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA	10
1. Análisis cuantitativo	10
1.1. Análisis de los componentes de la oferta	12
2. Análisis cualitativo	19
2.1. Producción	19
2.2. Obstáculos comerciales	24
IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO	27
1. Análisis cuantitativo	27
1.1. Principales distribuidores	29
2. Análisis cualitativo	31
2.1. Estrategias de canal	31
2.2. Condiciones de acceso	33
2.3. Tendencias de la distribución	35
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA (AGRO+CONSUMO+SERVICIOS)	37
1. Tendencias generales del consumo	37
1.1. Factores económicos	39
1.2. Distribución de la renta disponible	41
2. Análisis del comportamiento del consumidor	45
2.1. Preferencias	47
3. Percepción del producto español	47
VI. ANEXOS	49
1. Listado de direcciones de interés	52
2. Bibliografía	62

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

En los países del Magreb en la época de la independencia la producción de la cabaña era bastante baja. Así, las razas autóctonas de vacuno eran sobre todo de producción de carne, y en cuanto a las ovejas y las cabras, su producción tampoco era demasiado relevante, tratándose , casi exclusivamente , de una producción de proximidad.

Partiendo de unos niveles de consumo muy bajos en época de la independencia, éste no ha parado de crecer hasta situarse en torno a los 110 litros por habitante y año, tratándose Argelia del principal consumidor per cápita del norte de África. A modo de comparación estas cifras son de 87 litros en Túnez y 50 en Marruecos.

La historia del desarrollo del sector lácteo en Argelia, es verdaderamente instructivo, y hace del Magreb un laboratorio de las políticas lecheras.

En la época de la independencia, la industria lechera, prácticamente no existía y se limitaba a unas pocas centrales privadas de poca capacidad en las principales ciudades (Argel y Orán).

De manera general, los colonos, que habían invertido poco en la cría de ganado, no habían tenido mucho éxito en cuanto al sector de los lácteos, a pesar de la importación de razas puras (Normanda, Jersey).

En el medio rural, el autoabastecimiento era la tónica general ,y hasta los años 70, las autoridades no vieron la necesidad de emprender políticas activas en el sector debido a la fuerte presión demográfica y a la necesidad de alimentar a la población.

De todas maneras, el porcentaje de leche “industrial” es bastante bajo, pues aunque la estrategia lógica sea llevar la leche de la granja a la fábrica, para abastecer los mercados, y

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

suplir el déficit mediante importación , la realidad es que el circuito presenta bastantes “escapes” puesto que una parte importante de esta producción no llega a abandonar jamás las explotaciones agrícolas, sino que se queda allí para el autoconsumo.

El concepto “leche industrial” o “industrializada”, es de vital importancia, pues evoca la capacidad del país de poder abastecer a las ciudades.

En cuanto al mercado argelino, la tónica general ha sido la importación de leche en polvo, y mantequilla en grandes cantidades.

Las fábricas y centrales, construidas a lo largo y ancho de la geografía del país, (denominadas ahora empresas GIPLAIT), se limitan ahora a poner en el mercado leche reconstituida, a base de agua y leche en polvo, a un precio bastante bajo, gracias al precio de la leche en polvo en el mercado mundial, a pesar de una fuerte subida en los últimos tiempos.

Por este motivo, los industriales no hacen mucho por mejorar la colecta de leche cruda, y la producción local. Solamente se recogen poco más de 100 millones de litros por año, que se destinan sobre todo a la producción de yogur, dejando escapar una pequeña cantidad hacia los circuitos cortos de recogida de leche, hacia consumidores que aceptan pagar un precio más alto por leche fresca, pero de calidad no certificada.

Los centros de producción lo han tenido bastante difícil para instalarse en Argelia , en otro lado que no sean las periferias urbanas. Ahora, una nueva legión de artesanos lecheros se está instalando y organizando y se están equipando para dedicarse a la colecta de leche fresca.

En definitiva, se están formalizando los circuitos informales.

En estos momentos se está produciendo una mejora de la cabaña, debido a la importación de vacas, y estas razas, se están adaptando bien a las condiciones locales, aunque los niveles de producción son aún mediocres, entorno a 3500 kilos por vaca y año.

La cabaña bovina , está bastante mezclada, con animales de raza mejorada , provenientes de la importación, o nacidos en el país pero de padres importados, pero hay menos, pues gran parte de ellos se destinan a la producción de carne, animales mezclados (que suponen el 40% del total), y los de raza local, confinados a las zonas, secas, y con niveles de producción muy bajos.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Hay muchos obstáculos que frenan el desarrollo del sector, como la poca diversificación de las razas, la mediocridad de su producción, o la competencia de las importaciones.

Para llevar a cabo una recogida efectiva de leche, hace falta establecer una red de centros de colecta, pero en Argelia, la industria ha estado en manos del estado durante mucho tiempo, y no se han llevado a cabo grandes esfuerzos para favorecerla a nivel local.

Las empresas , agrupadas ahora bajo el nombre del grupo GIPLAIT, trabajan con leche rehidratada a partir de leche en polvo.

Por otra parte, los círculos informales, son muy activos, pero no se conocen con exactitud, al tratarse del mercado negro.

En cuanto al tejido industrial , ONALAIT ,a su creación en 1969, heredó las 3 fábricas existentes, estructuradas en 3 en 1982, en 3 direcciones regionales, añadiéndose al grupo otras 7 en los 80, y 5 con posterioridad. Todas ellas se fusionaron para dar lugar a GIPLAIT, empresa estatal que cuenta en la actualidad con una veintena de fábricas, que se abastecen al 90% de leche importada en polvo.

No obstante, gracias a la liberalización del sector y el fin del monopolio estatal, ahora, algunas empresas privadas empiezan a invertir en la creación de oficinas de importación , y mini centrales de producción.

A modo de conclusión, podemos decir que el sector necesita aún de grandes inversiones y políticas dirigidas a su desarrollo, como la facilitación de los partenariados entre los países del sur y del norte del Mediterráneo, pudiendo beneficiarse así las empresas locales de la competencia y notoriedad de firmas a escala internacional.

Por otra parte, el desarrollo de la cooperación bilateral , puede ser muy provechosa, si se da en el marco de una política coherente.

I. INTRODUCCIÓN

1. SUBSECTORES RELACIONADOS

El sector agroalimentario es de las principales industrias en la economía argelina.

No olvidemos que Argelia sigue siendo un país muy agrícola (la agricultura supone un 9% del total del P.I.B., y con un crecimiento anual del 17% en términos de productividad. Además en el año 2005, todavía empleaba al 17,2 % de la población activa).

La organización del mercado lechero en Argelia, no favorece en absoluto la producción de leche fresca. El sector adolece de grandes deficiencias que impiden su expansión, tales como la debilidad de las estructuras de recogida, la falta de pasto para la alimentación del ganado, el mediocre rendimiento, o el estancamiento del precio del litro de leche .

Todo ello, hace necesaria la importación de leche en polvo, estimada en 197.000 toneladas al año, por un importe de 550 millones de dólares.

Las necesidades de leche y productos lácticos en Argelia, son muy importantes, pues hay un consumo medio de 110 litros por habitante y año, lo cual lo convierte en el principal consumidor del Magreb (en Marruecos es de 50 litros, y en Túnez 87).

En cuanto a la producción lechera y de derivados, se pueden distinguir 3 zonas:

- en primer lugar una zona litoral con clima húmedo y semi-húmedo.
- una segunda zona agrícola-ganadera con clima árido y semi-árido.
- por último la zona sahariana con clima desértico.

Podemos afirmar que las explotaciones ganaderas se concentran sobre todo en la zona 1, litoral norte, la cual representa casi el 60% de las cabezas de vacas lecheras, y el 63% de

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

la producción de la leche cruda. Este fenómeno de concentración se genera por el reparto de la superficie de pastos en el Norte del país, ya que la zona más cercana a la costa es la más lluviosa.

La tasa de crecimiento de la producción de leche cruda, es relativamente débil, si tenemos en cuenta el potencial de las cuencas lecheras, y el impulso de la demanda de lácteos que no para de crecer con el apoyo del Estado a los precios de consumo de leche industrial.

Actualmente, asistimos al relanzamiento de un Plan Nacional de Desarrollo Agrícola y Rural (en adelante PNDAR), para el Decenio 2004-2013.

Más allá del impacto económico y de las mejoras de la productividad del sector agrícola, el PNDAR permitirá poner en práctica mecanismos de regulación del desarrollo agrícola y rural, poniendo el acento en las acciones de proximidad, es decir, hacer partícipes a los destinatarios en la toma de decisiones, rompiendo con los modelos de toma de decisiones centralizados y administrados, concebidos sin tener en cuenta la opinión de los actores.

El proceso de descentralización, ha permitido a los ganaderos y a los trabajadores del campo situarse en el centro de los dispositivos de apoyo del Estado.

Como instrumento privilegiado del desarrollo de la producción agrícola, el PNDAR, constituye un instrumento de gestión de espacios, con una dimensión del desarrollo rural más pronunciada en razón de su vocación por extender todos los dispositivos de desarrollo a todas las regiones y a responder a todas las preocupaciones y preguntas de agricultores y ganaderos.

Efectivamente, las necesidades del mundo rural, y el avance de la pobreza en este medio, han puesto de relieve la necesidad de una estrategia de revitalización de estos espacios, para reducir las disparidades existentes, lo cual es el eje prioritario de la estrategia de desarrollo agrícola y rural, que debe tener en cuenta tanto el desarrollo equilibrado de espacios agrícolas y territorios, como la mejora de las condiciones de vida de la población rural.

Este Plan Nacional, tendrá como principales finalidades:

- promoción de la economía rural y agrícola.
- reducción de las disparidades existentes entre las zonas rurales y las urbanas.
- consolidación del rol del agricultor como agente económico, creador de riqueza y contribuyente al equilibrio y cohesión de la sociedad.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

-el desarrollo humano, la promoción y la expansión.

Existen dos orientaciones estratégicas en materia de desarrollo agrícola y rural:

-la modernización de las explotaciones.

-revitalización y desarrollo del espacio rural.

Así ,los objetivos de la estrategia de desarrollo Agrícola y Rural en materia de revitalización de los espacios rurales, abarcarán el desarrollo humano, creando nuevas actividades o relanzando empleos rústicos como fuentes de ingreso. Se trata también de promover todas las acciones que tengan como objeto la creación de una economía rural, y asegurar el abastecimiento alimenticio de las comunidades aisladas. En definitiva reducir las diferencias entre el campo y la ciudad.

