



SERVICIOS  
PERSONALIZADOS  
ICEX

Ejemplo:

# Agenda de reuniones de negocio para Business, S.A. en Egipto

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en El Cairo

**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones



# Ejemplo\*:

## Agenda de reuniones de negocio para Business, S.A. en Egipto

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en El Cairo



SERVICIOS  
PERSONALIZADOS  
ICEX

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

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

\*Los nombres de empresas y sus datos,  
así como las fechas de este ejemplo son  
ficticios.



# Índice

<b>1. Descripción del servicio</b>	<b>4</b>
1.1. Necesidades del cliente	4
1.2. Criterios de selección de las empresas	4
<b>2. Agenda de reuniones de negocio</b>	<b>5</b>
2.1. Resumen de la Agenda de Negocio	5
2.2. Reuniones de negocio concertadas	6
2.3. Empresas con las que no se ha podido concertar una reunión y motivos	9
<b>3. Información del mercado</b>	<b>12</b>
3.1. Breve nota sobre la situación de la medicina estética en Egipto	12
3.2. Datos de comercio exterior	20
<b>4. Información práctica del país</b>	<b>22</b>
4.1. Consejos útiles	22
4.2. Cómo hacer negocios en Egipto	26
4.3. Direcciones de interés	30



# 1. Descripción del servicio

## 1.1. Necesidades del cliente

El grupo Business, S.A es una empresa especializada en el Desarrollo y manufactura de dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética

La misión de la empresa es la de suministrar última tecnología en el sector de aparatología médico-estético y salud, mediante desarrollo y producción propia, entendiendo las nuevas necesidades de los clientes y, por lo tanto, aportando soluciones de alto valor a las mismas.

Su objetivo es ser marca de referencia en el sector médico-estético y salud, por su constante capacidad de adaptación al mercado, su alta especialización en el sector, así como por el desarrollo único de tecnología innovadora junto a una excelente orientación al cliente.

Por todo ello, para iniciar su entrada en el mercado egipcio, Business, S.A. necesita establecer contactos de dos tipos:

- 1- Agentes especializados en la promoción y venta de productos de tecnología láser para la industria dermatológica y estética.
- 2- Empresas vinculadas a la importación y distribución de equipamiento médico de alta tecnología utilizado en el sector de la estética y, en menor medida, dental.

## 1.2. Criterios de selección de las empresas

El primer elemento tenido en cuenta para la selección de los contactos en Egipto ha sido el tamaño de las empresas. En función de ello, se han identificado empresas de tamaño medio-alto y página web.

Se han elegido además empresas vinculadas al sector de la salud y de la estética o, de manera más genérica, al de los equipos médicos de alta tecnología.



## 2. Agenda de reuniones de negocio

### 2.1. Resumen de la Agenda de Negocio

Agenda de reuniones de negocios realizada para *Xxxxx*, *Head of International Business Development* de Business, S.A., y *Xxxx*, socio fundador y responsable de Producción y Desarrollo, para los días *XX*, *XX* y *XX* de *XXXX* de *XXXX*.

**Resumen de las reuniones** de negocio concertadas:

Horario	Lunes XX de XXXX	Martes XX de XXXX	Miércoles XX de XXXX
9:30		<b>EMPRESA 4</b> Dirección 4 Contacto 1, President Contacto 2, Vice president Reem Contacto 3, Ingeniero jefe El Cairo Tiempo desplazamiento: 60 min	<b>EMPRESA 7</b> Dirección 7 Contacto 1, Sales Engineer Contacto 2, CEO El Cairo Tiempo desplazamiento: 60 min
10:00	<b>EMPRESA 1</b> Dirección 1 Contacto 1, Gen. Manager Contacto 2, Turnkey Business Manager Contacto 3, Registration Contacto 4, Planning Manager El Cairo Tiempo desplazamiento: 45 min		
12:30		<b>EMPRESA 5</b> Dirección 5 Contacto 1, Senior Sales Engineer El Cairo Tiempo desplazamiento: 45 min	<b>EMPRESA 8</b> Dirección 8. Contacto 1, Manager El Cairo Tiempo desplazamiento: 45 min
13:00	<b>EMPRESA 2I</b> Dirección 2 Contacto 1, Managing partner El Cairo Tiempo desplazamiento: 60 min		
15:30		<b>EMPRESA 6</b> Dirección 6 Contacto 1, Manager El Cairo Tiempo desplazamiento: 60 min	
16:00	<b>EMPRESA 3</b> Dirección 3 Contacto 1, General Manager El Cairo Tiempo desplazamiento: 60 min		



## 2.2. Reuniones de negocio concertadas

LUNES, XX DE XXXX

10:00h.

