

El mercado de las bebidas sin alcohol en Egipto

El mercado de las bebidas sin alcohol en Egipto

Esta nota ha sido elaborada por Luis Martínez Merlos bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en El Cairo

Octubre 2007

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	6
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	7
3. Importaciones	14
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	18
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	21
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	23
VI. DISTRIBUCIÓN	24
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	28
VIII. ANEXOS	32
1. Anexo estadístico	32
2. Ferias	38
3. Publicaciones del sector	38
4. Productores	38
5. Importadores	39
6. Supermercados e hipermercados	42
7. Instituciones públicas y asociaciones	43

CONCLUSIONES

Egipto es un fuerte productor de bebidas sin alcohol, sus zumos tienen muy buena aceptación en los mercados internacionales, sobre todo los de frutas exóticas como el mango y la guayaba. Sin embargo, a pesar de ser productores importan este tipo de productos.

El sector de las bebidas en Egipto sufrió en la pasada década de falta de controles de calidad adecuados, débil inversión y alta dependencia de inputs importados (botellas, latas, maquinaria y equipos de calidad,...) y necesidad de buena gestión de la empresa. Sin embargo, todo el proceso de privatizaciones está corrigiendo estas debilidades y está invirtiendo para la mejora en los procesos de producción y en los sistemas de envasado. También cabe destacar la existencia de un importante número de instituciones públicas y privadas que ofrecen ayudas a las empresas de producción de alimentos.

Debido a las bajas rentas de la mayoría de la población, muchos de estos productos sólo pueden ser adquiridos por un pequeño porcentaje de la población. Por ello, un factor importante a tener en cuenta es el turismo como importantes clientes del sector. También hay que tener en cuenta factores como el clima, que el verano sea muy caluroso, lo que permite un mayor consumo de este tipo de bebidas.

Los importadores tienen tres formas de hacer llegar los productos a las tiendas:

- A través de un distribuidor.
- Directamente al canal HORECA. (Hoteles y restaurantes)
- Directamente a las cadenas de supermercados/ hipermercados.

En conclusión, el mercado presenta algunas oportunidades de negocio, sobre todo en los segmentos de productos de mayor calidad, sin embargo, no se debe olvidar el importante desarrollo que está experimentando el sector en el país.

I.

■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota sectorial trata sobre el mercado de las bebidas sin alcohol en Egipto. Para ello se estudiarán los siguientes tres grupos de productos:

- Zumos
- Aguas
- Bebidas carbonatadas

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

A modo de facilitar la comprensión de este mercado, vamos a delimitar los productos a los que nos referiremos a lo largo de estas páginas a través de sus partidas arancelarias (nomenclatura del Sistema Armonizado):

2009 Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

2201 Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada; hielo y nieve

2202 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 2009

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Las siguientes tablas reflejan las estadísticas de producción¹, importación, exportación e indicador de consumo aparente², expresados en dólares americanos, para cada uno de los grupos para los años 2002 a 2006.

Consumo aparente Partida 2009 Jugos

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento periodo
<i>Producción</i>	-	-	-	-	-	-
+ Importaciones	1.222.430	1.215.376	1.741.796	3.606.037	3.246.599	165,59%
- Exportaciones	7.823.348	13.437.753	13.408.100	20.382.649	14.386.369	83,89%
Indicador de consumo aparente	-6.600.918	-12.222.377	-11.666.304	-16.776.612	-11.139.770	-68,76%

Fuente: CAPMAS

Consumo aparente Partida 2201 Aguas sin aditivos (US\$)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento periodo
<i>Producción</i>	-	-	-	-	-	-
+ Importaciones	49.787	86.758	76.352	306.611	376.062	655,34%
- Exportaciones	684.780	1.330.681	576.574	405.450	394.019	-42,46%
Indicador de consumo aparente	-634.993	-1.243.923	-500.222	-98.839	-17.957	-97,17%

Fuente: CAPMAS

¹ Nota: Los datos referentes a la producción de la partida arancelaria no aparecen en ninguna publicación oficial ni asociación de productores, por lo que carecemos de tal dato. Para realizar estas tablas partiremos del supuesto de que no hay producción.

² No se trata exactamente del consumo aparente, puesto que no se tienen en cuenta las variaciones de existencias

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Consumo aparente Partida 2202 Aguas con aditivos (US\$)						
	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento periodo
<i>Producción</i>	-	-	-	-	-	-
+ Importaciones	286.137	269.419	613.604	362.924	704.111	146,07%
- Exportaciones	817.521	3.354.780	2.879.559	4.037.496	2.685.279	228,47%
Indicador de consumo aparente	-531.384	-3.085.361	-2.265.955	-3.674.572	-1.981.168	272,83%

Fuente: CAPMAS

En términos generales, se observa un aumento de las importaciones de las bebidas no alcohólicas, principalmente zumos y bebidas carbonatadas. Por otro lado, las exportaciones han crecido considerablemente en zumos y bebidas carbonatadas. Los primeros van principalmente a países de la región y a EE.UU y la UE, mientras que los segundos se centran en la región de Oriente Próximo.

Sobre el segmento de las frutas exóticas, el cual es muy importante para las exportaciones de zumos egipcios. Las exportaciones de los mismos creció de 713.000\$ en 1998 a 13,5 millones de dólares en 2003. Las exportaciones de zumo de mango se ha triplicado en los últimos 5 años. Este aumento de las exportaciones de frutas exóticas se ha debido al éxito de los zumos de mango y guayaba envasados en pequeñas botellas de cristal a Europa y EE.UU. El mercado estadounidense absorbe el 65% de las exportaciones de frutas exóticas egipcias.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Para tratar este punto, dividiremos nuestro análisis en 4 apartados:

- Industria alimentaria egipcia
- Recursos naturales
- Tecnología
- Instituciones y asociaciones de apoyo

Industria alimentaria egipcia

De acuerdo con el informe de Business Monitor Internacional ³, el sector representa un 20% de PIB y del total de las exportaciones y provee empleo a cerca del 30% de la fuerza laboral. Se espera que el sector de la industria alimentaria crezca un 25% debido a las nuevas inversiones y a la expansión de las fábricas.

Hasta los años ochenta, la industria de alimentos estuvo dominada por empresas del sector público, lo que aseguraba al Gobierno un control absoluto sobre la misma. A partir de los años 90, comenzaron a introducirse en el mercado empresas privadas, que ofrecían productos de mayor calidad y precios más elevados.

³ BMI(2007): "Egypt's Food and Drink Report publicado"

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Para intentar dar un impulso a la industria de alimentación, el Gobierno egipcio comenzó a privatizar aquellas empresas públicas exitosas y a reestructurar el resto, las cuales se fueron privatizando en los años siguientes. Con esta política de privatizaciones, la industria comenzó a crecer, modernizándose e incrementando la producción no sólo destinada al mercado local sino también a las exportaciones.

Siendo el mercado doméstico sensible al precio más que a la calidad. Las empresas de menor tamaño del sector viven principalmente del turismo.

El sector de las bebidas en Egipto sufrió en la pasada década de falta de controles de calidad adecuados, débil inversión y alta dependencia de inputs importados (botellas, latas, maquinaria y equipos de calidad,...) y sobre todo aplicar métodos de marketing y de gestión modernos. Sin embargo, todo el proceso de privatizaciones están corrigiendo estas debilidades.

Casi todas las empresas dedicadas a productos alimentarios y bebidas, están ubicadas en las zonas industriales de 6 de Octubre y 10 de Ramadán. También hay algunas empresas ubicadas en las zonas francas de Port Said y Damietta.

El sector está compuesto por alrededor de 6.000 empresas registradas, con unas ventas de 17.400 millones de euros según el director de Industrias de alimentos del Industrial Modernisation Centre. Se estima que el 87% de las empresas de procesado de alimentos son pequeñas y medianas empresas.

Industria de zumos y puré

De acuerdo con un Informe de 2007 del Industrial Modernisation Centre, Egipto puede llegar a ser el líder regional en la exportación de zumos de frutas y estima el potencial de expansión egipcio de más de 730 millones de dólares. Las claves para ello será el desarrollo agrícola y el desarrollo de nuevos productos y diferentes zumos de frutas.

La industria de los zumos en Egipto procesa principalmente los excedentes de frutas al final de temporada, cuando los precios son más bajos. Durante los años noventa el desarrollo del sector se basó en la inversión en líneas de envasado UHT de cartón. Esto hizo que se produjera la integración entre el sector del procesado de leche y de zumos, aunque existen productores especializados en cada una de las ramas. El desarrollo del sector se extiende ahora hacia líneas de envasado en botellas de cristal y PET.

La principal debilidad de la mayoría de los productores locales son los relativos bajos volúmenes de fruta procesada, en un mercado mundial que se caracteriza por una producción de altos volúmenes y bajos costes, la necesidad de las empresas egipcias de cubrir sus costes fijos en inversión en tecnología de envases funcionando a baja capacidad implica altos costes de producción y, por lo tanto, baja competitividad.