Para la elaboración del presente estudio, hemos tenido en cuenta las siguientes partidas, tanto de leche fresca como de sus derivados

Descripción	Partida estadística
Leche y crema de leche	040130
Leche concentrada y nata, en polvo	040210
Mantequilla	040510
Quesos y Requesón	040610
Yogures y Natillas	04031011 (sin aromatizar y sin frutas)
Yogures y Natillas	04031051 (aromatizados o con frutas)
Lactosuero	040410

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Leche y crema de leche (040130)

	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo
Importaciones	4,220	8,708	19,358	20,313	106%, 122%, 5%
- Exportaciones	277	736	618,922	1067	165%, -16%, 72%
Indicador de consumo aparente (*)	-272,7	-727,2	-599,5	-1046	-74%

Fuente: Aduanas argelinas; Tn, Toneladas

Leche concentrada y nata, en polvo (040210)

	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo
Importaciones	114077	81240	90420	83383	-29%, 11%, -8%
- Exportaciones	0,163	0,048	26,497	0,024	-70%, 55000%, -99%
Indicador de consumo aparente (*)	114076,83	81239,95	90393,50	83382,9	-8,66%

Fuente: Aduanas argelinas; Tn, Toneladas

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Mantequilla (040510)

	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo
Importaciones	2572,6	4089,8	2913,5	5435,3	59%, -29%, 86%
- Exportaciones	0,175	2,05	0,113	0,053	1071%, -94%, -54%
Indicador de consumo aparente (*)	2571,8	4087,7	2913,3	5435,2	38,66%

Fuente: Aduanas argelinas; Tn, Toneladas

Quesos y requesón (04069020).

	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo
Importaciones	20.867	513.730	24057	21733	2361%, -95%, -10%,
- Exportaciones	0,4	34	69	2	8400%, 102%, -97%
Indicador de consumo aparente (*)	20.866	513696	23988	21731	2257%

Fuente: Aduanas argelinas; Tn, Toneladas

Yogures y natillas (040310)

	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo
Importaciones	18,576	0	966,2	0,001	----
- Exportaciones	322,697	6579,389	445,2	6587,2	1938%, -93,3%, 1379%
Indicador de consumo aparente (*)	-304,1	-6579	521	6587,2	----

Fuente: Aduanas argelinas; Tn, Toneladas

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Lactosuero (040410).

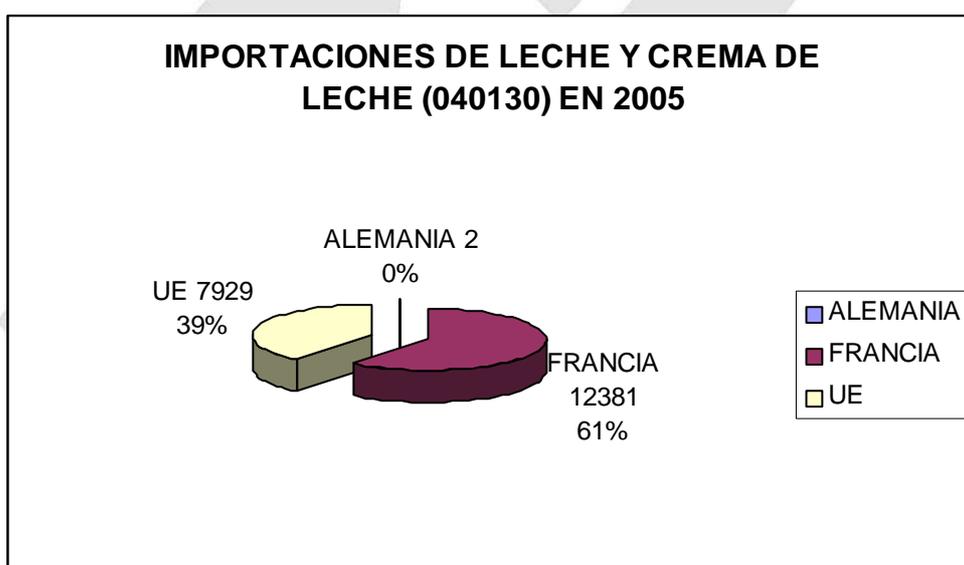
	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo
Importaciones	307,1	398,7	1647,5	1711,8	29%, 313%, 4%
- Exportaciones	0	0	0	1,05	---
Indicador de consumo aparente (*)	307,1	398,7	1647,5	1710,7	115%

Fuente: Aduanas argelinas; Tn, Toneladas

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

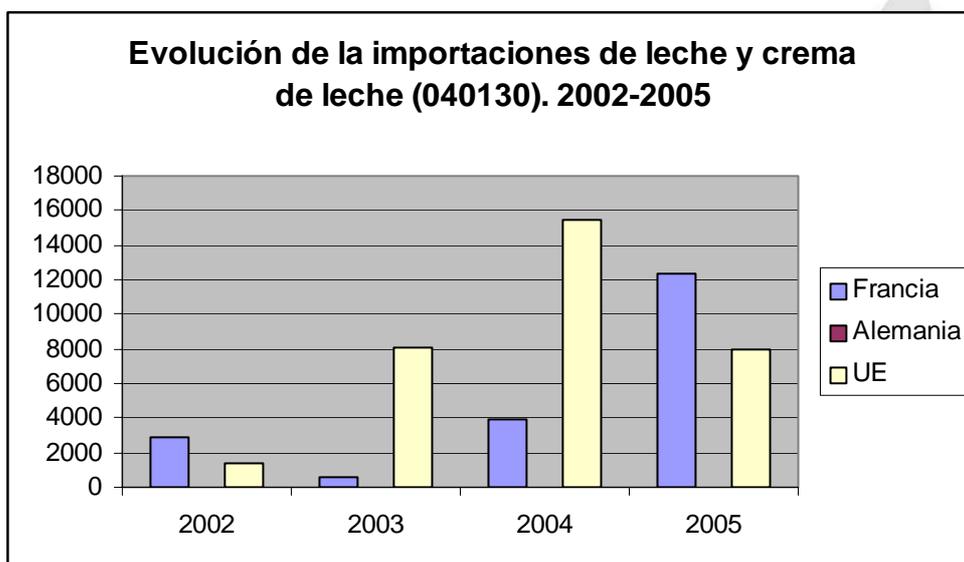
Importaciones

-leche y crema de leche (040130).



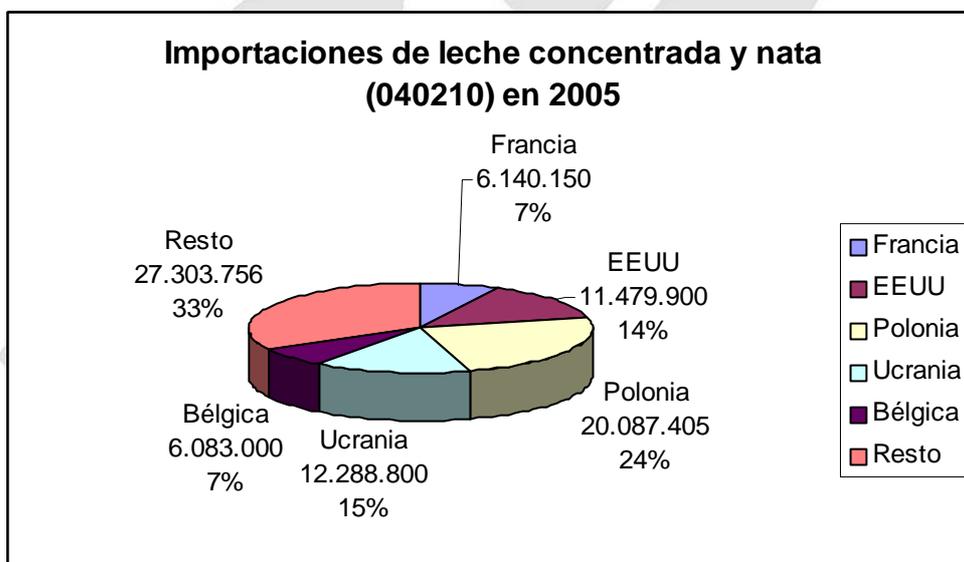
En el gráfico expuesto, podemos observar que para la partida arancelaria que nos ocupa, Francia es el principal suministrador, seguido muy de lejos por la UE sin especificar qué países.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA



A tenor del gráfico expuesto, podemos deducir que Francia es el líder individual indiscutible en el suministro de leche a Argelia, puesto que ningún país a título individual es reseñable. Se observa que la UE en su conjunto pierde cuota a favor de Francia.

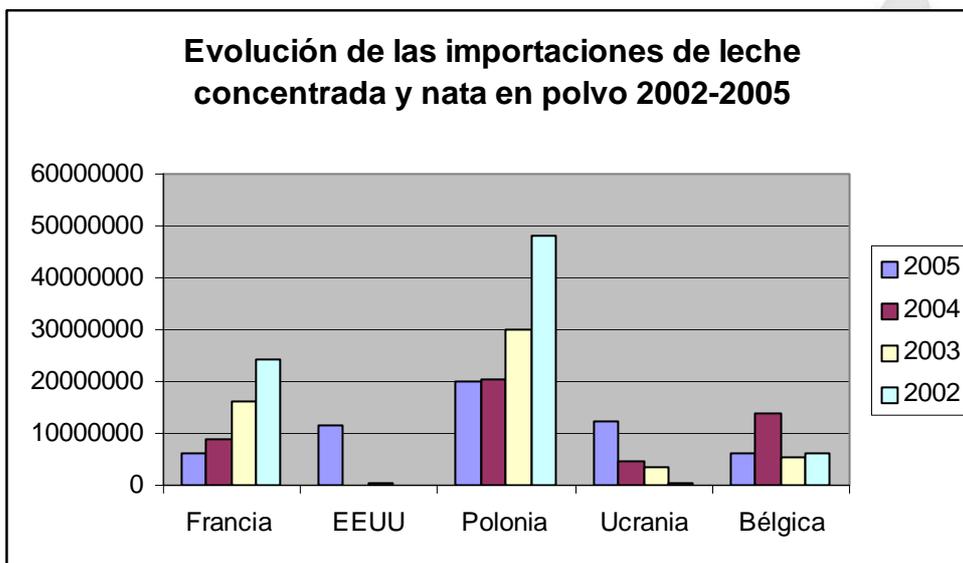
-leche concentrada y nata en polvo (040210).



Podemos observar cómo las importaciones de leche concentrada están lideradas por Polonia, seguidas a gran distancia por Ucrania.

La procedencia de las importaciones está muy diversificada, hasta el punto de que el volumen procedente de países no especificados es del 33% del total.