Empresa	EMPRESA 1
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Gen. Manager Contacto 2, Turnkey Business Manager Contacto 3, Registration Contacto 4, Planning Manage
Dirección	Dirección 1.
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 00 000 00 000 / +00 000 000 0000 (Contacto 2)
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa1.com">contacto1@empresa1.com</a>
WEB	<a href="http://www.empresa1.php">http://www.empresa1.php</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico y productos de salud.

LUNES, XX DE XXXX

13:00h.

Empresa	EMPRESA 2
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Managing Partners
Dirección	Dirección 2
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 000 000 0000 (Contacto 1) / +00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa2.com">contacto1@empresa2.com</a> / <a href="mailto:contacto2@empresa2.com">contacto2@empresa2.com</a>
WEB	<a href="http://www.empresa2.com">http://www.empresa2.com</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico.

LUNES, XX DE XXXX

16:00h.

Empresa	EMPRESA 3.
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, General Manager
Dirección	Dirección 3.
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa3.com">contacto1@empresa3.com</a>
WEB	<a href="http://empresa3.com/">http://empresa3.com/</a>
Perfil de la empresa	Grupo especializado en la distribución de productos y equipamiento médico, con una división particular para dermatología y estética.



Agenda de reuniones de negocio  
para Business, S.A. en Egipto

MARTES, XX DE XXXX

09:30h.

Empresa	EMPRESA 4
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1/ Contacto 2 / Eng - Managers
Dirección	Dirección 4
Móvil	+00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:contacto2@yahoo.com">contacto2@yahoo.com</a>
WEB	<a href="https://www.empresa4.com">https://www.empresa4.com</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico.

MARTES, XX DE XXXX

12:30h.

Empresa	EMPRESA 5
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Senior Sales Engineer
Dirección	Dirección 5
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa5.org">contacto1@empresa5.org</a>
WEB	<a href="https://empresa5.com/">https://empresa5.com/</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico y en la provisión de diferentes servicios para el sector sanitario.

MARTES, XX DE XXXX

15:30h.

Empresa	EMPRESA 6
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Office Manager
Dirección	Dirección 6
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa6.com">contacto1@empresa6.com</a>
WEB	<a href="http://empresa6.com/">http://empresa6.com/</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico-estético y productos sanitarios y de cuidado personal en Egipto.



Agenda de reuniones de negocio  
para Business, S.A. en Egipto

### MIÉRCOLES, XX DE XXXX

09:30h.

Empresa	EMPRESA 7
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Sales Engineer Contacto 2, CEO
Dirección	Dirección 7
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 000 000 0000 (Ms. Alaa Ahmed) / +00 000 000 0000 (Dr.Khaled Elsacket)
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa7.com">contacto1@empresa7.com</a>
WEB	<a href="http://www.empresa7.com">http://www.empresa7.com</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico.

### MIÉRCOLES, XX DE XXXX

12:30h.

Empresa	EMPRESA 8
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Manager
Dirección	Dirección 8.
Móvil	+00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:contacto1@empresa8.com">contacto1@empresa8.com</a>
WEB	<a href="http://www.empresa8.com/">http://www.empresa8.com/</a>
Perfil de la empresa	Clínica de tratamientos estéticos y dermatológicos especializada en productos láser.





## 2.3. Empresas con las que no se ha podido concertar una reunión y motivos

Las siguientes empresas fueron contactadas para mantener reuniones de negocio, pero por los motivos que se detallan a continuación, fue imposible incluirlas en la agenda.

<b>Empresa 1</b>	<b>XXXXXXXX</b>
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Sales Manager
Idioma	Inglés / árabe
Dirección	Dirección 1
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	
Correo-e	<a href="mailto:Contacto1@empresa1.com">Contacto1@empresa1.com</a>
WEB	<a href="http://empresa1.com">http://empresa1.com</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico a clínicas y hospitales.
Motivo que impidió la entrevista	Son distribuidores exclusivos de la marca italiana Biotec y ya tienen los mismos productos.