Sin embargo, las principales empresas del sector están haciendo esfuerzos para mejorar su calidad y su gama de productos. Juhayna y Enjoy han adquirido el HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) en busca de competir en el mercado europeo, cuyos estándares de calidad y sanidad son muy altos. Estas compañías están también desarrollando gamas de productos sin azúcar.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

La industria de los zumos y néctares consiste en aproximadamente en 20 productores, de las cuales 10 tienen líneas de envasado en UHT Tetrapack, nueve de ellas están también dentro del sector de productos de la leche

A continuación se enumeran algunas de las principales empresas del sector:

- Establecida en El Cairo en 1982, la Nile Company for Food Industries fue la primera gran productora de leche y zumos bajo la popular marca Enjoy. La clave de su éxito fue el uso de pulpa 100% natural. Sus néctares, zumos y demás bebidas son esterilizadas y pasteurizadas usando Tetra Laval procedimientos. En 1996, Enjoy fue la primera compañía de Oriente Próximo en introducir la producción de pulpa aséptica, lo cual provee de materia prima de calidad para todo el año. Enjoy fue comprada en 2005 por Haykala, cuyo principal accionista es el Comercial Internacional Bank, quién incrementó la inversión de Enjoy de 50 a 100 millones de dólares.
- En 2005, Juhayna adquirió la producción de leche y zumo de su rival Domty, expandiendo su capacidad de producción en un 30%. Fundada en 1983, la compañía se incorporó en el segmento de la leche con sabores y zumos en 1988. Ese mismo año, comenzó a exportar a los mercados europeos, estadounidenses y del Golfo. Su principal producción de zumos incluye naranja, mango, piña, manzana y mora. Su cuota de mercado de zumos es del 20% incluyendo néctares (25-50% de contenido de frutas) y purés de frutas (que fue el primero 100% natural). Los concentrados de frutas son comprados a El Marwa (empresa afiliada a Juhayna) para después ser procesados, obteniendo una producción anual de 80.000 toneladas de zumos.
- Otras marcas de zumos locales son Vitral y Bekhero.

Dentro del mercado de los zumos, Egipto cuenta con muchos establecimientos en los que se preparan zumos naturales a precios muy económicos. Además, el país cuenta con una serie de bebidas locales como son el karkadé (hibisco), jarrub (algarrobo), erkesous (regaliz) y el tamr hendy (tamarindo), los cuales también son vendidos a través de vendedores callejeros.

Industria del agua

El agua embotellada en Egipto es agua natural embotellada, que es sometida a procesos de filtrado. La mayoría del agua es extraída de acuíferos subterráneos y del Nilo

Muchas de las empresas dedicadas a los refrescos aprovechan la explotación de sus recursos acuíferos.

Marcas locales de agua son: Siwa, Nestlé, Aqua, Dasani, Aquafina, Safi y Schweppes

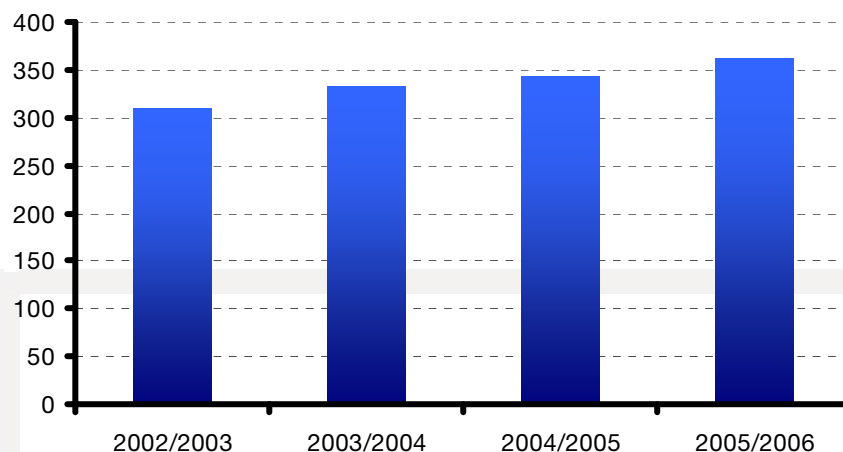
Industria de las bebidas carbonatadas

En Egipto se encuentran las principales compañías de bebidas carbonatadas del mundo a través de fábricas propias, lo cual hace que se aprovechen de los bajos costes laborales y también evitan el pago de aduanas.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

El siguiente gráfico recoge la evolución de la producción de bebidas carbonatadas en Egipto:

Producción de bebidas carbonatadas (millones de cajas)



Fuente: Egyptian Central Bank. Datos del Ministry of State for Economic Development

La producción de bebidas carbonatadas en el país ha incrementado un 17,5% en los últimos años, superando los 350 millones de cajas al año.

A continuación se enumeran algunas de las principales empresas del sector:

- Al-Ahram Co. (ABC) es el líder en la producción de bebidas con alcohol y sin alcohol en Egipto. En 1967 se nacionalizó y en 1997 se privatizó y desde 2002 pertenece a Heineken, lo cual le permitió adquirir un nuevo knowhow que le ayudó a mejorar su producción. Sus principales marcas de bebidas no alcohólicas son RC Cola, Birell (cerveza sin alcohol) y Fayrouz (bebida carbonatada de malta con sabores). Esta última, Fayrouz, tiene una gran aceptación en el país y en otros países de la región como Arabia Saudí, lo cual le permite competir cara a cara con Coca-Cola y Pepsi, estimando su cuota en el mercado de alrededor de un 14%.
- Pepsi Co. y Coca-Cola Co. cuentan con fábricas propias en el país. El mercado de los refrescos estaba dominado por dos grandes empresas públicas, Egyptian Bottling Company (EBC), filial de la Holding Company for Food Industries, y Nasr Bottling. Ambas compañías fueron privatizadas en 1994 y compradas por Pepsi y Coca-Cola respectivamente. Juntas abarcan alrededor del 70% del mercado local.
- También cabe destacar que la multinacional Schweppes cuenta con fabricación propia en el país.

Recursos naturales

Agricultura

La agricultura es uno de los sectores más importantes dentro de la economía egipcia, contribuyendo con un 15,5% del PIB en el ejercicio 2005/2006 (según datos del Banco Central de Egipto) y empleando al 31% de la mano de obra.

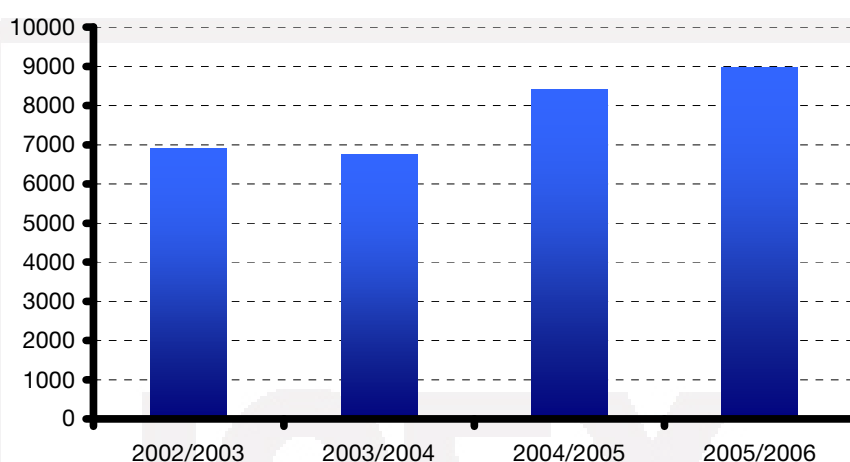
EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

La superficie cultivada total es de 3,8 millones de hectáreas, lo cual representa el 4% de la superficie del país. Esta superficie se espera incrementar en los próximos años, llegando en 2017 a las 4,2 millones de hectáreas, gracias a la política de lucha contra la desertificación con proyectos como el Tosca.

Las principales producciones de frutas son: naranjas (25%), sandías (16%) y uva (11%). Egipto también es un importante productor de frutas exóticas, produciendo mango y guayaba de prestigio internacional.

El siguiente gráfico recoge la evolución de la producción egipcia de frutas:

Producción de frutas (1000 TON)



Fuente: Egyptian Central Bank. Datos del Ministry of State for Economic Development

Agua

Para la industria de las bebidas, uno de los elementos clave son los recursos hidrológicos que disponga el país. A la hora de analizar los mismos tenemos que distinguir entre los recursos tradicionales y los no tradicionales que están empezando a explotarse.

- Recursos tradicionales:

- El río Nilo es la principal fuente de agua del país. Supone el 98% del total de recursos y de él provienen 55.500 millones de metros cúbicos anuales (esta cifra fue establecida en el acuerdo firmado con Sudán en 1959 y que ahora este país vecino está intentando disminuir. Etiopía, el otro país directamente implicado, no participó en el acuerdo).
- Agua procedente de acuíferos y aguas subterráneas tanto de la cuenca del Nilo como de fuera. La cantidad que se obtiene de estas fuentes no está bien definida pero estimaciones la cifran en 5.000 millones de metros cúbicos aunque existe un potencial de 12.000 millones de metros cúbicos.
- Agua procedente de lluvia. Dado el clima desértico de Egipto con escasas lluvias en invierno y limitadas geográficamente a la zona norte del país, el agua de lluvia no se puede considerar como un recurso muy fiable debido a su variabilidad. La cantidad

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

media de agua de lluvia recogida anualmente se puede calcular en 1.500 millones de metros cúbicos.

- Recursos no tradicionales
 - Como consecuencia de la nueva legislación medioambiental se está poniendo especial cuidado en el tratamiento de aguas residuales lo que permite que agua que antes no era tratada y se descargaba directamente en el mar sin ningún tipo de utilización, ahora pueda volver a usarse para fines agrícolas. Actualmente supone 5.000 millones de metros cúbicos pero se espera que esta cantidad se incremente en los próximos años.
 - Agua desalinizada, cuyo volumen ha ido incrementándose en los últimos años gracias a los proyectos de desalinación. Por el momento supone 20 millones de metros cúbicos.

Estos recursos están siendo sobreutilizados corriendo el riesgo de que sean insuficientes si alguno de ellos se ve reducido por alguna razón.

Los principales destinos de los recursos acuíferos son:

- Agricultura: Alcanzando el 84% del total de los mismos.
- Industria: 10%
- Doméstico: 6%

Los factores que en un corto plazo van a afectar al sector del agua en Egipto son:

- Crecimiento de la población
- Limitadas fuentes de abastecimiento.
- Polución
- Marco institucional: los problemas mencionados sólo pueden ser resueltos con un desarrollo del entorno institucional del control del agua.