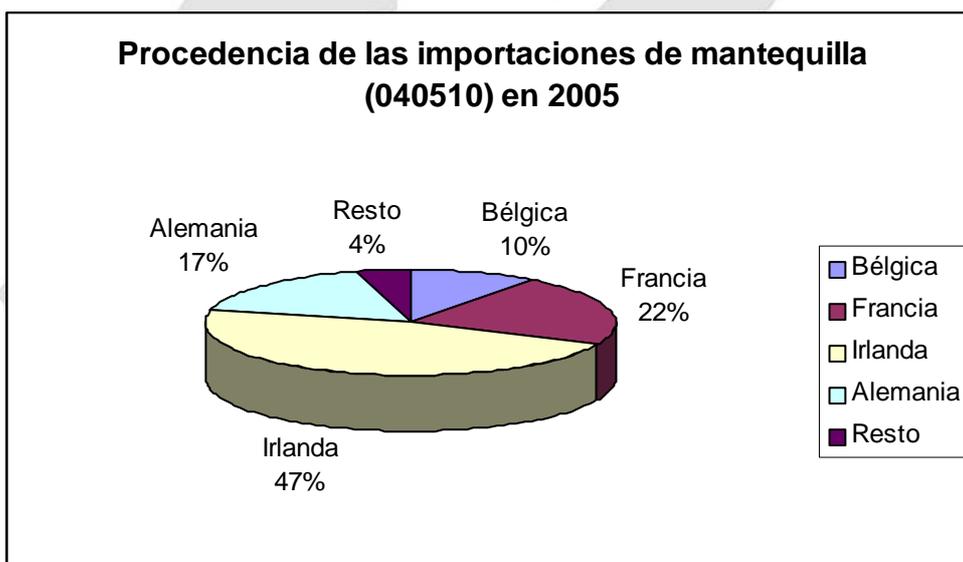
EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA



Podemos observar como tradicionalmente Polonia ha sido el principal suministrador de leche concentrada y nata, si bien su papel se ha venido reduciendo año tras año.

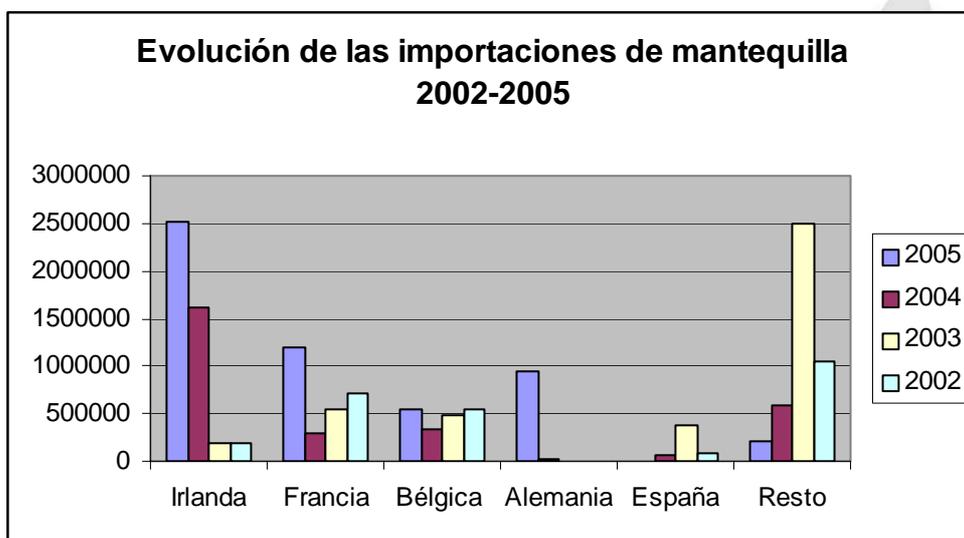
Francia se posiciona como el segundo más importante pero es destacable la irrupción de EEUU durante el ejercicio pasado tras unas cifras casi testimoniales anteriormente.

-Mantequilla (040510)



A tenor del gráfico expuesto, podemos comprobar cómo las importaciones de mantequilla proceden en su totalidad de Europa, ocupando Irlanda la primera posición como suministrador, seguida a gran distancia por Francia. Alemania se consolida como tercera fuente de procedencia de las importaciones.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

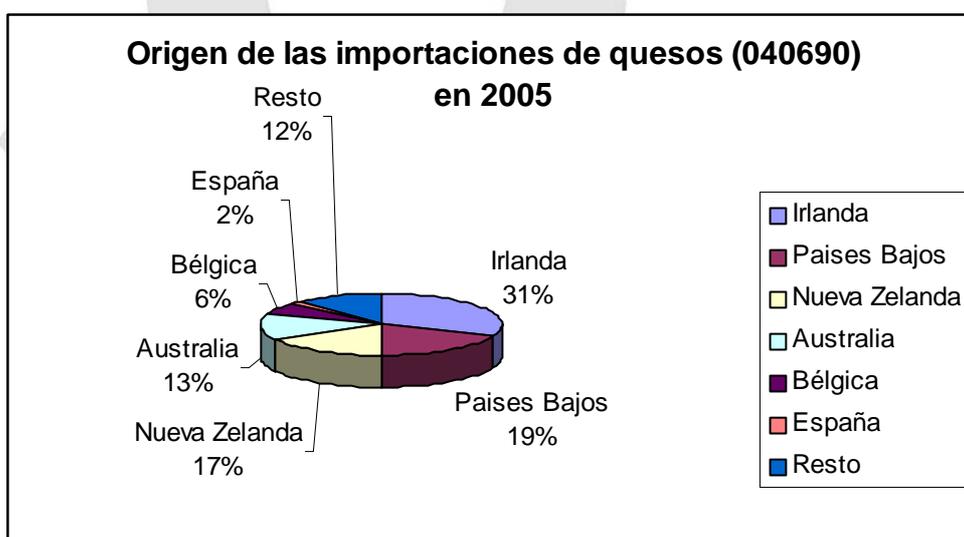


Del gráfico expuesto, deducimos la fuerte presencia de los productos procedentes de Irlanda, que se posiciona en los últimos ejercicios como principal suministrador. Observamos también cómo Francia consigue mantenerse en segunda posición, en tanto que Bélgica pierde cuota.

El papel de España como suministrador cae en importancia en el último ejercicio.

Podemos concluir que cada ejercicio hay menos diversidad en cuanto a la procedencia de las importaciones, como podemos observar de la columna “resto”.

-Quesos y Requesón (040690).

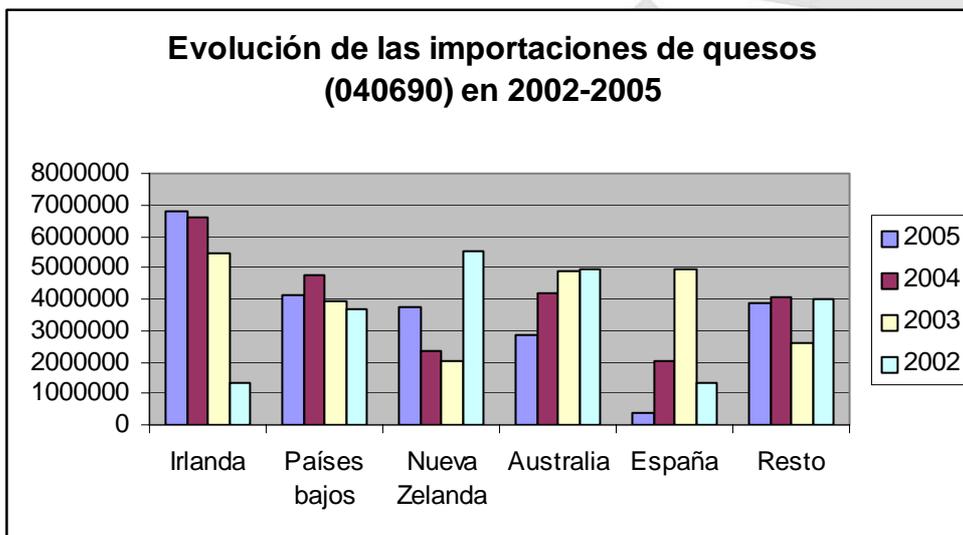


EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Nueva mente Irlanda se perfila como principal suministrador del mercado argelino, con un 31% de la cuota total, y seguido muy a gran distancia de los Países Bajos.

Pese a la lejanía del mercado, Nueva Zelanda se posiciona como tercer suministrador de quesos a Argelia.

España con un tímido 2% del total está aún lejos de ser suministrador principal.



A tenor del gráfico expuesto, Irlanda se consolida como el origen principal de las importaciones de la partida que nos ocupa, con especial crecimiento a partir del ejercicio 2003.

Los Países Bajos se posicionan en segundo lugar, y llama la atención el hecho de que las importaciones procedentes de Oceanía ocupan un lugar destacado pese a la lejanía.

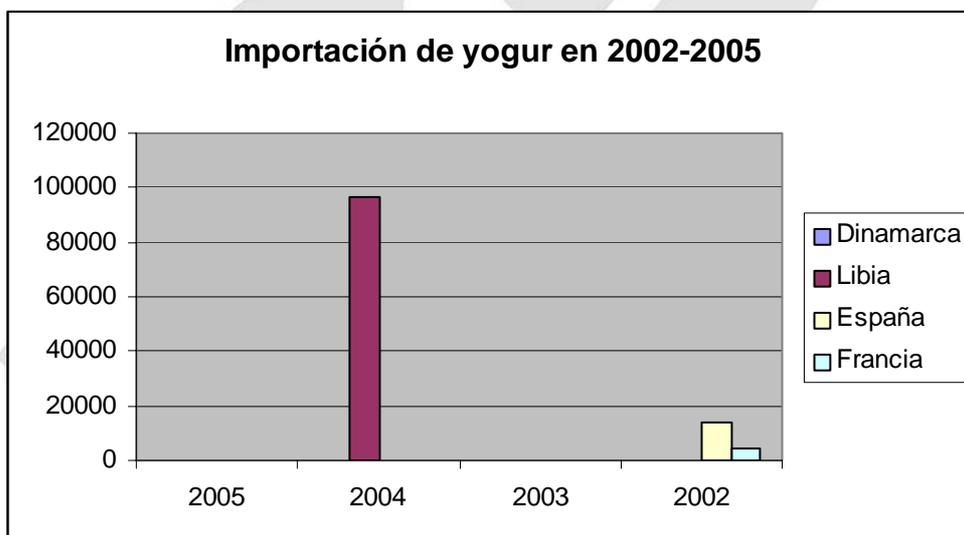
Los entradas desde España conocen un acusado descenso desde 2003.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

-Yogures y natillas (040310).



Las importaciones de yogur en 2005, no fueron muy notorias. Estas procedieron al 100% de Dinamarca.