<b>Empresa 2</b>	<b>XXXXXXXX</b>
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Sales Manager
Idioma	Inglés / árabe
Dirección	Dirección 2
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	+00 000 000 0000
Correo-e	<a href="mailto:Contacto1@empresa2.com">Contacto1@empresa2.com</a>
WEB	<a href="http://empresa2.com">http://empresa2.com</a>
Perfil de la empresa	Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico.
Motivo que impidió la entrevista	No están interesados en incluir los productos de Business, S.A. en su catálogo.



<b>Empresa 3</b>	<b>XXXXXXXXXX</b>
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Sales Manager
Idioma	Inglés / árabe
Dirección	Dirección 3.
Teléfono / Fax	(+00) 0 000 0000 / (+00) 00000000
Móvil	
Correo-e	
WEB	<a href="http://www.empresa3.com">http://www.empresa3.com</a>
Perfil de la empresa	<b>Empresa especializada en la distribución de equipamiento médico.</b>
Motivo que impidió la entrevista	Dejaron de contestar ante la propuesta de establecer una reunión.

(...y 4 empresas más)



## 3. Información del mercado

### 3.1. Breve nota sobre la situación de los dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética en Egipto

#### 1. Introducción.

El sector del láser lleva evolucionando y progresando desde finales de los años 90 y principios de los 2000. El mercado de los tratamientos de belleza y la estética ha estado en crecimiento los últimos diez años y se encuentra en actual estado de crecimiento —entre un 10% y un 20% anual— y evolución. Además, las características demográficas del país —mucha población joven y en crecimiento— hacen que tenga un enorme potencial de futuro y que exista aún espacio para la entrada de nuevos competidores. No obstante, es un mercado muy competitivo.

El mercado no ha dejado de atraer el interés de un cada vez mayor número de capas sociales y, de manera creciente, incluyendo al público masculino. Además, los miedos a este tipo de intervenciones se han perdido y la demanda no deja de extenderse por un segmento cada vez mayor de la población egipcia, con mujeres solicitándolo para sus bodas y con la aparición de centros de belleza y clínicas en todas las principales ciudades egipcias y no solo en El Cairo.

Los consumidores tienen cada vez más conocimientos sobre este tipo de tratamientos, y preguntan por el tipo y el origen de láser —las marcas europeas y americanas están mejor valoradas que las asiáticas dado que la clase media/alta es la mayor clientela de estos tratamientos, y de hecho las clínicas, aunque empiecen con material más barato, cambian a otros de Europa o EE. UU. siempre que pueden—, invirtiendo en intervenciones más caras si eso supone calidad de resultados.

No obstante, al igual que otros sectores de la economía egipcia, el mercado de los dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética se ha visto afectado por la devaluación de la libra egipcia llevada a cabo en 2016 (En 2016 1€=7LE en 2019 1€=20 LE) cuando, a cambio de recibir un préstamo del Fondo Monetario Internacional, el gobierno decidió liberalizar el tipo de cambio. La escasez de divisas y la inflación resultantes han obligado a las clínicas y centros de belleza a reducir márgenes y a apostar por aparatos de menor calidad y precio reducido, de origen asiático.

A pesar de todo, el país se mantiene estable económicamente y su crecimiento avanza de manera progresiva. En 2018, la economía de Egipto creció un 5,3%, una tendencia que parece que se mantendrá, superando el 6% para 2021, según las previsiones del Banco Mundial. Todo ello motivado por inversiones públicas y privadas y por un aumento del consumo.



De la misma forma, a nivel socioeconómico el mercado egipcio presenta buenas perspectivas para el sector. La población del país superó los 96 millones en 2018 y crece a un ritmo anual de un 2,5%. Es además una población muy joven —más del 33% de la población tiene menos de 15 años—, pero en proceso de envejecimiento, con creciente esperanza de vida y cada vez más preocupada por la salud y el cuidado personal. Además, un 33% de la población sufre obesidad, algo que supone oportunidades para el sector.