Estudios realizados por distintas organizaciones internacionales determinan que la cantidad mínima de agua por habitante debe ser 1.000 metros cúbicos al año. Según el METAP (Mediterranean Environmental Technical Assistance Program), Egipto está muy cercano a esta cifra con 930 metros cúbicos al año por persona. Se calcula que para el año 2025 habrá en torno a 630 metros cúbicos de agua por persona, lo que indica que si no se toman medidas de forma inmediata, el país se encontrará en unos grandes niveles de escasez.

El número de personas que pueden acceder a agua potable es generalmente más alto en los núcleos urbanos que en las zonas rurales donde un alto porcentaje de población, entre el 13% y el 48% dependiendo de la zona, no tiene acceso a agua potable.

El satisfacer futuras demandas dependerá de la mejor y más eficiente utilización de los recursos naturales de que dispone el país.

Otro gran problema al que Egipto tiene que hacer frente es el de la calidad del agua, tanto la superficial como la subterránea.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

El insuficiente tratamiento de agua tanto la utilizada con fines agrícolas como industriales hace que aguas no tratadas se viertan sobre agua no contaminada provocando su inutilización e incrementando la escasez.

La construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales no se ha realizado a la velocidad de crecimiento de redes de abastecimiento de agua destinadas al regadío o al consumo. Las aguas residuales no son tratadas, lo que supone un alto grado de contaminación medioambiental pudiendo afectar a la salud de los residentes de la zona. Lo mismo ocurre con las aguas residuales que provienen de zonas urbanas, las cuales llevan altos niveles de productos químicos.

Los acuíferos están en peligro de llegar a límites de salinidad que los vuelvan no potables. Canales de regadío y sistemas agrícolas de riego están también explotados por encima de sus posibilidades. Y por último, las costas se encuentran afectadas por los vertidos industriales que sobre ellas se realiza, con repercusiones tanto en el turismo como en la pesca.

Tecnología

El mercado de los equipos para el procesado y envasado de alimentos está compuesto por un 95% de importaciones y un 5% de maquinaria local, sin embargo, ésta no llega a unos niveles de calidad suficientes para salir al mercado internacional.

La mayoría de las industrias de bebidas de mayor tamaño cuentan con líneas de producción modernas. Gran parte de las inversiones en maquinaria va destinada al envasado de los zumos con nuevas líneas de botellas PET y Tetrapack.

Instituciones y asociaciones de apoyo

Debido al gran número de instituciones públicas y asociaciones que dan apoyo a la fabricación, promoción y exportación de productos alimentarios, se ve conveniente comentar algunos de ellos:

- Food Export Council: es una organización semipública que tiene como objetivo dar información y asesoramiento a empresas exportadoras de productos alimentarios, también da apoyo en promoción y concede subsidios a la exportación que rondan el 8%.
- Industrial Modernisation Centre (IMC): creado con fondos de la Unión Europea, entra algunos de los servicios que ofrece son: la realización de estudios, cursos de formación, subvenciones para la obtención de certificados ISO y HACCP, financiación y apoyo a Expolink en su ayuda a los exportadores.
- Egyptian Exporters Association (Expolink): es una organización no gubernamental, formada en 1997 y que cuenta con más de 600 asociados. Su principal misión es el apoyo en la promoción en ferias en el extranjero.
- Chamber of Food Industries: engloba a 9 subsectores, 2.050 empresas, 300.000 trabajadores y 37.000 millones de libras egipcias de inversión. Su principal aportación es la ayuda a mejorar los estándares de los alimentos y preparar la nueva ley unificada para los alimentos.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

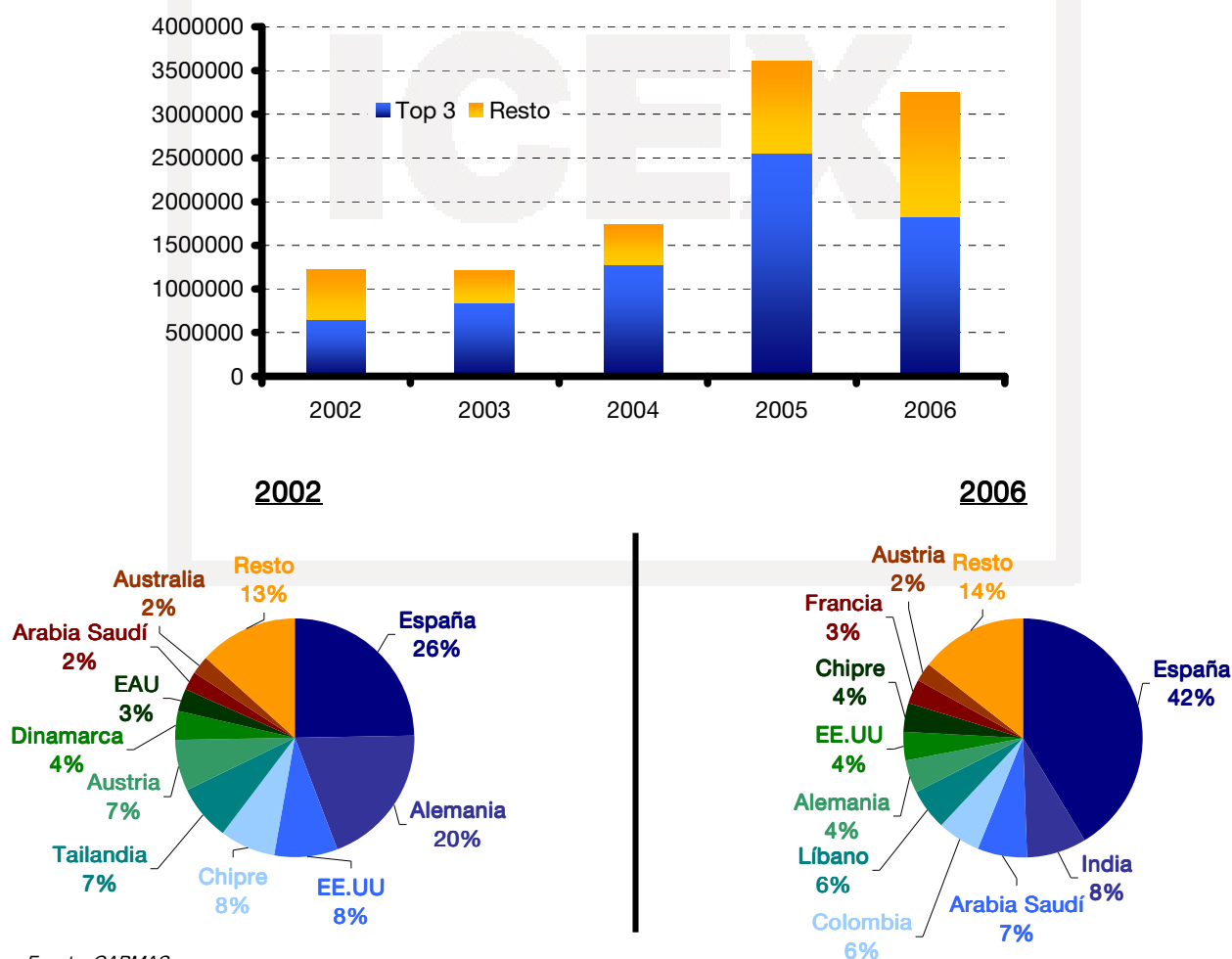
- Egyptian National Food Authority (ENFA): está en proceso de creación y se espera que empiece a funcionar a partir de junio de 2008. Esta institución tratará de unificar las leyes y estándares del sector y también pretende crear un registro de empresas del sector.
- Otras asociaciones: Horticulture Export Improvement Association (HEIA), Agricultural Export Council (AEC), Egyptian Agro Business Association (EABA) y Food Processing & Exporters Association (FPEA).

3. IMPORTACIONES

A pesar de contar una gran producción de bebidas sin alcohol, Egipto importa este tipo de producto desde diferentes países.

2009 Jugos

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE JUGOS (US\$)



Fuente: CAPMAS

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

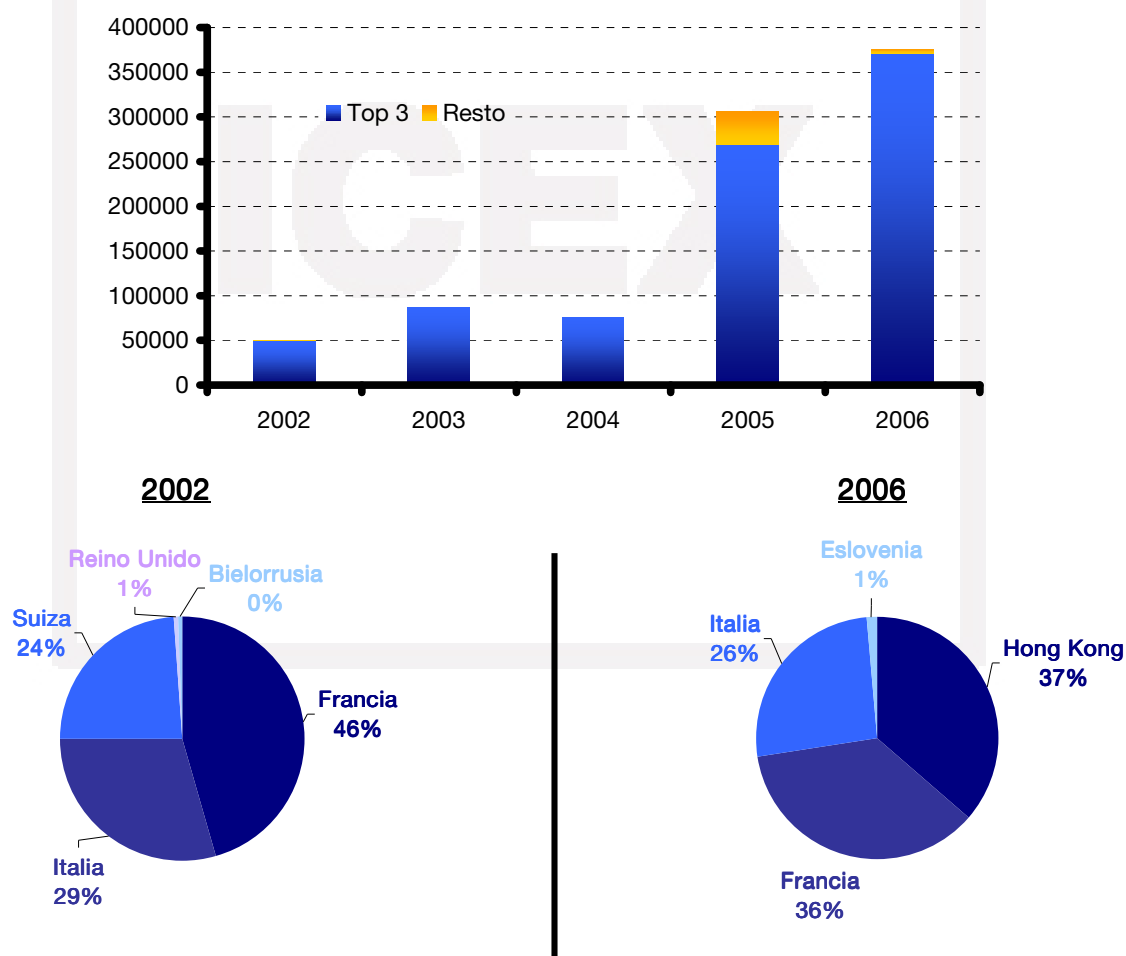
Las importaciones de jugos casi se han triplicado en los últimos 5 años, debido principalmente al fuerte crecimiento de las importaciones procedentes de España, que contó con una cuota de mercado del 42% en 2006, 16 puntos porcentuales más que en 2002.