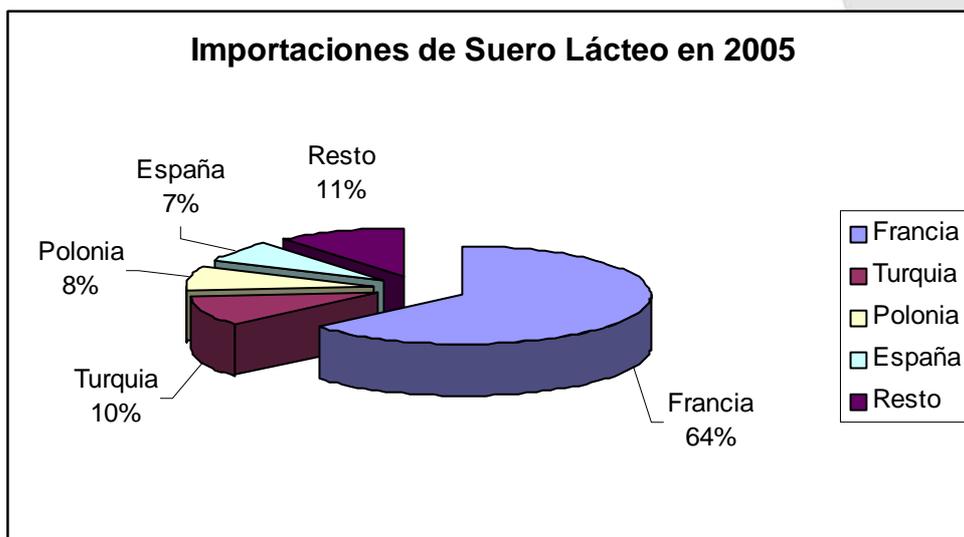


Como consecuencia del gráfico expuesto, podemos deducir que las importaciones de yogur no tienen un origen claro, pues dependiendo del ejercicio de que se trate proceden de un país u otro, existiendo gran irregularidad en cuanto a las cifras, tanto de importación total como de origen de la misma.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN ARGELIA

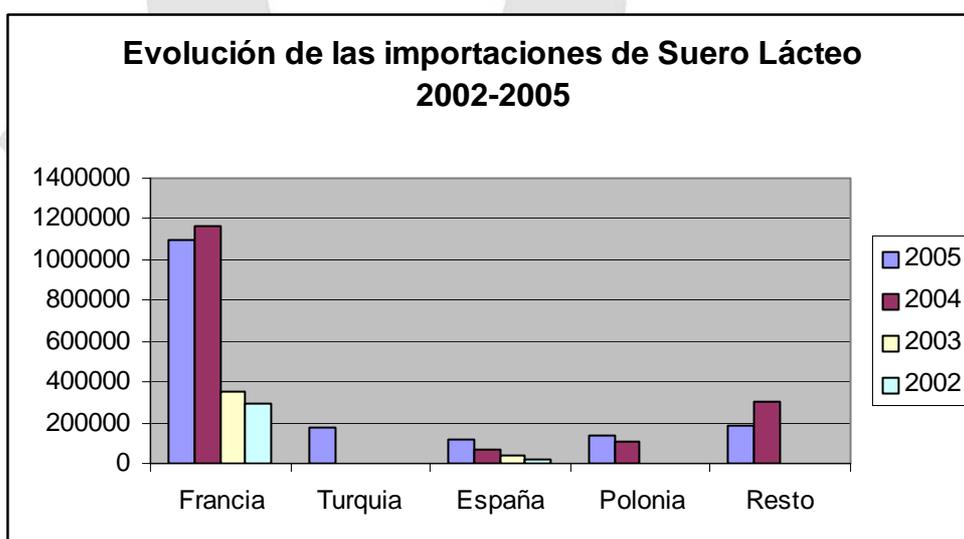
Así Francia o España, presentaron cifras reseñables en 2002, pero durante el ejercicio siguiente no aparecen como proveedores. En cambio Libia, fue proveedor único en 2004 para no exportar en 2005.

-lactosuero (040410).



Como casi para todos los productos lácteos, Francia sigue siendo el principal suministrador de Suero, seguido pero ya a mucha distancia de Turquía.

Durante el ejercicio pasado, España también tuvo una presencia notable, con un 7% de cuota.



EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

A tenor de este gráfico, podemos observar cómo Francia sigue siendo el suministrador principal de suero, adquiriendo más importancia en los últimos ejercicios. El papel de España sigue siendo testimonial.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

En cuanto a las zonas de producción, encontramos tres zonas netamente diferenciadas, por las condiciones del medio, principalmente en cuanto al clima.

- en primer lugar, una zona litoral y sub-litoral, con clima húmedo y semi-húmedo.
- una segunda zona, más alejada de la costa, y con clima algo más seco.
- la zona sahariana.

La producción de lácteos se concentra esencialmente en la zona litoral, que es donde se encuentran la mayoría de explotaciones ganaderas. Esta zona representa el 60% del efectivo bovino lechero y el 63% de la producción de leche cruda.

La tasa de crecimiento anual de producción de leche es relativamente débil, habida cuenta del potencial de las cuencas lecheras y del impulso de la demanda de leche y lácteos, que no para de aumentar, en relación con el apoyo del estado a los precios de consumo de la leche.

Tantos %

Indicadores	Zona 1	Zona 2	Zona 3
Superficie	60,9	31,8	7,3
Efectivo de vacas	60	26	14
Producción de leche	63	26	11
Recogida de leche	65	30	5
Centros de recogida	57	27	16
Lecherías	64	20	16
Capacidad de transformación	77	22	1

Podemos comprobar como la denominada “zona 1”, la más próxima al litoral, y también la más poblada es la que cuenta con mayores efectivos de vacas lecheras (el 60% del total), y la que concentra el grueso de la producción.

La política emprendida por el Ministerio de Agricultura hace unos años gracias al PNDA, ha conseguido mejoras notables, tanto a nivel de producción, como en cuanto a la recogida.

Si el consumo de todos tipos de leche se estima en 3.000 millones de leche al año, la producción ha conocido un gran aumento, llegando a cubrir los dos tercios de las necesidades totales. En el año 2004, la producción ascendió a 1.900 millones de litros.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

La leche fresca consumida se produce principalmente por 3 tipos de ganado (bovino, ovino y caprino), y de manera accesorio, leche de camello, aunque la producción de esta variedad queda reducida a la zona sahariana.

Habida cuenta de la estabilidad relativa de la cabaña ovina y caprina, la evolución de la producción lechera resulta del crecimiento de la producción del bovino.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Obstáculos comerciales Normas arancelarias , equivalencia normas argelinas- normas europeas.Partida Arancelaria	Norma Argelina	Título	Norma Internacional
040130 leche y crema de leche	NA 2692	Leche y leches especiales destinadas al consumo humano.	ORLAC
	NA 15002	Detección de antibióticos o sulfamidas en leche destinada a consumo humano.	J.O.R.F. 1983
	NA 5950	Muestreo. Control de medidas.	ISO 8197: 1988
	NA 5947	Determinación del contenido en amoníaco	NF V 01-217:1992
	NA 5935	Determinación de las trazas blancas	ISO 11865:1995
	NA 5934	Determinación del extracto seco	NF V04-371: 1994
	NA 5933	Leche en conserva.	NF V 04:015:1984
040210 leche concentrada y nata, en polvo	NA 689	Leche y crema de leche concentrada y no azucarada.	NF V 04-367
	NA 15005	Leche en polvo, determinación del contenido de Nitratos y Nitritos.	NBN V 021-28
040510 Mantequilla	NA 1303	Determinación de la acidez de la materia grasa	NF V 04-312

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	NA 1623	Determinación del contenido en sal	NF V 03-314:1985
	NA 1748	Índice de refracción de la materia grasa	ISO 1739
	NA 1930	Determinación del fase acuosa	NF V 04-316
04069020 Queso y requesón	NA 1309	Determinación del contenido en Nitratos y Nitritos	ISO 2962: 1984
	NA 1129	Determinación del contenido en ácido cítrico	NF V 04-285
	NA 1130	Determinación del extracto seco	ISO 5534:1985
	NA 1131	Determinación del contenido de materia grasa	NF V 04-286:1988
	NA 1622	Determinación de la tenencia en Nitratos y Nitritos	NF V 04-290: 1985
	NA 1624	Determinación del contenido en lo cítrico	ISO 2963:1974
	NA 1625	Determinación del contenido en cloruros	ISO 5943:1988
	NA 1933	Determinación del contenido en materia grasa	NF V 04-287

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	NA 2705	Determinación del Contenido en materia grasa	ISO 1854:1987
	NA 2706	Determinación de materia grasa,	ISO 3433:1975
	NA 2707	do Van Gulik	
	NA 2708	determinación de actividad fosfatásica de quesos pasteurizados	FIL 53: 1969
	NA 2709	Determinación del contenido en lactosa de los quesos fundidos	FIL 43:1967
		Determinación del contenido en proteínas	FIL 25:1964
040310 Yogures y Natillas	NA 5928	Yogur y Yogur azucarado	A11a: 1975
	NA 5929	Yogur aromatizado y productos tratados térmicamente	STAN A-11 B: 1976
040410 Suero Lácteo	NA 5930	Mantequilla y mantequilla de lactoserum	STAN A1: 1971

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	NA 5931	Norma general a s quesos de lactose rum	STA A-1971
	NA 2695	Método para la determinación de- los gérmenes en leche en polvo y lactoserum	FIL 49:1970
	NA 2697	Determinación de los coliformes en lactosérum	FIL 64:1971

-Requisitos medioambientales del producto.

La preocupación por el medio ambiente es de reciente aparición en Argelia, no hay normas específicas para el producto que nos ocupa, ya que por su naturaleza, y al tratarse de productos agroalimentarios, no son contaminantes.

En general, podemos afirmar que si un producto cumple las normas medioambientales europeas, cumple también la normativa argelina respectiva.

En todo caso, se empieza a tener más conciencia ecológica y conviene respetar la normativa medioambiental en cuanto a los residuos de las instalaciones agrícolas y ganaderas.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Código	Descripción	Arancel	TTVA	DAP
040130	Leche y crema de leche	30%	0%	12%
040210	Leche concentrada y nata, en polvo	5%	0	0
040510	Mantequilla	30%	17%	12%
04069020	Queso y requesón	30%	17%	0%
040310	Yogures y natillas	30%	17%	12%
040410	Suero Lácteo	15%	17%	0%

-Droit Additionnel Provisoire , es un derecho de aduanas introducido hace 6 años para preservar la producción industrial argelina , ante la llegada de nuevos productos industriales extranjeros. Existen unas 588 partidas sujetas a este DAP, consistente en un 48 % del valor en aduana de estas mercancías.

Decir que este arancel provisional se irá desmantelando poco a poco, debido a su provisionalidad, y se espera que desaparezca totalmente en 2006.

TTVA: es el equivalente a nuestro IVA, y se aplica tanto a los productos locales como a los importados. La entrada en vigor de la ley 2000-06 de 23 de Diciembre de 2000 simplifica los tipos reduciéndolos a 2 : 7% y 17%.

La exención (o tipo 0%) se aplica a los productos cárnicos , farmacéuticos y lácteos; el 7% a productos alimenticios no elaborados, maderas y papel, libros, combustibles, turbinas, generadores, maquinaria para leche, radares, y colecciones de piezas de montaje de vehículos. El tipo restante, el 17%, se aplica a la inmensa mayoría del resto de productos.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

TIPO IVA	Nº POSICIONES ARRANCELARIAS	% SOBRE EL TOTAL
0%	59	0,98827471
7%	275	4,60636516
17%	5636	94,4053601
Total	5970	100

-Droits de Douane (aranceles): la ley de 2002 , introduce 3 tramos arancelarios ad valorem, sobre la base CIF : 5%(Materias, bienes de equipo y productos de primera necesidad), 15%(para bienes intermedios y productos semi-manufacturados) 30% para productos terminados. Estos tres tipos sustituyen a los anteriores de 40%,25%,15% y 5%.