Todo esto se suma al creciente número de centros urbanos y de hospitales en construcción, y a un clima de inversiones cada vez más liberalizado. La dificultad del gobierno egipcio de lidiar con el crecimiento poblacional está incentivando el sector privado en el ámbito de la salud y el cuidado personal, lo que beneficia al mercado.

En este aspecto, la mayor barrera para el sector sigue siendo la baja renta per cápita de los egipcios. Si bien, el progresivo aumento de los ingresos de la clase media y las capas altas de la sociedad está motivando el aumento de la demanda de tratamientos de belleza. Por otra parte, aunque el mercado de estos productos en Oriente Próximo sigue muy por detrás de Europa, EE. UU. o el sudeste asiático, Egipto tiene las mejores expectativas de toda la región. De hecho, el país se ha convertido en un destino habitual de turismo médico, gracias a la alta cualificación de sus profesionales, a los precios competitivos y la relativa facilidad para conseguir los visados de entrada.

Además, la buena calidad de los profesionales egipcios, muchos de ellos educados en el extranjero y el bajo precio de los tratamientos en relación a otros países de la región han convertido al país en el principal mercado del láser, compitiendo directamente con el Líbano, y atrayendo a turismo dermatológico y estético del golfo pérsico, especialmente de Arabia Saudí.

Asimismo, Egipto es un excelente punto de entrada al resto de mercados africanos, cada vez más interconectados, y consta además de excelentes instalaciones logísticas para el comercio, como el Canal de Suez, además por los acuerdos preferenciales de comercio que tiene con los países africanos y de Oriente Medio.

## **2. Dimensión del mercado.**

Si tomamos como referencia las importaciones del producto al país desde todo el mundo puede hablarse de un mercado valorado en 67.404.635€ (Comtrade, 2017), bastante por debajo de antes de la devaluación de la libra egipcia, cuando alcanzó los 84.730.538.

## **3. Precios.**

El mercado se divide en tres segmentos según el precio.

1. Alto nivel: no más del 20% del mercado, dominado por las americanas Candela y Cynosure y la italiana Deka.



2. Nivel medio: más del 60% del mercado, integrado por marcas americanas como Luminist, europeas como Quanta (italiana), y las coreanas, que aún son solo un 30% dentro de esta categoría van creciendo a gran velocidad gracias a su buena relación calidad-precio, entre ellas Ultraformer y Asclepion.
3. Nivel bajo: menos del 20% del mercado y dominado por marcas chinas que se han conseguido introducir en el mercado gracias a su bajo precio, pero de mucha peor calidad.

Los precios de los dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética varían dependiendo de la naturaleza de la tecnología implicada<sup>1</sup>:

Tecnología implicada	Rango de precios	
Láser de Alejandrita	100.000-120.000€	
Láser de Diodo	10.000-20.000€ (segmento bajo)	65.000-80.000€ (segmento medio/alto)
HIFU	25.000-50.000€	
Cavitación	3000-10.000€	

#### 4. Canales de distribución.

Las principales vías de canalización de la oferta del sector son los centros de belleza y de tratamientos estéticos, los cuales compran de manera directa a los exportadores o a empresas intermediarias, generalmente especializadas en la importación y distribución de equipamiento para el sector médico y/o de la estética. Existe también un segmento del mercado, el de los dispositivos de uso doméstico, que se canaliza directamente al usuario final, a través de empresas mayoristas.

La cadena de distribución comercial por lo general es bastante sencilla: Mayoristas - minoristas. Los importadores casi siempre actúan como mayoristas y tienen sus propios almacenes y establecimientos, en algunos casos incluso con venta directa al público (showrooms).

Los márgenes comerciales de los mayoristas cuando se trata de productos de consumo suelen estar entre el 5 y el 10% y los de los minoristas alrededor del 20%. También es frecuente que los importadores se denominen "sole agent". Aunque generalmente el importador egipcio no exige la exclusividad por contrato escrito, en la mayoría de los sectores todos los agentes y distribuidores se conocen entre sí y por tanto el proveedor tiene que seleccionar y centrar su colaboración comercial con uno de ellos.