Como se puede observar en el gráfico, las importaciones están concentradas, los 3 primeros países abarcan más del 50% de la cuota, especialmente gracias al alto peso de las importaciones españolas.

Algunas marcas extranjeras que se encuentran en el mercado son: Kean (Chipre), Yoga (Italia), Al Rabie (Arabia Saudí), Spitz (Austria), Ceres (Suáfrica), Santal (Italia), Fontana (Chipre), Skipper (Italia), Tymbark (Letonia), Blue Bird (Emiratos Árabes Unidos), Lob (Arabia Saudí), Caesar (Arabia Saudí), Pfanner (Austria), Rauch (Hungría), Cyprina (Chipre), Humus (Usa), Don Simón (España),...

2201 Aguas sin aditivos

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE AGUAS SIN ADITIVOS (US\$)



Fuente: CAPMAS

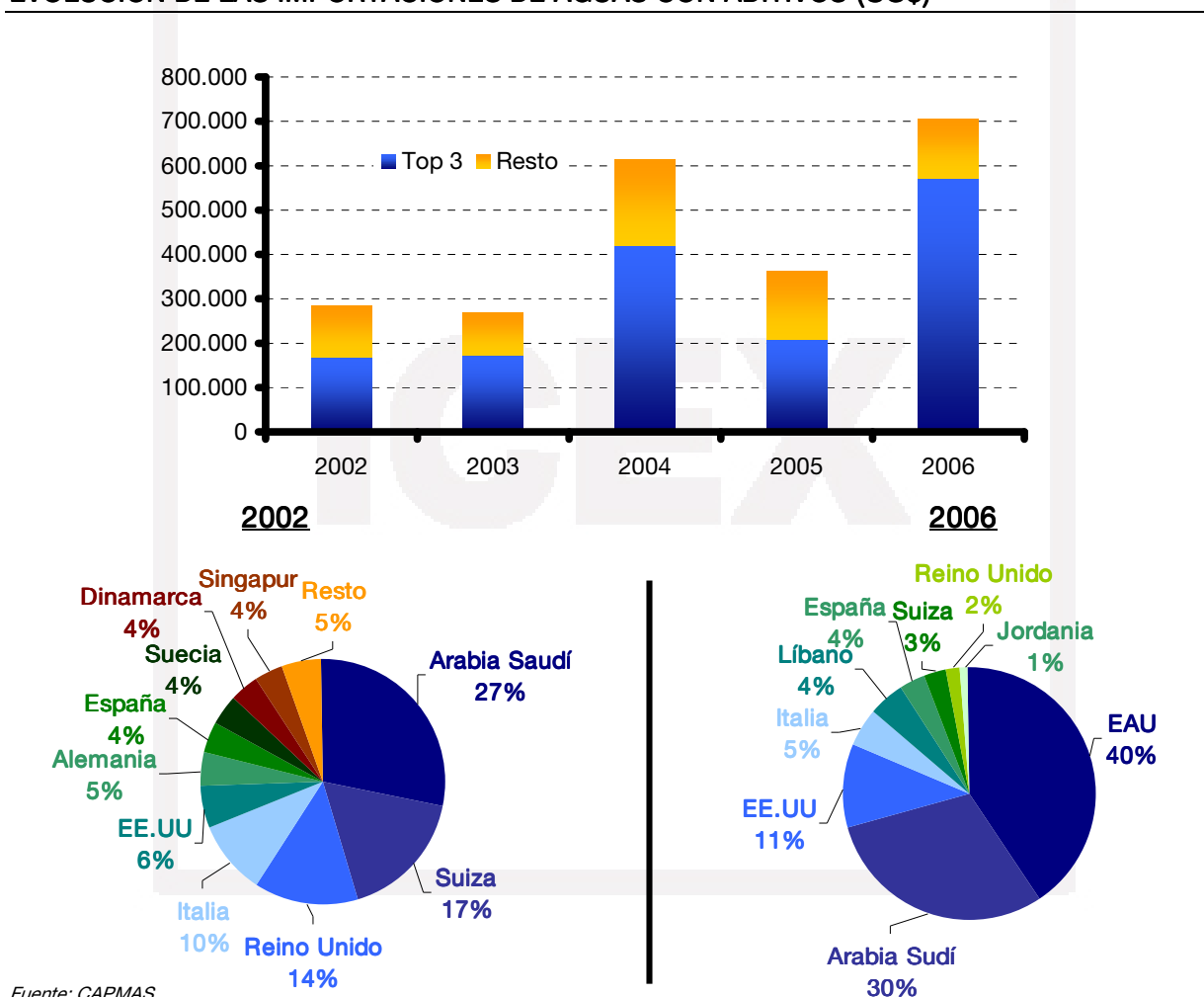
EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Las importaciones de esta partida son bastante reducidas, no alcanzan los 400.000\$, esto es debido a que existen muchas marcas locales y a la dificultad de diferenciar el producto, ya que a pesar de que el agua es agua natural embotellada, no se aprecia la diferencia con un agua mineral.

Las aguas importadas más conocidas son las aguas minerales Veían de Francia y S. Pellegrino de Italia.

2202 Aguas con aditivos

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE AGUAS CON ADITIVOS (US\$)



Las importaciones ha incrementado un 146% en 5 años. Los principales suministradores de estos productos son países de Oriente Medio, como son Emiratos Árabes Unidos (EAU) o Arabia Saudí. Si comparamos los principales países de origen en 2002 y en 2006 se observa el aumento del peso de países árabes en detrimento de países occidentales. España mantiene su cuota con un 4%.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

A continuación se va a enumerar algunas de las marcas de bebidas carbonatadas que se encuentran en el mercado:

- Refrescos: Hansen's (EE.UU), Rauch (Hungría), Pfanner (Austria), RC (Siria), Perrier (Francia), Smart (China), Sirma Meyveli (Turquía), Freez (Líbano),...
- Bebidas energéticas: Gatorade (EE.UU), Power Mix (Arabia Saudí), Red Bull (China),...
- Cerveza sin alcohol: Amstel (Holanda)
- Agua con gas: Gerolsteiner (Alemania)



ICEX

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Consumo de alimentos

Egipto es el mayor mercado árabe del mundo, con un consumo creciente debido al aumento de la población. Según el Business Monitor Internacional⁴, el consumo se incrementó de 29.578,9 millones de dólares en 2004 a 34.383,4 millones de dólares en 2007, y se espera que alcance los 42.420 millones de dólares en 2011. El consumo anual per cápita aumentó de 398,8\$ en 2004 a 431,3\$ en 2007 y probablemente llegando a los 463,2\$ en 2011.

Los ingresos medios de un ciudadano egipcio ascienden a 63 euros/ mes (71.900 millones de USD por 73,3 millones de habitantes). Esta cantidad no permite a la mayoría de la población consumir productos importados cuyo precio en el punto de venta puede multiplicar hasta por diez los precios de los productos locales. Por ello, sólo unos 13 millones de personas que componen las clases adineradas del país tiene acceso a la mayoría de los productos importados.

El consumidor medio gasta cerca de 12 USD por cesta de la compra. Sin embargo, varía de un área a otra. Los consumidores de clase media y alta se decantan por las cadenas de supermercados, donde gastan una media de 50 LE por compra (diaria), incluyendo artículos de droguería y menaje. Según las estadísticas, la alimentación representa el 55% de los gastos de un ciudadano egipcio medio.

Sólo 9 millones de consumidores de clase media y 4 millones de clase alta cuentan con la suficiente capacidad de compra como para adquirir productos en supermercados e hipermercados. La mayoría de la población egipcia no puede permitirse comprar productos de una elevada calidad y por lo tanto aceptan lo que para patrones occidentales sería considerado de baja calidad.

Según un estudio del US Commercial Service, el sector de las bebidas sin alcohol creció en 2006 un 36%. El consumo de agua mineral embotellada creció un 53%, mientras que las bebidas carbonatadas un 34% y los zumos un 7%.

Por último, comentar que Egipto es un país de religión musulmana, por lo que la mayoría de la población no consume alcohol.

⁴ BMI(2007): "Egypt's Food and Drink Report publicado"

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Turismo

En elemento importante para el consumo de bebidas en el país es el turismo, ya que millones de turistas acuden al país cada año. A continuación se ofrece un pequeño comentario sobre el sector turístico en Egipto.