Así, desde 1992, más de 2000 productos han visto pasar sus aranceles desde el 40 al 30%, como es el caso del mobiliarios, calzado, textil, confección, pastas, frutas, quesos, así como algunos electrodomésticos.

De igual modo, se ha producido un incremento en algunos productos como el azúcar, aceites para el consumo, y legumbres, jabones, piezas y componentes del automóvil, que pasan del 15 al 30%.

-Medios de pago y contratos comerciales

El uso de moneda fiduciaria y los pagos en metálico son la forma más extendida en Argelia, al tratarse de una economía muy poco bancarizada, y por lo obsoleto del sistema bancario nacional.

El uso de las tarjetas de crédito/ débito tampoco es muy corriente.

En cuanto al comercio internacional ,en virtud del reglamento 95-07 de 1995, la venta en divisas en el territorio argelino está totalmente prohibida, con las excepciones recogidas por el Banco de Argelia.

Así, todas las formas de importación y exportación se deben de domiciliar en un banco . en Argelia sigue habiendo restricciones a la libre circulación de capitales, por lo que la transferencias requieren la previa presentación de la documentación requerida.

Los 3 medios de pago referidos a la importación son:

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

-remesa documentaria, las operaciones deberán , necesariamente pasar por el circuito bancario internacional, conforme a las reglas de la Cámara de Comercio Internacional (CCI),

-crédito documentario , se rige por las reglas de la CCI.

Esta es la única figura que ofrece verdadera garantía, pues los bancos argelinos abren cartas de crédito desde hace ya varios años.

Sin embargo, esta fórmula es la más cara (en torno al 3% del montante de la factura), pero es la que más garantías ofrece en cuanto al cobro.

Se puede recurrir a su vez al crédito documentario mixto, en el que un porcentaje (generalmente el 20%) se gira mediante transferencia libre y el resto se cubre por el crédito documentario.

De esta manera, tanto el importador como el exportador quedan contentos , al realizarse la transferencia una vez verificado el estado de la mercancía, reservándose el derecho de no hacer el pago de no estar conforme con su estado.

-transferencia libre, para que sea autorizada, el importador deberá abrir un expediente de domiciliación de pago en cualquiera de las entidades autorizadas. Para poder abrir dicho expediente, el importador deberá entregar todos los documentos de importación de la mercancía. La apertura de este expediente quedará reflejada en la factura mediante un sello bancario. Una vez abierto el expediente de domiciliación, el importador deberá realizar una declaración aduanera, recibiendo posteriormente el justificante de haber abonado los gravámenes a la importación.

Una vez que tenga en su poder la declaración D10, y el justificante de haber pagado los derechos de importación, podrá solicitar a su banco la transferencia de fondos para el pago de esta importación. Con este paso se cierra el dossier de la importación.

ANÁLISIS DEL COMERCIO

3. ANÁLISIS CUANTITATIVO

3.1. Canales de distribución

Para entrar en el mercado argelino, principalmente encontramos dos vías, que son el agente y el distribuidor.

-agente comercial: el agente es aquella persona encargada de realizar gestiones en nombre de otra persona, no obligándose en nombre propio, ni teniendo más capacidad de obrar que la establecida expresamente por la persona a quien representa.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Es la vía de entrada más habitual en el sector alimentario, y además, su coste es inferior al que supone un distribuidor. Los agentes no suelen ofrecer un servicio postventa, pero por la particularidad de nuestro producto, a priori tampoco parece muy necesario este extremo.

-distribuidor, supone vender el producto a una empresa argelina, que va a ser la encargada de hacerlo llegar al consumidor final. Es decir, con respecto a nosotros, el distribuidor sería un mero cliente, que compra nuestra mercancía y luego la revende, siendo el margen entre el precio al que compra y su posterior venta el beneficio que obtiene.

No es una vía muy habitual, pero sí en el caso de los productos agroalimentarios de mayor consumo. Ofrecen servicio postventa, lo cual por las particularidades del producto no es muy relevante, pero el perjuicio es que no conocemos quién es el consumidor final del producto.

-filial comercial en destino, no es un medio muy utilizado; además exige un conocimiento profundo del mercado, y una experiencia previa en el mismo. Por lo tanto, son principalmente las multinacionales las que se decantan por esta vía de entrada al mercado.

Es necesario tener en cuenta el contenido de la Ordenanza 05-05 de 25 de Julio de 2005, que estipula que en la importación de materias primas, productos y mercancías destinados a la reventa en el Estado, sólo se pueden llevar a cabo por sociedades cuyo capital social sea igual o superior a 20 millones de dinares.

3.2. Esquema de la distribución

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Como esquema general para una primera prospección ,o acercamiento al mercado, podemos señalar que los distribuidores dividen el mercado argelino en 4 grandes zonas, que se corresponden con la división más general del territorio.

Así en primer lugar , en el norte destacamos una zona central, que bascula en torno a la capital, que es donde se concentran los principales núcleos industriales.

Una segunda zona al este, hacia la frontera con Túnez, donde se destacan los grandes núcleos urbanos de Annaba y Constantina.

En tercer lugar, y siempre dentro del norte del país, en la zona litoral, el oeste, que tiene como principal núcleo urbano de referencia Orán, y por último el sur, que es donde se encuentran los principales yacimientos de gas y petróleo (Ghardaia, Hassi Messaoud – principal pozo petrolífero-, Tamanrasset, Timi Moun).

3.3. Principales distribuidores

GIPLAIT se presenta como el principal distribuidor del sector de lácteos en Argelia , con un total de 19 centros de producción en todo el país, 120 lecherías repartidas por toda la geografía nacional, con una capacidad de producción de 1.400 millones de litros anuales.

Además, cuenta con una quesería en construcción en la zona de Orán.

Su capital social es de 2500 millones de DA.

Se creó en el año 1998, como resultado de la fusión de OROLAIT, ORELAIT Y ORLAC, y es el primer grupo industrial nacional de lácteos.

Copa el 55% del mercado nacional, y se trata de un grupo estatal de producción y distribución. Emplea a más de 4000 trabajadores (más de 500 sólo en Argel).

No obstante, el grupo se encuentra en este momento en curso de reestructuración y adaptación a la apertura del mercado, y se encuentra inmersa en un proceso de reformas económicas conducentes al partenariado con empresas extranjeras. A este respecto, los representantes de los trabajadores, tomaron la decisión en Diciembre pasado de poner a disposición de los trabajadores las acciones de la empresa, con el objeto de poner freno a cualquier privatización que no tuviera en cuenta los puestos de trabajo.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Como consecuencia, el grupo francés Lactalis, ha retirado la oferta que había presentado para formar parte activa de 12 de las filiales del grupo, al tener que hacer frente a las peticiones de los trabajadores.

El grupo tiene 19 fábricas y una central de compras, estructurado de la manera siguiente.

REGIÓN ESTE	REGIÓN CENTRO	REGIÓN OESTE
-filial Edough /Annaba	-filial de Birkhadem/Argel	-filial CLO Oran
-filial Numidia/Constantina	-filial de Bou-	-filial el Mansourah Tlemcen
-filial Aurès /Batna	douaou/Boumerdes	-filial de Tessala, Sidi Bel
-filial Tell/Sétif	-filial de Draa Ben Khedda/ Tizi Ouzou	Abbès
	-filial de Beni Tamou/ Blida	-filial de Sidi khaled/Tiaret
	-filial des Arribs/ Ain-Defla	-filial El Emir/Mascara
	-filial d'Amizour/Bejaia	-filial del Sahel/ Mostaganem
	-filial de « trading » Milk Trade	-filial La Source,/Saïda
		-filial Sud lait/Bechar
		-filial Sidi Saada/Relizane
		-projet Es Sénia

Además cuenta con una sociedad de «trading » encargada de las importaciones, con el objeto de garantizar el abastecimiento de materias primas de sus centrales lecheras.

Además cuenta con otra fábrica en construcción y 2 centros frigoríficos, uno en Adrar y otro en Tindouf.

La producción se extiende tanto a la leche fresca, entera y desnatada, como a la leche en polvo (en los mismos formatos), yogures, quesos, mantequilla, postres lácteos, pasta fresca, queso fundido , nata, y en general todos los lácteos.

4. ANÁLISIS CUALITATIVO

4.1. Estrategias de canal

Para comenzar a exportar en Argelia, es recomendable utilizar la figura de los consorcios de exportación, figura mediante la cual varias empresas que se dedican a un mismo sector, pero que no son competidoras entre sí, se ponen de acuerdo para crear una filial comercial en destino.

Se trata de una figura muy recomendada para empresas pequeñas o con poca experiencia en el tema, pues la unión de las fuerzas crea sinergias.

Si lo que se elige como forma de entrada es la figura del distribuidor, es muy recomendable cerciorarse a priori de su solvencia financiera, pues el grado de informalidad es muy alto, y el riesgo país (aunque ha mejorado recientemente según COFACE, pasando de la categoría B a la A4), sigue siendo elevado, siendo casi de obligado cumplimiento asegurarse el pago mediante fórmulas como el crédito documentario.

La creación de una Joint Venture –mediante la cual dos empresas se unen en capital y riesgo para realizar un proyecto entre las dos- en Argelia es algo que todavía está muy verde, y de la misma forma se desaconsejan otras fórmulas como el “Piggy-back” (o el uso de las redes de distribución de una empresa a cambio del pago de un canon), hasta que el mercado esté un poco más maduro.

En este momento, el principal productor y distribuidor, GIPLAIT, está buscando formas de partenariado con empresas extranjeras, ante la apertura del mercado argelino a la inversión exterior.

4.2. Estrategias para el contacto comercial

Hay que contactar con los distribuidores adecuados al efecto de poder llevar a cabo una buena entrada en el mercado.

Hemos de tener en cuenta que Argelia es el primer importador mundial de leche en polvo, pero en cuanto a la producción de otros lácteos, como yogures, estos utilizan leche fresca para su elaboración.

No debemos olvidar que Argelia es un país peculiar tanto por su influencia francesa, ya que fue colonia hasta el año 1962, como por el hecho de ser un país musulmán.

A este respecto, señalar que algunos usos son muy europeos, con lo cual la negociación no planteará mayores problemas, siempre teniendo en cuenta pequeños detalles propios de la cultura musulmana, como no pedir alcohol en una comida de trabajo si nuestro homólogo no lo hace o las normas de cortesía hacia las mujeres con velo (no estrechar la mano si no lo hacen ellas primero).

Es recomendable mantener un trato más o menos continuado en el tiempo, pues los argelinos valoran mucho las atenciones personales también en los negocios. Una carta o una llamada de felicitación o de cortesía de vez en cuando siempre es bien recibida.