El turismo tiene una importancia vital en la economía de Egipto y se ha convertido en la principal fuente de ingresos de divisas y una prioridad para el gobierno como atestiguan los esfuerzos realizados en los últimos años como incremento en las inversiones en infraestructuras turísticas, el apoyo a las campañas internacionales de marketing, el desarrollo de nuevos resorts, las mejoras en la seguridad y los esfuerzos realizados en la formación del personal relacionado con el turismo. La aportación del turismo al PIB se estima en torno al 10-15% y emplea a cerca de 2,2 millones de personas. El objetivo del gobierno es alcanzar los 16 millones de turistas anuales para el 2016, habilitar más de 500 Km. de costas y construir y modernizar varios aeropuertos.

En lo que se refiere a capacidad hotelera, a pesar del importante crecimiento en los últimos años (multiplicada por 8 en los pasados 22 años), las 175.000 camas a finales del año 2006 son todavía insuficientes. El sur de Sinaí, seguido de Luxor y Alejandría han tenido el mayor crecimiento en los últimos años. También es importante el crecimiento del turismo en la zona de Matrouh. Por otro lado, se ha observado un importante crecimiento de servicios paralelos al turismo, como agencias de viajes, restaurantes y cafeterías.

Factores estacionales

Hay que tener en cuenta en clima desértico del país, esto hace que haya temperaturas altas durante gran parte del año, principalmente en época de verano. Esto hace que en esas fechas el consumo de bebidas aumente, aun más si tenemos en cuenta que los meses de junio, julio y agosto, son normalmente los meses con mayor afluencia de turistas.

Otro factor a tener en cuenta es el Ramadán, que es el noveno mes del calendario musulmán, conocido internacionalmente por ser el mes en el que los musulmanes realizan un ayuno diario desde la salida del sol hasta que se pone el sol. Durante este mes se dispara tanto el consumo de alimentos y como el de bebidas

Por último, están los zumos de frutas de temporada, como el mango, muchas compañías de zumos almacenan puré de este tipo de frutas para poder disponer de él para su producción para todo el año.

Agua

Según el Agri-Food Report on Egypt de Canadá publicado en marzo de 2007, el consumo de agua embotellada se incrementó entre 1998 y 2003 en un 50%.

La gran parte de la población está acostumbrada a beber “agua del grifo”, por lo que el agua embotellada es consumida básicamente por extranjeros y clases altas del país, aparte de en los restaurantes y hoteles.

Debido al reducido número de aguas importadas y a su elevado precio, la gente en el país consume principalmente aguas locales.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Zumos

El consumo de zumos está muy extendido por todo el país debido a la existencia de muchos establecimientos que preparan zumos naturales, también la gran mayoría de los restaurantes ofrecen esta opción. Por otro lado, todos los supermercados cuentan con un gran apartado de zumos y néctares. La demanda de zumos es principalmente de envases pequeños de 200ml. Otros formatos son en botellas de plástico y cristal y también en latas.

Según un estudio del US Commercial Service, el consumo per capita de zumo envasado es de 1,4 litros por año.

El zumo más popular y de menor precio es el zumo de caña de azúcar, otros zumos también muy demandados son limón y naranja.

Debido a la gran variedad de frutas en el país se pueden encontrar tanto zumos naturales como envasados de piña, manzana, mora y guayaba.

Las marcas más conocidas y extendidas son las locales Enjoy y Juhayna

Bebidas carbonatadas

En el grupo de aguas carbonatadas se encuentran refrescos, bebidas energéticas, aguas con gas. Según el estudio de Euromonitor Internacional de Soft drinks in Egypt publicado en junio de 2006, las bebidas carbonatadas son los refrescos más populares con una cuota del 65% en 2005, las razones son las largas temporadas de verano y el tipo de dieta egipcia, ya que este tipo de bebidas facilitan la digestión.

Los datos extraídos del Agri-Food Report on Egypt de Canadá publicado en marzo de 2007 nos muestra que el consumo de bebidas carbonatadas se incrementó entre 1998 y 2003 en un 15%.

El formato más extendido es la lata, si bien, las botellas de cristal son también muy populares ya que es el envase que se encuentra en los miles de kioscos callejeros. Otros formatos que se encuentran en el mercado son en botellas de plástico.

Como se comentó anteriormente, el país cuenta con fábricas de las dos más extendidas a nivel mundial, Coca-Cola y Pepsi. Los sabores más populares son la cola y la naranja.

La bebida carbonatada local más popular es Fayrouz, bebida de malta con diferentes sabores como manzana y piña.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

A continuación se muestra una simulación de precios orientativa acerca de cómo se produce la formación de los precios de los productos analizados (tomaremos 100 como valor base).

Partidas con arancel del 5%

	Valor CIF de la mercancía	100,00
+	Arancel sobre el valor CIF (5%)	5,00
=	Valor de la mercancía libre de aduana	105,00
+	10% Impuesto sobre ventas	10,50
=	Coste de la mercancía	115,50
+	1% Impuesto anticipado sobre beneficio	1,16
	Coste de la mercancía importada	116,66

Incremento de valor final del producto: 16,66%

Partidas con arancel del 20%

	Valor CIF de la mercancía	100,00
+	Arancel sobre el valor CIF (20%)	20,00
=	Valor de la mercancía libre de aduana	120,00
+	10% Impuesto sobre ventas	12,00
=	Coste de la mercancía	132,00
+	1% Impuesto anticipado sobre beneficio	1,32
	Coste de la mercancía importada	133,32

Incremento de valor final del producto: 33,32%

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Partida: Con arancel 30% e impuesto sobre ventas del 10%

Partida: Con arancel 30% e impuesto sobre ventas del 10%

	Valor CIF de la mercancía	100,00
+	Arancel sobre el valor CIF (30%)	30,00
=	Valor de la mercancía libre de aduana	130,00
+	10% Impuesto sobre ventas	13,00
=	Coste de la mercancía	143,00
+	1% Impuesto anticipado sobre beneficio	1,43
	Coste de la mercancía importada	144,43

Incremento de valor final del producto: 44,43%

Partida: Con arancel 30% e impuesto sobre ventas del 32,5%

Partida: Con arancel 30% e impuesto sobre ventas del 32,5%

	Valor CIF de la mercancía	100,00
+	Arancel sobre el valor CIF (30%)	30,00
=	Valor de la mercancía libre de aduana	130,00
+	32,5% Impuesto sobre ventas	42,25
=	Coste de la mercancía	172,25
+	1% Impuesto anticipado sobre beneficio	1,72
	Coste de la mercancía importada	173,97

Incremento de valor final del producto: 73,97%

Partida: Con arancel 30% e impuesto sobre ventas del 60%

Partida: Con arancel 30% e impuesto sobre ventas del 60%

	Valor CIF de la mercancía	100,00
+	Arancel sobre el valor CIF (30%)	30,00
=	Valor de la mercancía libre de aduana	130,00
+	10% Impuesto sobre ventas	78,00
=	Coste de la mercancía	208,00
+	1% Impuesto anticipado sobre beneficio	2,08
	Coste de la mercancía importada	210,08

Incremento de valor final del producto: 110,08%

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Al igual que muchos de los productos importados en Egipto, el producto español disfruta de una buena imagen asociada a su origen, en particular, los productos alimentarios de origen español se les considera como de buena calidad.

Sin embargo, el producto español ha estado y está en desventaja respecto a productos importados de otros países, especialmente Estados Unidos y el Sudeste Asiático, por la fortaleza existente en la actualidad del euro frente al dólar, y por los bajos precios de los productos asiáticos, que son capaces de dar un precio muy competitivo al alcance de las clases medias egipcias.

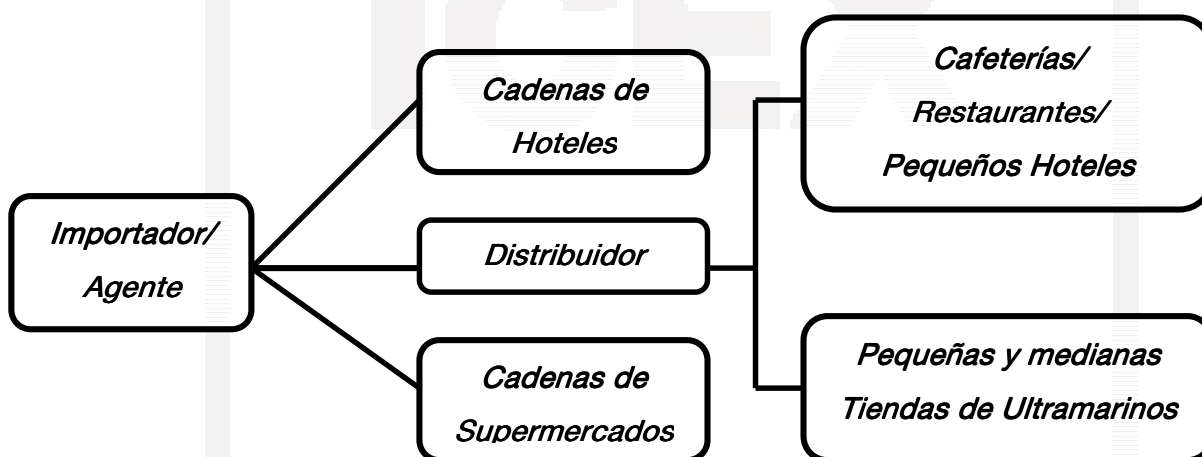
ICEX

VI. DISTRIBUCIÓN

Los importadores tienen tres formas de hacer llegar los productos a las tiendas:

- A través de un distribuidor.
- Directamente al canal HORECA. (Hoteles y restaurantes)
- Directamente a las cadenas de supermercados/ hipermercados.

Esquema de la distribución en alimentaria en Egipto



HORECA

Hoteles, restaurantes y cafeterías adquieren los productos de alimentación a través de distribuidores, que a su vez, obtienen los alimentos importados de agentes/importadores. Los hoteles de cuatro y cinco estrellas cuentan generalmente con licencia de importación, que utilizan principalmente para comprar bebidas alcohólicas y algunos productos exigidos por los chefs de sus restaurantes, que son imposibles de adquirir a través de agentes

Las principales cadenas hoteleras de cuatro y cinco estrellas presentes en Egipto son: Conrad, Four Seasons, Grand Hyat, Hilton, Mövenpick, Intercontinental, Sheraton, y Swiss Inn.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Supermercados internacionales e Hipermercados

Shoprite, cadena Sudafricana que abrió en los últimos años 7 supermercados. Su estrategia era ofrecer precios competitivos manteniendo tratos directos con fabricantes y no con intermediarios. Importaban directamente de Sudáfrica, Italia, Honk Kong y Singapur. Cerraron sus puertas en 2005 por falta de beneficios.

Carrefour ha revolucionado el comercio alimentario en Egipto introduciendo un nuevo formato de hipermercado, que hasta entonces sólo contaba con la presencia de la empresa local Alfa Market. Actualmente cuentan con dos establecimientos en El Cairo y uno en Alejandría. Su objetivo es atraer a las familias medias, y entre sus productos priman fundamentalmente los locales.

Spinney's es un hipermercado de origen Libanés que se encuentra en el centro comercial City Stars.

Supermercados locales e Hipermercados

Metro es la principal cadena egipcia de supermercados, y actualmente opera con más de 20 supermercados en El Cairo, Alejandría e Ismailia. Tiene planes de expansión en Hurghada y Mansoura. Cuenta con una variedad de productos que incluye más de 16.000 productos de alimentación y otros 6.000 productos complementarios.

El único hipermercado de capital egipcio que opera en el país es *Alfa Market*. Actualmente cuenta con 6 tiendas y antes de la llegada de Carrefour era el hipermercado más grande del país. Ofrece aproximadamente 70.000 productos de los cuales unos 20.000 son de alimentación. Cuentan con servicios como lavandería, alquiler de video, zapateros, etc. Su estrategia consiste en ofrecer promociones mensuales cercanas al 10-20% en varios productos. Además, la cadena ha creado varios tipos de sistemas de fidelización de clientes como “tarjetas familiares”, que ofrecen descuentos entre el 3 y el 10%.

HyperOne, el segundo hipermercado local, abrió su primer establecimiento en 2005 en las afueras de El Cairo, en la ciudad industrial de 6 de Octubre. El hipermercado cuenta con servicios complementarios como: área de restauración, 20 tiendas, y área infantil.

Supermercados de descuento

Con la expansión de los supermercados locales e internacionales, los supermercados de descuento se han visto obligados a ampliar sus servicios para mantener su presencia en el mercado.

Ragab Sons, El Mahmal y Abou Zekry son los principales supermercados de descuento. Para afrontar la fuerte competencia, Ragab Sons ha implementado una estrategia de promoción en varios productos con descuentos en torno al 10-20%; además la cadena ha ampliado su horario hasta cubrir las 24 horas diarias.

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Cadenas de ultramarinos, estaciones de servicio y kioscos

Este tipo de establecimientos vende dulces, snacks, zumos y refrescos importados. No importan productos directamente sino que los adquieren de importadores, mayoristas y distribuidores locales.

Las estaciones de servicio más populares son: Mobil Mart, Esso, Caltex y Shell. Exxon Mobil (On the Run) ha introducido un nuevo concepto de tiendas de ultramarinos, con tiendas de entre 60 y 200m² abiertas las 24 horas al día y cuyos productos estrella son los alimentos procesados y precocinados.

Las características principales de este tipo de comercios en Egipto son:

- Cuentan con un tamaño medio de entre 30 y 50 m² (con algunas excepciones como Mobil Mart)
- El volumen de ventas para un establecimiento medio es de 14.000 USD mientras los más importantes venden un promedio de 60.000 USD mensuales.
- Los agentes tienen un control completo sobre los establecimientos.
- Las estaciones de servicio cuentan con un margen de beneficio cercano al 25% sobre las ventas.

Pequeñas tiendas independientes de ultramarinos

Ofrecen un número limitado de productos importados. Se estima que este tipo de establecimientos disminuirá con la expansión de las grandes cadenas de supermercados e hipermercados. Todavía cuentan con la mayor cuota de mercado entre las clases medias-bajas.

A continuación se ofrece a modo de resumen, una tabla comparativa de las principales empresas del sector:

PERFIL DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR (2003/2004)				
Nombre	Propiedad	NºTiendas	Situación tiendas	Comprador/ Agente
METRO	Local	20	Cairo, Alejandría, Ismailía	Directo / Distribuidor
RAGAB SONS	Local	13	Cairo	Directo / Mayorista
FATHALLA	Local	8	Alejandría	Directo / Importador / Mayorista
ZAHARAN	Local	5	Alejandría	Directo
ALFA	Local	5	Cairo y Alejandría	Directo/ Importador
EL HAWARI	Local	5	Cairo	Mayorista
SHOPRITE	Joint Venture	7	Cairo	Directo / Importador
ABBA	Local	4	Cairo	Directo / Mayorista
SEOUDI	Local	6	Cairo	Directo
OSCAR	Local	2	Cairo	Directo / Agente/ Importador
CARREFOUR	Internacional	2	Cairo y Alejandría	Directo / Importador

Fuente: USDA Foreign Agricultural Service, Egypt Retail Food Sector 2004

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

En cuanto a la evolución de los puntos de venta, la siguiente tabla recoge la evolución de los mismos:

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PUNTOS DE VENTA				
TIPO	2000	2001	2002	2003
Supermercados	390	437	492	524
Hipermercados	2	3	6	7
Cadenas de ultramarinos	280	324	368	412
Cooperativas	258	248	241	235
Supermercados de descuento	50	58	65	69
Ultramarinos independientes	298	301	305	309

Fuente: USDA Foreign Agricultural Service, Egypt Retail Food Sector 2004

El número de puntos de venta se ha incrementado de forma considerable para los supermercados e hipermercados, debido fundamentalmente a la llegada de las cadenas extranjeras que ofrecen una nuevas fórmulas de compra. Por su parte, las tradicionales cooperativas y las pequeñas tiendas independientes han disminuido en número o se han mantenido prácticamente estables, como consecuencia de a la competencia de los nuevos super e hipermercados.

ICEX

VII.

CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Barreras arancelarias y fiscales.

En virtud del Acuerdo de Asociación firmado entre la UE y Egipto, que entró en vigor el uno de enero de 2004, se está llevando a cabo un desmantelamiento arancelario progresivo en el comercio entre ambas zonas.

En la siguiente tabla se muestra la relación de aranceles Nación Más Favorecida (NMF) aplicables, según la reforma arancelaria del 6 de febrero de 2007, Decreto Presidencial 39/2007, a los productos del sector y el artículo o protocolo del Acuerdo de Asociación entre la UE y Egipto aplicado a cada partida:

Barreras Arancelarias de las Partidas y Artículos aplicables		
Partida	Arancel NMF	Artículo aplicable
2009	20% (salvo 2009.9090 con un 5%)	Protocolo 1
2201	30%	Protocolo 3
2202	30%	Protocolo 3
Fuente: Market Access Database		

Protocolo 1 del Acuerdo de Asociación aplicado a la partida 2009 recogida en el Anexo del mismo: en enero de 2004 se aplicó una reducción del arancel del 100% a una cuota de 1000 toneladas de producto de dicha partida. Está cuota empezó a incrementarse a una tasa del 3% por año a partir de enero de 2005.

Protocolo 3 del Acuerdo de Asociación aplicado a las partidas 2201 y 2202 recogidas en el Anexo del mismo: en enero de 2006 el arancel se redujo un 5% sobre el arancel básico y en enero de 2007 se redujo el arancel en un 15% del arancel básico. En enero de 2008 se producirá la última reducción que alcanzará el 25% del arancel básico. Si consideramos que T_{NMF} es el arancel básico aplicado a la NMF, el esquema de desmantelamiento arancelario se puede resumir en la siguiente tabla:

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Reducción del arancel en % sobre el arancel básico (Protocolo 3)		
2006	2007	2008
95% T _{NMF}	85% T _{NMF}	75% T _{NMF}
Fuente: Mediterranean Agreement Octubre 2002		

Desde 1982 se aplica un impuesto sobre las ventas, regulado por la Ley 157 de 1981, según la cual por norma general se aplican los siguientes tres niveles impositivos: 5% (alimentos), 10% (la mayoría de los productos), 25% (bienes de lujo). Las partidas recogidas en esta nota se les aplica un 10%, salvo a las excepciones que se comentan a continuación. Según la Ley 9/2005 que modifica la Ley 11/1991 del Impuesto General sobre Ventas, a las aguas minerales con gas, con o sin aditivos, se le aplica un impuesto del 32,5% y a la cerveza sin alcohol un 60%

Barreras Técnicas. Certificación / Homologación

La siguiente tabla recoge los distintos certificados específicos que pueden ser exigidos según la partida arancelaria:

Barrera técnica / Certificado	2009	2201	2202
Certificado de conformidad			
Inspección de productos agrícolas, productos alimenticios y artículos que vayan a estar en contacto con los mismos			
Apelación contra el resultado final de la inspección de productos agrícolas, productos alimenticios y artículos que vayan a estar en contacto con los mismos			
Requerimiento de muestra para análisis medioambiental			
Fuente: Market Access Database			

A continuación se van a definir cada uno de ellos:

- Certificado de conformidad– un certificado que demuestre que el producto fue importado bajo los estándares de sanidad y seguridad egipcias.
- Inspección de productos agrícolas, productos alimenticios y artículos que vayan a estar en contacto con los mismos – es un documento que confirma que esos productos agrícolas, productos alimentarios, aditivos para alimentos o cualquier equipo que vaya a estar en contacto con productos alimentarios han sido sometidos al control de las autoridades egipcias y que han sido consideradas como adecuados para el consumo humano y que han cumplido las especificaciones egipcias sobre alimentos, incluyendo los estándares de seguridad y salubridad egipcios.
- Apelación contra el resultado final de la inspección de productos agrícolas, productos alimenticios y artículos que vayan a estar en contacto con los mismos- documento que permite la revisión de la inspección de estandarización realizada a productos

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

agrícolas, productos alimenticios y artículos que vayan a estar en contacto con los mismos de acuerdo con el Decreto Ministerial 515 de 2003.