Contar con una oficina de representación permanente en el país siempre será una gran ventaja, a la vez que denota interés por el mercado y continuidad con el negocio.

Tener siempre bastante claro que antes de “vender” en el mercado argelino, serán necesarios hacer varios viajes de prospección, y que la noción del tiempo es distinta en Argelia de Europa Occidental.

Durante las épocas de verano y Ramadán, la actividad se relaja, y no son buenas fechas para los contratos comerciales.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

4.3. Condiciones de acceso

El mercado argelino no presenta unas condiciones de acceso demasiado diferentes de las que podamos encontrar en el mercado europeo.

En estos momentos, la economía y la sociedad argelinas están en un proceso acelerado de cambios, como consecuencia del inminente ingreso de Argelia en la OMC, y de la reciente firma del acuerdo de libre comercio con la UE.

Si a ello le añadimos el proceso de privatizaciones al que acudimos, encontramos el caldo de cultivo para situarnos frente a un mercado con muchas posibilidades para el producto español, con la ventaja de la cercanía geográfica.

Debemos de estar muy atentos a las importaciones de lácteos, sobre todo de las procedentes de Francia, país que debido a los fuertes lazos tanto culturales como históricos se presenta como un proveedor de gran importancia, sin perder tampoco de vista las procedentes de países tan lejanos como Australia o Nueva Zelanda, que pese a la lejanía, son suministradores de gran importancia, sobre todo en lo referente a los quesos y requesones.

Si se cumple con la normativa europea, no se tendrán problemas legales para penetrar en este mercado.

4.4. Condiciones de suministro

El importador, para operar en Argelia, debe estar inscrito en el Registro de Comercio, y tener domiciliación bancaria.

Para el pago, se recomienda recurrir al crédito documentario irrevocable, debido a la alta tasa de impagos que todavía se registra, especialmente si se trata de una relación comercial no consolidada. Destacar que la Agencia Francesa de Seguro de Crédito a la Exportación (COFACE) ha rebajado recientemente –Diciembre de 2005- el riesgo país de Argelia desde un nivel B hasta el A4.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

La Remesa Documentaria también puede ser una buena opción en el marco de relaciones comerciales de confianza.

Con el objeto de agilizar la importación y la venta, es recomendable y de agradecer por parte de los clientes argelinos, la creación de una oficina permanente de representación.

Para ello, es necesario el envío de la solicitud al Ministerio de Comercio, depositar una fianza de 20.000 dólares y el pago de 100.000 dinares argelinos en concepto de derechos de inscripción registral.

4.5. Promoción y publicidad

Dadas las características de nuestro producto, para darlo a conocer al gran público se admita la publicidad en televisión para la promoción de nuestra marca, con el objeto de darla a conocer al consumidor final.

En cuanto a las relaciones personales, es de sobra conocido que en Argelia cobran gran importancia, con lo que el contacto periódico es vital, así como los frecuentes desplazamientos a ferias, encuentros empresariales, misiones, etc...

Es recomendable también el empleo de folletos, revistas, y publicaciones especializadas.

En este momento se observa el aumento del uso de Internet, aunque su grado de utilización es aún bastante más bajo que en Europa; La red también puede ser una vía de entrada, aunque no es recomendable que sea la única, pues aún no está al alcance de todo el mundo.

4.6. Tendencias de la distribución

El sector que nos ocupa en Argelia, está dominado por la gran empresa Giplait, de titularidad pública, pero cuya privatización no está muy lejos, y que cuenta con 19 filiales de producción, que fabrican el 60% del consumo total de leche pasteurizada, y además por un sector privado que comienza a despuntar ahora, y que cuenta con 120 plantas repartidas por el país, pero sobre todo cerca de la zona norte costera, que es la más poblada.

Estas plantas privadas trabajan también casi en su totalidad con materias primas importadas (especialmente leche en polvo).

No obstante, se están abriendo paso en el mercado empresas extranjeras, especialmente francesas, como BEL, SODIAAL Y DANONE, que en Argelia comercializa sus productos con la argelina Djurjura.

La distribución de la leche y de los productos lácteos en este momento es muy simple, y se realiza a partir de las unidades de producción, a los comerciantes detallistas en camiones frigoríficos.

Los detallistas que se encargan de la venta de los lácteos, cuentan con equipos de frío para la conservación de los productos.

Los precios de la leche están regulados, así el precio de un litro de leche pasteurizada en bolsa es de 25 dinares. Este precio está subvencionado por el estado, para salvar la diferencia entre el precio de producción y el de venta. Por otra parte, la leche UHT y derivados lácteos sí tienen un precio libre.

La presentación de los productos lácteos varía según el producto, pero de manera general es la siguiente:

Leche pasteurizada	Bolsa de plástico de 1 litro
Leche UHT	Tetra brick de 1 litro
Queso de pasta blanda	Caja de cartón, generalmente redonda

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Queso fundido	Caja de cartón de 8 ó 16 porciones
Yogures, postres	Formas variadas de plástico
Mantequilla	Granel y pastillas de 250 gramos, recubiertas con papel de aluminio.
Nata	Cajas de cartón y plástico en diferentes volúmenes
Crema helada	Cucuruchos, botes de plástico de formas y volúmenes variables.
Leche en polvo	Cajas de cartón de 500 gramos y 1 kilo, cajas metálicas de diferentes tamaños, y bolsas.

A continuación, mostramos una tabla con los precios aproximados de los productos, con los formatos que podemos encontrar.

Producto	Precio constatado
Leche fresca o reconstituida	25 dinares la bolsa de 1 litro
Leche en polvo de importación	125-170 dinares la lata de 500 gramos
Leche UHT	50 dinares la lata de 1 litro
Yogur natural envasado	12 dinares
Yogur con frutas envasado	20 dinares
Queso blanco	330 dinares/ kilo
Leche fermentada	50 dinares/ litro
Queso de pasta blanda	650 dinares/ kilo
Helados	120-280 dinares/ kilo

III. ANÁLISIS DE LA DEMANDA (Agro+Consumo+Servicios)

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

La población argelina ascendía a mediados de 2005 a 32.531.000 habitantes.

La tendencia que se conoce actualmente en el crecimiento de la población es claramente a la baja; así el crecimiento demográfico que durante los años 1971-1975 fue del orden del 3,14% ha pasado a ser del 1,46% durante 1999-2001 y 1,22% en 2005.

Se han producido también otros cambios, como el aumento de la esperanza de vida más de 20 años, en esta última treintena, alcanzando los 71,45 años en el caso de los hombres y los 74,63 en el de las mujeres.

La tasa de mortalidad infantil, que pasaba del 15% en 1970, se sitúa en el 3,5% en 2005.

La tasa de fecundidad también ha conocido un más que acusado descenso, debido a la expansión de las técnicas de contracepción y el descenso de la tasa de nupcialidad.

Así de cifras tan elevadas como los 8,3 niños por mujer de 1970, se pasó a los 2,54 de finales de los 90 y 1,92 en 2005.

Esta transición en los indicadores demográficos, nos lleva a unas proyecciones de población de alrededor de los 40 millones en el horizonte del año 2020.

De la población argelina, se puede decir que es eminentemente joven, pues la edad media se sitúa en 24,36 años,.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

El 29% de la población era menor de 14 años en 2005; entre 15 y 64 años se encuentra el 66,3% del total y mayores de 65 años sólo lo es el 4,7% de la población.

Como consecuencia de ello , encontramos una gran cantidad de jóvenes que se incorporan cada año al mercado laboral, que no es capaz de absorber tal presión demográfica, con lo cual nos encontramos con unas cifras de desempleo en torno al 25% de la población activa, con los problemas de exclusión social que ello plantea.

Sin embargo, el factor más preocupante es el gran desequilibrio en el reparto espacial de la población, puesto que el litoral concentra más del 40% de esta población.

Unos 13 millones de personas viven en la franja costera , que cubre un total de menos del 5% del territorio, dando lugar a una densidad de unos 245 habitantes por kilómetro cuadrado, que desciende a menos de 1 en las regiones del gran sur, frente a una media nacional de 13 habitantes por kilómetro cuadrado.

Otra tendencia preocupante es el crecimiento incontrolado de la población urbana , que representaba menos del 12% en 1960, y que supone ya más del 65%, multiplicándose por 11 en el curso de los últimos 4 decenios.

El país se encuentra dividido en 48 wilayas (provincias), 121 centros urbanos, 68 semi urbanos y 58 semi urbanos potenciales.

Las principales ciudades se encuentran en el norte y la meseta pre-litoral, destacando sobre todas Argel, la capital, Orán, Constantina , Annaba , Sétif, Tlemcen, Skikda, Béjaia, Tizi Ouzou, Jijel, Ghardaia, El Oued y Tamanrasset.

El árabe es la lengua oficial, y el bereber es lengua nacional desde 2002, muy extendido a través de sus dialectos regionales;

El francés, es hablado de manera corriente, y es sobre todo la lengua de los negocios, y la economía.

La mayoría de argelinos es musulmán sunnita, y la constitución ha consagrado al Islam como la religión del estado , aunque se ha consagrado la libertad de culto y la tolerancia religiosa es real en la sociedad.

La población es en su mayoría monógama, aunque la poligamia se permita por la ley coránica y las disposiciones del derecho argelino.

1.2. Factores económicos

Después de alcanzar la independencia de manera dolorosa, los argelinos se tuvieron que poner manos a la obra para transformar las estructuras sociales y económicas del país heredadas de la colonización.

Lo primero era romper con la estructura económica y social heredada de la colonización. Hacía falta consolidar el estado para darle medios para proceder a la transformación económica.

Entre las prioridades se encontraban, nacionalizar los hidrocarburos, empresas industriales y el sector bancario.

También era prioritaria la creación de una moneda nacional y establece un control de cambios y del comercio exterior. Surgirá así un sistema de planificación, que desde 1969 será la base de los planes de desarrollo.

La constitución de una industria básica, la reforma agraria y la independencia del exterior, serán los 3 puntos alrededor de los cuales pivotarán todas las acciones económicas.

En la actualidad, los movimientos hacia la liberalización económica confieren un carácter irrevocable a la integración progresiva de Argelia en la economía mundial.

La tasa de crecimiento ha conocido una mejora constante estos últimos años, pasando del 2,1% en 2001 al 6,8% en 2003 con una tasa media de crecimiento del 5,6% durante el periodo 2002-2004, y según las previsiones, el crecimiento se mantendrá en torno al 5,3% para el quinquenio 2005-2009, en tanto que el paro descenderá 1,5% cada año.

El sector de los hidrocarburos (98% de los ingresos por exportación) constituye el 48% del valor añadido (28% de la riqueza nacional), por delante de un sector agrícola que crece a un ritmo del 17%.

La política presupuestaria emprendida a partir de 2001, permitió una diversificación de las fuentes de crecimiento. Así, el valor añadido de los servicios ha crecido más de un 60% en 5 años, y el de las obras públicas más de un 40%.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

La situación de bonanza económica actual , constituye una oportunidad para los poderes públicos de acelerar el proceso de relance y apoyo del crecimiento mediante la financiación de proyectos de desarrollo y la puesta en práctica de reformas económicas.