- Requerimiento de muestra para análisis medioambiental – documento que confirma que la tierra, agua, plantas, fertilizantes y contaminantes agrícolas que van a ser importados, han sido sometidos a la inspección y que cumplen los estándares medioambientales egipcios.

La *Organización General para el Control de las Exportaciones e Importaciones (GOIEC)* del Ministerio de Comercio e Industria es el organismo de referencia para las importaciones y exportaciones. Su misión es la inspección y la certificación de productos importados. El muestreo y los tests son siempre delegados a los servicios de los ministerios de agricultura y sanidad, en función de los productos.

El *Food Institute*, dependiente del Ministerio de Sanidad realiza los controles de los alimentos infantiles y los productos dietéticos. El *Central Lab for Food and Feed* del Ministerio de Agricultura se encarga del resto de productos.

La organización egipcia de normalización y control de calidad (EOS) establece, adopta y publica los estándares y códigos de buenas prácticas, además de otorgar las marcas de calidad y conformidad. Sin embargo, es el Ministerio de Sanidad y Comercio el encargado de hacerlas aplicar.

En general, todas las mercancías tienen que estar claramente etiquetadas y acompañadas de un certificado de origen. Las normas de etiquetado son muy exigentes y costosas, tienen que ser estrictamente aplicadas, y las etiquetas han de estar redactadas en árabe, aunque el uso de otras lenguas también está permitido. Toda la información debe aparecer tanto en el exterior del envase como en el producto mismo.

De forma general, la etiqueta del envase debe contener la siguiente información: Nombre y dirección del fabricante; Marca; País de Origen; Tipo de producto; Nombre y dirección del importador; Fecha de producción y de caducidad; Instrucciones de uso; Composición e ingredientes del producto; Condiciones de almacenaje y de conservación; Peso (peso neto de cada producto, peso neto y bruto) en parte superior de las cajas; Peso del conjunto de la mercancía importada con el número de cajas; Porcentaje de cada aditivo;...Existen otros requisitos específicos para determinados tipos de productos, que dependen de la norma establecida para los mismos. Toda la información debe ser clara y legible y en principio, las pegatinas no están permitidas.

Los tests y análisis se realizan a la llegada al puerto y se componen de:

- Análisis en laboratorio por el Ministerio de Sanidad
- Conformidad de los embalajes y productos por el GOEIC.

Para dichos análisis, se recoge un muestreo aleatorio correspondiente al 1% del número total de paquetes de un lote. Los resultados del test se obtienen 7 días después (14 días para las conservas, aguas minerales y productos congelados).

En cuanto a las normas egipcias de caducidad, difieren bastante de las utilizadas en otros países. Al contrario que en numerosos países, donde el productor es responsable de la calidad sanitaria de los productos, en Egipto es el gobierno quien fija las normas y la fecha de

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

caducidad de cada tipo de producto. Según un decreto de 1994 todos los productos alimentarios han de contar, en fecha de entrada al país, un mínimo del 50% de su período de validez sanitaria

Relaciones Exportador / Importador. Formas de pago

La duración de las relaciones entre importador y exportador va a depender principalmente del precio que éste ofrezca. En principio, se tiende a prolongar las relaciones comerciales en el tiempo siempre que estas condiciones económicas se mantengan.

En cuanto a las formas de pago, el uso del crédito documentario es normal en las operaciones comerciales con Egipto. El instrumento de pago más frecuentemente empleado es la carta de crédito confirmada e irrevocable y en su defecto el pago contra documentos.

En estas operaciones, el importador local debe depositar el 100% del importe de la operación en el banco emisor.

Cuando existe una relación previa con el importador se acude en ocasiones al pago mediante transferencia por adelantado para reducir trámites y costes.

ICEX

VIII. ANEXOS

1. ANEXO ESTADÍSTICO

A continuación podemos observar cómo se distribuyen las importaciones del país de origen de las bebidas sin alcohol que en la presente nota se tratan (todas las cifras están en dólares americanos, Fuente: CAPMAS)

2009 Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

AÑO 2.006

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 España	1.343.025	41,37%
2 India	260.744	8,03%
3 Arabia Saudí	216.557	6,67%
4 Colombia	192.636	5,93%
5 Líbano	182.238	5,61%
6 Alemania	144.885	4,46%
7 EE.UU	126.195	3,89%
8 Chipre	122.038	3,76%
9 Francia	108.573	3,34%
10 Austria	80.459	2,48%
Total Top 10	2.777.350	85,55%
Resto	469.249	14,45%
Total importaciones	3.246.599	100,00%

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

AÑO 2.005

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 España	1.717.294	47,62%
2 India	662.855	18,38%
3 Líbano	170.079	4,72%
4 Arabia Saudí	156.879	4,35%
5 Tailandia	142.451	3,95%
6 Chipre	140.029	3,88%
7 Austria	115.500	3,20%
8 EE.UU	89.672	2,49%
9 Italia	81.571	2,26%
10 Emiratos Árabes Unidos	67.441	1,87%
Total Top 10	3.343.771	92,73%
Resto	262.266	7,27%
Total importaciones	3.606.037	100,00%

AÑO 2.004

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 España	985.717	27,34%
2 Tailandia	164.686	4,57%
3 Chipre	122.932	3,41%
4 Líbano	99.701	2,76%
5 China	78.026	2,16%
6 Austria	66.934	1,86%
7 EE.UU	53.179	1,47%
8 Hungría	30.785	0,85%
9 Holanda	20.703	0,57%
10 Arabia Saudí	17.261	0,48%
Total Top 10	1.639.924	45,48%
Resto	101.872	2,83%
Total importaciones	1.741.796	48,30%

AÑO 2.003

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 España	713.827	19,80%
2 Chipre	70.492	1,95%
3 Alemania	57.760	1,60%
4 Dinamarca	52.938	1,47%
5 Hungría	37.623	1,04%
6 Tailandia	36.908	1,02%
7 Austria	33.374	0,93%
8 Reino Unido	32.868	0,91%

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

9 EE.UU	31.347	0,87%
10 Arabia Saudí	25.140	0,70%
Total Top 10	1.092.277	30,29%
Resto	123.099	3,41%
Total importaciones	1.215.376	33,70%

AÑO 2.002

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 España	303.141	8,41%
2 Alemania	238.195	6,61%
3 EE.UU	103.390	2,87%
4 Chipre	93.324	2,59%
5 Tailandia	90.331	2,50%
6 Austria	86.674	2,40%
7 Dinamarca	46.413	1,29%
8 Emiratos Árabes Unidos	38.165	1,06%
9 Arabia Saudí	30.188	0,84%
10 Australia	30.117	0,84%
Total Top 10	1.059.938	29,39%
Resto	162.492	4,51%
Total importaciones	1.222.430	33,90%

2201 Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada; hielo y nieve

AÑO 2.006

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Hong Kong	137.183	36,48%
2 Francia	135.319	35,98%
3 Italia	98.148	26,10%
4 Eslovenia	5.412	1,44%
Total Top 4	376.062	100,00%
Resto	0	0,00%
Total importaciones	376.062	100,00%

AÑO 2.005

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Italia	110.694	36,10%
2 Argentina	86.908	28,34%
3 Francia	71.764	23,41%
4 EE.UU	19.017	6,20%

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

5 Chipre	11.099	3,62%
6 Macedonia	7.129	2,33%
Total Top 6	306.611	100,00%
Resto	0	0,00%
Total importaciones	306.611	100,00%

AÑO 2.004

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Italia	34.108	44,67%
2 Francia	28.258	37,01%
3 EE.UU	13.986	18,32%
Total Top 3	76.352	100,00%
Resto	0	0,00%
Total importaciones	76.352	100,00%

AÑO 2.003

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Emiratos Árabes Unidos	53.083	61,19%
2 Francia	22.330	25,74%
3 Italia	11.345	13,08%
Total Top 3	86.758	100,00%
Resto	0	0,00%
Total importaciones	86.758	100,00%

AÑO 2.002

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Francia	22.719	45,63%
2 Italia	14.570	29,26%
3 Suiza	11.922	23,95%
4 Reino Unido	338	0,68%
5 Bielorrusia	238	0,48%
Total Top 5	49.787	100,00%
Resto	0	0,00%
Total importaciones	49.787	100,00%

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

2202 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 2009

AÑO 2.006

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Emiratos Árabes Unidos	286.462	40,68%
2 Arabia Sudí	208.164	29,56%
3 EE.UU	76.969	10,93%
4 Italia	37.222	5,29%
5 Líbano	30.891	4,39%
6 España	24.973	3,55%
7 Suiza	20.179	2,87%
8 Reino Unido	11.940	1,70%
9 Jordania	7.311	1,04%
Total Top 9	704.111	100,00%
Resto	0	0,00%
Total importaciones	704.111	100,00%

AÑO 2.005

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Arabia Saudí	119.854	33,02%
2 Italia	48.940	13,48%
3 Suiza	39.501	10,88%
4 EE.UU	31.310	8,63%
5 Líbano	25.260	6,96%
6 Kuwait	22.233	6,13%
7 Corea del Sur	20.847	5,74%
8 Yemen	19.680	5,42%
9 Reino Unido	15.520	4,28%
10 España	11.464	3,16%
Total Top 10	354.609	97,71%
Resto	8.315	2,29%
Total importaciones	362.924	100,00%

AÑO 2.004

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Yemen	311.535	50,77%
2 Italia	70.013	11,41%
3 EE.UU	38.027	6,20%
4 Suiza	34.313	5,59%

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

5 Arabia Saudí	30.124	4,91%
6 Francia	21.639	3,53%
7 Tailandia	16.625	2,71%
8 Líbano	15.560	2,54%
9 Alemania	14.045	2,29%
10 Emiratos Árabes Unidos	12.531	2,04%
11 España	11.972	1,95%
Total Top 10	564.412	91,98%
Resto	49.192	8,02%
Total importaciones	613.604	100,00%

AÑO 2.003

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Tailandia	87.752	32,57%
2 España	50.869	18,88%
3 Arabia Saudí	34.061	12,64%
4 EE.UU	27.188	10,09%
5 Suiza	18.806	6,98%
6 Italia	17.950	6,66%
7 Siria	13.054	4,85%
8 Alemania	8.571	3,18%
9 Francia	6.333	2,35%
10 Líbano	4.696	1,74%
Total Top 10	269.280	99,95%
Resto	139	0,05%
Total importaciones	269.419	100,00%

AÑO 2.002

Ranking	Valor (USD)	% cuota importación
1 Arabia Saudí	81.463	28,47%
2 Suiza	47.776	16,70%
3 Reino Unido	39.062	13,65%
4 Italia	28.039	9,80%
5 EE.UU	15.783	5,52%
6 Alemania	13.164	4,60%
7 España	11.846	4,14%
8 Suecia	11.726	4,10%
9 Dinamarca	11.264	3,94%
10 Singapur	10.555	3,69%
Total Top 10	270.678	94,60%
Resto	15.459	5,40%
Total importaciones	286.137	100,00%

2. FERIAS

SUPERMARKET EXPO 2006

Ámbito:	Internacional
Fecha:	19-23 de Septiembre 2006
Edición:	11
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Cairo International Conference Center
Director / Organizador:	Prestige Management Event
Superficie:	18.000 m ²
Tipo de visitantes:	Profesional y público en General

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

MIDDLE EAST FOOD MAGAZINE

Revista de alimentos y bebidas que abarca diversos países de la zona.

www.mefmag.com

4. PRODUCTORES

THE EGYPTIAN CANNING COMPANY

Producto: zumos de frutas

157, 26th of July St. – Zamalek – Cairo

Tel: +20 2 2735 82 76

Fax: +20 2 2735 44 08

Web: www.best4juice.com

EL MARWA FOOD INDUSTRIES COMPANY

Producto: zumos y concentrados de frutas

6th of October City – Giza

Tel.: +20 2 3834 35 71

Fax: +20 2 3832 08 10

Web: www.elmarwa.com

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

ENJOY

Producto: zumos y lácteos (leche y yogures)

Kombora- Imbaba – Cairo

Tel.: +20 2 3890 04 01

Fax: +20 2 3890 04 08

Web: www.enjoy-eg.com

JUHAYNA

Producto: lácteos (leche, yogures, quesos), zumos y postres

6th of October City – 1st Industrial Zone – Lot 39 – Giza

Tel.: +20 2 3833 36 55

Fax: +20 2 3833 03 63

Web: www.juhayna.com

5. IMPORTADORES

ALAMIA IMPORT & EXPORT

Actividad: importación, exportación y agentes de productos alimenticios

22 Ahmed Sannan St. – Heliopolis – Cairo

Tel.: +20 2 2637 98 38

Fax: +20 2 2637 96 49

AWLAD FOUAD HASSIN AND SONS

Actividad: importador de productos de alimentación

511 Port Said St. Midan Bab El Shaareya- 3rd floor- Cairo

Tel.: +20 2 2588 71 00

Fax: +20 2 2588 16 55

AYMAN AFANDY IMPORT, EXPORT & AGENCY

Actividad: importador de alimentos

El Nahda St., El Free Poor Building- 2nd floor- Port Said

Tel.: +20 2637 21 12

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Fax: +20 2638 90 88

EGYPTIAN UNITED INDUSTRIES- AZIZ & CO.

Actividad: importador, distribuidor y catering para hotels

26 Sherif St. – 115 Inmobilia Bldg. – Cairo

Tel.: +20 2 2392 55 02

Fax: +20 2 2393 25 51

EL SHAMA TRADING GROUP

Actividad: agentes de importación de alimentos y suministros a hoteles.

3 Nahla Al Muteai – Masr Gidida- Cairo

Tel.: +20 2 2639 41 91

Fax: +20 2 2637 31 60

EXTRA INTERNATIONAL TRADE CO.

Actividad: importador de alimentos

71 Misr Helwan St. – Maadi – Cairo

Tel.: +20 2 2519 79 01

Fax: +20 2 2519 79 01

IMPORTERS AND COMERCIAL AGENCIES OF FOOD INDUSTRY

Actividad: importador, distribuidor de alimentos

289 King Faissal St. – Haram – Cairo

Tel.: +20 1536 65 65

Fax: +20 1536 53 89

INTEGRAL GROUP

Actividad: importador y distribuidor.

4 Fathala Rafaat St. – 3rd floor – Nasr City – Cairo

Tel.: +20 2 2423 02 37

Fax: +20 2 2425 22 80

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

ISLAMIC FOREIGN TRADE

Actividad: importador, exportador de alimentos

162 Pyramids St. – Giza – Cairo

Tel.: +20 2 3740 49 27

Fax: +20 2 3740 49 41

MIDO INT'L TRADING

Actividad: agente e importador de alimentos, suministros para hoteles y representante autorizado para marcas como Juhayna.

Km 40 Cairo- Ismaleya Road – 10th of Ramadan – Sharkeya

Tel.: +20 2 2258 04 69

Fax: +20 2 2258 04 69

NAMCO

Actividad: importador de alimentos

210 Port Said St. Sporting- Sidi Gaber - Alexandria

Tel.: +20 3 591 16 34

Fax: +20 3 542 51 13

NICE TRADING

Actividad: importación de alimentos

511 Port Said – Bab El Sharia Square – Cairo

Tel.: +20 2 2588 16 55

Fax: +20 2 2588 71 00

NOURAN MULTITRADING CORPORATION

Actividad: importador y distribuidor de alimentos

237 El Hegaz St. – 6th floor – Heliopolis - Cairo

Tel.: +20 2 2637 41 66

Fax: +20 2 2635 18 66

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

SANABEL IMPORT & EXPORT AND COMERCIAL AGENCIES

Actividad: importador y distribuidor de alimentos.

59 Khalifa Maamoun St. – Roxy – Heliopolis – Cairo

Tel. : +20 2 2258 45 77

Fax: +20 2 2258 45 77

SIDAR FOR INTERNATIONAL TRADE

Actividad: importador y distribuidor de productos alimentarios

30 Adnan El Medany St. –Mohandessin – Cairo

Tel.: +20 2 3346 89 92

Fax: +20 2 3737 24 87

SUDAN FOR SHIPPING AND TRADING

Actividad: importador de alimentos

37 Al Hurreya – Port Said

Tel.: +20 2 2256 81 47

Fax: +20 2 2256 81 47

TRADEX INT'L TRADE

Actividad: agente comercial, importador y distribuidor

7 Ahmed Orabi St. – 5th floor – Mohandessin – Cairo

Tel.: +20 2 3304 05 02

Fax: +20 2 3306 33 44

6. SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS

ALFA MARKET

157, El-Madares St. - Zahraa El-Maadi behind USAID - Maadi – Cairo

Tel.: +20 2 2521 88 44

Fax: +20 2 2521 88 55

CARREFOUR EGYPT, MAF HYPERMARKETS

Kattameya Road – Ring Road – El-Mearag - Maadi - Cairo

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

Tel.: +20 2 2520 43 00

Fax: +20 2 2520 43 09

HYPER ONE

Entrance of El-Sheikh Zayed City - Ent. No. 1 - 6th of October – Giza

Tel.: +20 2 3850 47 78

Fax: +20 2 3850 85 20

METRO SUPERMARKETS

Industrial Zone Zahraa El Maadi – New Maadi – Cairo

Tel.: +20 2 2754 83 75

Fax: +20 2 2519 33 51

SEOUDI SUPERMARKETS

195, 26th of July St. – Zamalek – Cairo

Tel.: +20 2 2748 84 40

Fax: +20 2 2748 84 42

SPINNEYS

1st Floor, City Stars – Omar Ibn El Khattab St. – Heliopolis – Cairo

Tel.: +20 2 2480 23 40

Fax: +20 2 24802346

7. INSTITUCIONES PÚBLICAS Y ASOCIACIONES

EGYPTIAN CHAMBER OF FOOD INDUSTRY

1195 Cornishe El-Nil St. – Cairo

Tel.: +20 2 579 73 31

Fax: +20 2 2574 8312

Web: www.egycofi.org.eg

EL MERCADO DE LAS BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EGIPTO

CENTRAL LAB FOR FOOD AND FEED

9 El Gamaa St. – Giza

Tel: +20 2 3573 19 89

Fax: +20 2 3573 22 80

CENTRAL LABORATORY (MOH)

3 Maglis El Shaab St. – Cairo

Tel.: +20 2 2794 72 71

Fax: +20 2 2796 22 48

FOOD INSTITUTE (MOH)

16, Kasr El Eini St. – Cairo

Tel.: +20 2 2364 64 13

Fax: +20 2 2364 74 76

MINISTRY OF FOREIGN TRADE & INDUSTRY

8 Adly St. – 5th Floor – Cairo

Tel.: +20 2 2391 96 61

Fax: +20 2 2390 30 29

EGYPTIAN ORGANIZATION FOR STANDARIZATION AND QUALITY CONTROL

16 Tadreeb El Motdrabeen St. – Amiria – Cairo

Tel.: +20 2 2603 13 48

Fax: +20 2 2603 13 51

GENERAL ORGANIZATION FOR EXPORT AND IMPORT CONTROL (GOIEC)

1 Ramsis St. – Cairo

Tel.: +202 2575 61 30

Fax: +202 2795 68 35