A este respecto, para el quinquenio 2005-2009, se ha fijado un plan de relance económico, que va a destinar al apoyo al crecimiento la nada desdeñable cantidad de 50.000 millones de dólares.

Además, en enero de 2004 se estableció el salario mínimo interprofesional en la cantidad de 10.000 dinares, -aumento del 25% con respecto al anterior-.

En cuanto a las empresas estatales, destacar que en Argelia, se está conociendo en estos momentos una privatización de muchas empresas que en otro momento eran públicas, con la entrada en juego de capital extranjero.

Desde 2005, el déficit de las empresas públicas será incluido en los presupuestos, y no dejados a cargo de los bancos públicos como hasta el momento.

A modo de resumen, podemos concluir que Argelia conoce hoy una coyuntura muy favorable que le permita lanzar importantes programas de inversión pública y apoyo al crecimiento.

Sin embargo, este apoyo al crecimiento, es esencialmente financiado por el recurso petrolífero, lo que constituye un modelo de desarrollo muy vulnerable a largo tiempo.

Con un 48% de riqueza creada, el sector de los hidrocarburos constituye la principal fuente de divisas de la economía.

La buena marcha de los indicadores macroeconómicos, no debe enmascarar la estructura exportadora de la economía, basada en un solo producto, y la necesidad de llevar a cabo las reformas indispensables para modificar la estructura de la economía.

1.3. Distribución de la renta disponible

Al tratarse de productos básicos de consumo, no es la renta un factor determinante a la hora de elegir un producto u otro; si acaso puede tener su importancia en el momento de elegir entre el producto de marca nacional y otro de importación, que por lo general son más caros.

La ausencia de una visión nacional del desarrollo económico, es la principal característica de la situación socioeconómica de Argelia. Con una población analfabeta de más de 7 millones , y con gran parte de población que no tiene acceso al agua corriente , y con un exceso déficit en las comunicaciones.

Actualmente, Argelia ocupa el puesto número 117 en cuanto al índice de desarrollo humano,(a principios de los 90 llegó a ocupar el puesto 82) bastante por detrás de sus vecinos Libia y Túnez , también en vías de desarrollo, con una economía basada casi en exclusividad en la explotación de los hidrocarburos.

Se observa un reparto muy desigual de la riqueza, ya que el 20% más pobre de la población, detenta un 3% del total de la riqueza, en tanto que la misma proporción de población más rica, cuenta con casi la mitad de los recursos; como dato señalar que casi un 10% del total de la población cuenta con menos de un dólar diario para vivir, y un 12% del total, sufre malnutrición, cuando las entradas son 12.000 millones de dólares diarios.

La diferencia se puede apreciar más en las grandes ciudades, donde conviven barrios de apariencia acomodada con zonas degradadas donde el paro (alrededor del 25% en el país) y la delincuencia hacen estragos.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

1.4. Tendencias sociopolíticas

Durante la década de los 90, el país estuvo sacudido por el terrorismo islamista, que lo mantuvo al borde de una guerra civil , y que tuvo como consecuencia más de 150.000 muertos.

Afortunadamente, desde la llegada al poder del actual presidente, Abdelaziz Bouteflika en 1999 el país conoce de nuevo la estabilidad política y macroeconómica, así como una notable mejoría en la seguridad general, con el comienzo de reformas en todos los sectores dispuestas a situar a Argelia en todos los foros internacionales (Acuerdo de asociación con la UE, inminente entrada en la OMC..).

Desde la reelección del presidente en abril de 2004, en un clima de normalidad democrática, induce a pensar que estas reformas y la estabilidad del país van a continuar.

El 29 de septiembre de 2005, se celebró el Referendum para la Conciliación nacional, para llevar a cabo la aprobación de la ley de punto final , para acabar con el enfrentamiento entre grupos islámicos y paramilitares, que sometieron al país a una cruenta guerra civil, y que tendrá como fruto la suspensión de los juicios contra islamistas que hayan optado por deponer las armas.

1.5. Tendencias culturales

En la actualidad, el país vive en una dualidad entre quienes siguen los preceptos del Corán, y cuya vida está influenciada por al religión, y aquellos que miran hacia la civilización occidental, con gran peso de la cultura francesa.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Como consecuencia de los acontecimientos vividos recientemente, podemos afirmar que la sociedad ha sufrido una involución hacia una forma de vida más influenciada por la religión.

El 99% de la población es musulmana, y el 1% restante son judíos o cristianos. Más del 80% de la población se dice practicante.

No obstante, existe un problema de identidad bastante grande, en cuanto que la política de arabización no ha ido seguida de una promoción social paralela ni de un relevo de las elites, con lo cual encontramos una minoría francófona que sigue detentando los puestos de poder, en tanto que la comunidad árabe continúa marginada de los sectores económicos más dinámicas y la toma de decisiones.

1.6. Tendencias legislativas

Especialmente cuando se trata de productos frescos, el cliente o importador debe acompañar su producto de un certificado de análisis. Además, antes de ser puesto en circulación, el producto ha de ser objeto de un control de calidad de las mercancías importadas, mediante la presentación de certificados de análisis microbiológicos y químicos realizados en los países de origen, lo cual es necesario para desaduanizar la mercancía y para su puesta en el mercado.

En general, las autoridades argelinas aceptan los certificados expedidos por laboratorios europeos, pero es deseable que se expidan versiones en francés o árabe del certificado.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Ciertos productos ,como los que nos ocupan, son sujetos a inspecciones veterinarias y fitosanitarias, previa autorización del Ministerio de Agricultura.

En cuanto al etiquetado, las disposiciones relativas al mismo y a la presentación de los productos alimentarios, son las siguientes:

- etiquetado obligatoriamente en lengua árabe
- el etiquetado debe de ser el mismo cuerpo que el envoltorio (no vale pegatinas y otros adhesivos).
- denominación de venta.
- lista de componentes e ingredientes.
- cantidad
- nombre y dirección precisa del suministrador y del importador.
- además , debe de venir impresa aparte dela fecha de caducidad, la de fabricación del producto, y a la entrada en le mercado argelino, la vida del producto debe de ser superior al 80% del total. De lo contrario, se retendrá en aduana.

Los productos importados que no respondan al conjunto de disposiciones reglamentarias previstas especialmente las del decreto ejecutivo 90-367 de 10 de Noviembre de 1990 relativas a la presentación de los productos alimenticios, pueden hacer uso de un proceso de “puesta en conformidad”, fijado en el decreto ejecutivo 2000-306 de 12 de octubre de 2000 , pero es bastante difícil de llevar a cabo.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

Debemos destacar en primer lugar que el consumo se ha destacado muy por encima de la capacidad de producción, y ello debido tanto a la explosión demográfica, como al mantenimiento de los precios por parte del gobierno. Las medidas tomadas para mejorar la producción no han surtido el efecto deseado, en cuanto que la productividad ha seguido siendo baja.

La leche y derivados lácteos, constituyen la base del modelo de consumo argelino. Representan el 22% del total de importaciones alimenticias.

Junto con Italia y Méjico, Argelia es el principal importador mundial de productos lácteos.

Esto se explica por motivos tales como la presión demográfica y el mantenimiento del precio de venta por parte del gobierno, como hemos dicho anteriormente. Además, la industria láctea que funciona básicamente a partir de leche en polvo de importación, no puede cubrir más que una parte de las necesidades (el 38%), lo que lleva a los poderes públicos a importar a un precio fuerte.

Por otra parte, la cría es sobre todo extensiva, destinada principalmente a la producción de carne, y el crecimiento de la producción de leche cruda no ha seguido los pasos del incremento de la capacidad de producción de la industria.

Por último, el apoyo del estado al mantenimiento de los precios de venta, ha provocado el crecimiento del consumo, que no de la capacidad de producción.

En Argelia el consumo de leche y derivados se sitúa en la base de la alimentación de la población, independientemente de la renta. Así, se estima que en torno al 65% de las proteínas de origen animal, provienen de los lácteos, muy por delante de la carne (22%) y huevos (12%).

Además, la población con menos recursos recurre a esta fuente de proteínas, bastante menos costosa que la carne. Esto ha llevado a que el consumo de leche por persona y año haya pasado de 34 litros en 1970 a 110 en la actualidad (el más alto del norte de África), y como ya sabemos no acompañado por aumento de las capacidades de producción.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Esta penuria en cuanto al abastecimiento, ha llevado, como no, a la aparición de un mercado paralelo, en donde el precio de la leche es el doble del que rige en el mercado oficial, situación que se da especialmente en las localidades en donde hay establecida una fábrica de lácteos privada.

2.2. Hábitos de compra

Consecuencia de la influencia francesa, no olvidemos que Argelia fue una colonia de Francia durante más de 130 años, se consumen muchos productos lácteos. Recordar que se trata del principal consumidor en el Maghreb , con 110 litros por habitante y año.

Los lácteos son la principal fuente de proteínas para la población en general, por encima de la carne.

Dada la inexistencia de una red de supermercados nutrida en el país, la mayoría de las compras se realizan en establecimientos especializados (laiteries), donde se pueden encontrar todo tipo de lácteos a precios más populares que en un supermercado al uso.

Como dicho anteriormente, el hecho de estar subvencionado, hace que los precios se mantengan de manera artificial , y se dispare el consumo.

Las marcas más populares del país son Soummam y Trefle, además de las multinacionales Yoplait y Danone-Djurjura en cuanto a los yogures;

Candia es el líder en cuanto a la leche, tanto entera como en polvo.

Por lo que respecta a los quesos y las mantequillas nacionales, el mercado está más fragmentado, pero sobre todo en cuanto a los quesos, hay muchos importados de Francia, que son bastante más caros que los nacionales. Ello hace que la demanda se decante hacia los argelinos, pues no podemos olvidar que la renta per cápita aún es de 2400 dólares.

Así, el factor precio es determinante en cuanto a la decisión de compra.

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

En cuanto a los costes soportados por el consumidor, destacar que desde este año 2006, va a desaparecer el Derecho de Aduanas Provisional, que se aplica los productos importados.

En cuanto a los aranceles, para el caso de los quesos se ha reducido desde el anterior 40% hasta el 30% actual, después de la simplificación que reduce los tipos al 5%,15% y el 30%.

Destacar que los productos lácteos están exentos del IVA al tratarse de un producto de primera necesidad

2.4. Preferencias

Dado que el poder adquisitivo de la población todavía es bastante bajo en relación con los países europeos, la mayor parte de la población prefiere un producto conocido y cuyo precio esté al alcance de su bolsillo (aunque aún se suele comprar a granel, especificando más la cantidad de dinero que se quiere gastar, en vez del peso de producto que se desea adquirir).

La calidad que pueda ofrecer el producto o que sea una marca conocida (especialmente en el caso del yogur o la leche) también son especialmente importantes a la hora de determinar la opción de compra.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La imagen de España en general es bastante buena, se considera un país de economía sana y que ofrece buenos productos industriales y de buena calidad, si bien las marcas y productos son menos conocidos que los de otros países como Francia (explicado por razones culturales, históricas y lingüísticas).

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Sin embargo, en cuanto al sector de los lácteos, la presencia de importaciones procedentes de nuestro país aún es tímida.

Tanto por razones históricas como lingüísticas, Francia es el principal suministrador de leche y lácteos a Argelia, situándose las importaciones procedentes de nuestro país a mucha distancia.

Es en el sector de los quesos, donde nuestro producto supone un 2% del total importado, pero muy lejos de Irlanda (principal suministrador), y bastante por detrás de Australia y Nueva Zelanda, que a pesar de encontrarse en las antípodas ocupan un lugar destacado en las importaciones argelinas de lácteos.

En general, nuestros lácteos no están muy presentes en el mercado local, sea por no tener mucha tradición, sea porque el consumidor argelino prefiere los productos procedentes de países con una cabaña caprina y bovina más elevada que la nuestra.

Es preciso señalar que las importaciones procedentes de nuestro país presentan muchas puntas, es decir, hay años en los que crecen desmesuradamente con respecto al año anterior para volver a caer en el ejercicio siguiente, lo que da una idea de poca continuidad en las actividades, y que se trate de una exportación coyuntural.

IV. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

Casi todas las ferias se organizan en la SAFEX , que es la Sociedad Argelina de Ferias y Exposiciones, en el espacio de Pins Maritimes, y cuya dirección es la siguiente:

SAFEX

Palais de expositions

Pins maritimes

Argel

Tel : (00213) 21 210127

Fax : (00213) 21 210540

www.safex.com.dz

En cuanto a las ferias más importantes del sector, podemos señalar las siguientes:

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

FERIA INTERNACIONAL DE ARGEL. (39 EDICIÓN)	
Próxima edición	Del 1 al 6 de Junio de 2006 (anual)
Productos	Todos los sectores
Organizador:	SAFEX, Palacio de exposiciones, Pins Maritimes

FERIA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL	
Producto	Todas las ramas de producción multisectorial
Organizador	Grupo ABH GAB Lotissement II Villa 26 Argel 16005 Tel : (00213 21) 307607 Fax : (00213 21) 307607

FERIA INTERNACIONAL DE LA AGRICULTURA Y DE LA PESCA	
Producto	Productos agrícolas en general
Organizador	Sociedad argelina de ferias y exposiciones Palais des expositions, Pins Maritimes Tel : (00213 21) 210127

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	Fax : (00213 21) 210360
--	--------------------------

SALON DE LA AGRICULTURA SAHARIANA Y SAHELIANA	
Producto	Productos específicos de la zona desértica
Organizador	Expo'd 13 rue el Qods Cheraga Tel. (00213 21) 374906 Fax: 00213 21) 366648

SALON PROFESIONAL DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS, CONSERVAS ALIMENTARIAS Y BEBIDAS	
Próxima edición	13/12/2006- 22/12/2006 , ORAN periodicidad anual
Productos	Productos lácteos, conservas de fruta y verdura, bebidas, helados, conservas de pescado y carne, embalajes, transporte y frío.
Organizador	Grupo ABH GAB Lotissement II, villa 26 El achour 16005 Argel Tel: (00213 21) 307607 Fax: (00213 21) 307607

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

SALÓN INTERNACIONAL DEL EMBALAJE	
Productos	Embalaje y envasado
Organizador	Grupo ABH GAB El Achour 16005 Argel Tel: (00213 21) 307607 Fax: (00213 21) 307607

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

En cuanto a las empresas clave del sector lácteo en Argelia, a continuación, mostramos las más importantes.

NOMBRE	SEDE SOCIAL
GIPLAIT	1, Place Slimane Hamadouche Hussein Dey , Argel
TCHIN LAIT/ CANDIA	Route nationale 12, Bir salem, Bejaia
DANONE / DJURJURA	4, Chemin de la Gare Ighzer Amukran , Bejaia
LA JEUNE VACHE	Bir el Djir, Oran
LE BERBERE	Rue Abane Ramdan Cheraga, Argel
SOUMMAM	Route nationale 2

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	Akbou Bejaia
TREFLE	Zone Industrielle 1 Ben Boulaïd , Blida
BETTOUCHE	Haouch Bendali Rouiba, Argel

Distribuidores / importadores

GRUPO INDUSTRIAL GOUMIDI	
Contacto	Zona industrial, site II núm. 44 09100 Ouled Yaich tel: (00213 25) 437898 fax: (00213 25) 437957
Productos que distribuye	Queso fundido en porciones, en barras de 1 ó 2 kilos, queso rojo EDAM holandés, en bolas o porciones, queso GOUDA en barras, queso EMMENTHAL francés, queso fundido.

LAITERIE LA VALLÉE	
Contacto	Avenue Abderrahmane Mira 06270 Tazmahlt Argelia tel : (00213 34) 314664 fax. (00213 34) 313300

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Productos que distribuye	Leche pasteurizada, leche cuajada en bolsa y helados. Busca socio para la producción de Camembert y otros quesos
--------------------------	--

GROUPE ALIMENTAIRE TEFRIDJ (GAT)	
Contacto :	Zona industrial Mazafran 42400 Koléa, Argelia tel: (00213 20) 504338 fax: (00213 24) 484613
Productos que distribuye :	Grasas vegetales y derivados lácteos, leche en polvo, productos panarios.

CHOCOLATERIE DE LA MITIDJA , SARL (CHOCOMI)	
Contacto	21, Avenue 3 frères Bouadou 16005 Bir Mourad Rais, Argel tel: (00213 21) 541910 fax. (00213 21) 541178
Productos que distribuye	Fabricación de chocolate con leche y coberturas lácteas.

LA MAISON DU LAIT SARL

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Contacto	Zona industrial de Remchi, lot E9 13500 Remchi , Argelia tel: (00213 43) 248899 fax: (00213 43) 248988
Productos que distribuye	Leche en polvo, queso, natas.

BISCUITERIE CONFISERIE ALGERIENNE	
Contacto	14 c Zone Industrielle 19000 Sétif tel : (00213 36) 833777 fax : (00213 36) 831964
Productos que distribuye	Fabricación de galletas de mantequilla y de chocolate

SAFILAIT SARL	
Contacto	11 rue Seddira 25140 Ain Smara Argelia tel : (00213 31) 971608 fax: (00213 31) 971608
Productos que distribuye	Leche pasteurizada, fermentada y cruda, yogures, petit suisse. Queso fresco, nata , helado

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	dos, postres lácteos. Busca socio del sector agroalimentario.
--	--

DISTRIM SPA	
Contacto	ZI de Reghaia 16113 Reghaia tel. (00213 21) 847116 fax : (00213 21) 847115
Productos que distribuye	Productos de higiene para chocolaterías, e industria lechera.

DEPALINE SARL	
Contacto	11 boulevard des Cinq Martyrs El hartoun 11300 Tlemcen tel : (00213 43) 277649 fax : (00213 43) 277666
Productos que distribuye	Productos de toda la gama de la marca Nestlé

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

GROUPE BLANKY	
Contacto	34, rue des Tourelles 16405 Hydra tel : (00213 21) 691700 fax : (00213 21) 481439
Productos que distribuye	Productos alimentarios en general , leche en polvo.

AGROLAT	
Contacto	8, rue Dieu la Foy Gambetta, 31025 Orán Tel. (00213 41) 534125 Fax: (00213 41) 531591
Productos que distribuye	Leche concentrada en polvo, y lácteos en general.

RUMI ALGERIE	
Contacto:	2, rue Achour Maida 16500 Argel tel : (00213 21) 630246

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	fax : (00213 21) 630287
Productos que distribuye	Aceites y grasas alimenticias , leche en polvo , derivados lácteos.

ALGROMEX S.L.	
Contacto	18 rue les Grètes 16405 Hydra tel : (00213 21) 481537 Fax : (00213 21) 693957
Productos que distribuye:	Leche y concentrados en polvo, quesos fundidos.

PROMASIDOR DJAZAIR	
Contacto:	Zone industrielle voie C11 16013 Rouiba tel : (00213 21) 811678

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

	fax : (00213 21) 811899
Productos que distribuye:	

ORGANISMOS PÚBLICOS.

Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural

13, Bv Colonel Amirouche

16003 Alger

Tel: 00-213-21711712

www.minagri.dz

Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie (CACI)

Boulevard Amilcar Cabral, Place des Martyrs, Palais Consulaire

16003 Alger

Tel: 00-213-21965050 / 966666 / 967777

Fax: 00-213-21967070 / 969999

www.caci.com.dz

Centre National du Registre du Commerce (CNRC)

Route Nationale n°24 Bp. 18 Bordj El Kiffan (Alger)

Tel: 00-213-21201028 / 201971

Fax: 00-213-21203753

www.cnrc.org.dz

Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX)

Palais des Expositions Pins Maritimes (Alger)

Tel: 00-213-21210123 / 210535

Fax: 00-213-21210540 / 210630

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

www.safex.com.dz

IANOR

05-07, rue Abou Hamou Moussa

16000 Alger

Tel: 00-213-21642075

Fax: 00-213-21641761

www.ianor.org

Representación española en Argelia

EMBAJADA DE ESPAÑA EN ARGELIA

46, rue Mohamed Chabane, BP 142

El Biar-Argel

Tel: 00-213-21922713

Fax: 00-213-21922690

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN ARGELIA

46, rue Mohamed Chabane, BP 142

El Biar-Argel

Tel: 00-213-21922697 / 711

Fax: 00-213-21922824

Email: Argel@mcx.es

CONSULADO DE ESPAÑA EN ARGEL

Chemin la Rochelle

Villa Dar el Ouard

Boughara-Argel

EL MERCADO DE PRODUCTOS LACTEOS EN ARGELIA

Tel: 00-213-21681214 / 34

Fax: 00-213-21681223

CONSULADO DE ESPAÑA EN ORAN

7, rue Mohamed Abdeslem

Oran

Tel: 00-213-41332165

Fax: 00-213-41331117

Representación de Argelia en España

EMBAJADA DE ARGELIA EN ESPAÑA, incluye servicios consulares

General Oraa, 12

28006 Madrid

Tel: 915629705

Fax: 915629877

CONSULADO DE ARGELIA EN ALICANTE

Eusebio Sempere, 14

03003 Alicante

Tel: 965229944 / 45

Fax: 965 227563

3. BIBLIOGRAFIA

- Misión Económica Francesa.
- KPMG, Guide Investir en Algérie.
- L'agroalimentaire en Algérie, Cabinet Tiers Consult.
- www.taric.com
- La filière lait en Algérie. Departamento de economía rural del Instituto Nacional de la Agronomía.
- www.kompass.es
- Plan Nacional de Desarrollo Agrícola y Rural. (PNDAR).