La principal fuente que legisla la figura del "agente comercial" en el ordenamiento jurídico egipcio es la Ley 120/1982, del Agente Comercial (que entró en vigor el 26 de julio de 1982). El artículo 1 de dicha Ley define al agente como "cualquier persona o entidad que, sin estar vinculado a un contrato laboral o de servicios, realiza ofertas o comercia (compraventa) con comerciantes o distribuidores de forma ordinaria, en su propio nombre o en nombre de terceros".

<sup>1</sup> Fuente: Entrevista con el Dr. Shady, profesional del sector.



De conformidad con la Ley del Agente Comercial, existe la obligación de que el agente comercial sea: (i) de nacionalidad egipcia, o (ii) una entidad egipcia con personalidad jurídica que esté registrada en el Registro de Agentes Comerciales e Intermediarios del Ministerio de Comercio E industria de Egipto.

Además, la Ley 17/1999, de Comercio, completa la regulación relativa al agente comercial, destacando en su artículo 180 los requisitos que ha de cumplir el contrato de agencia (tiene que ser por escrito y establecer los límites de la relación de agencia, la remuneración o comisión del agente, el área de su actividad y el periodo de vigencia del contrato, en caso de que éste sea por tiempo definido).

Por último, el marco normativo en relación con los agentes comerciales se completa con los principios generales del Código de Comercio y el Código Civil.

## **5. Marketing.**

En el mercado de este tipo de equipos, siendo muy competitivo, el marketing ocupa un papel fundamental que se debe trabajar mucho para introducir los productos en el mercado y que lleva su tiempo. Es casi imprescindible contar con un aliado/agente en el sector médico, dermatológico o de la ingeniería biomédica que promocioe los equipos, y que se acuda y participe en conferencias y simposios, y que se realicen programas formativos con profesionales del sector para que usen los productos del catálogo, además de anuncios y publicidad. Con ello se promocionará el conocimiento y mediante el boca a boca se conseguirá que las clínicas incluyan los productos en su porfolio. Muchos de los agentes que trabajan en Egipto permiten luego la entrada en el resto de la región. Frente a los compradores finales y distribuidores se debe tomar una política de facilidades de pago, generalmente se establece un depósito de 50-40% y se dan entre 12 y 15 meses de pagos para completar el resto.

## **6. Principales competidores**

El mercado de los dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética está dominado casi al 100% por marcas de importación.

Como ya se ha mencionado en el apartado de precios, las marcas líderes en el sector de precio alto son las americanas como Candela y Cynosure, seguidas de marcas europeas, principalmente italianas, como Deka. El sector de precios medios, que conforma la mayor parte del mercado, está dominado por marcas europeas como la italiana Quanta, y las alemanas Ultraformer y Asclepion, además de la estadounidense Luminist y, por detrás, las marcas coreanas.



## 7. Tendencias del mercado.

La demanda de tratamientos de belleza, especialmente la depilación, a través del uso del láser ha estado en crecimiento durante los últimos diez años, extendiéndose su interés desde las capas más altas de la sociedad egipcia a los estratos de menor nivel socioeconómico. Sin embargo, muchas mujeres siguen considerando un lujo acceder a tratamientos depilatorios, pues consideran que pueden hacerlo a la manera tradicional en sus casas. El coste de los tratamientos depilatorios con láser sigue desincentivando la demanda, que se sigue satisfaciendo principalmente a través de cremas depilatorias y maquinillas y, en menor medida, cuchillas. No obstante, se ha perdido el miedo al dolor y a las posibles consecuencias de los tratamientos.

Por otro lado, es notable señalar que el 70-80% del mercado lo copan los tratamientos depilatorios. El láser de Alejandrita es el más demandado, con alrededor de 45% de cuota (dentro del sector depilatorio) pero el Diodo, gracias a su buen precio y menor consumo energético, es el que más está creciendo, y supone ya entre el 30 y el 40% de la demanda.

La demanda, principalmente femenina y basada fundamentalmente en tratamientos depilatorios, se ha extendido también a los hombres, que entre sus intereses incluyen también la eliminación de cicatrices y acné.

Con todo ello, este mercado no ha dejado de evolucionar rápidamente, convirtiéndose en una provechosa opción de negocio para el sector dermatológico. Al mismo tiempo se ha convertido en un mercado muy competitivo, en el que las clínicas y centros de belleza se han embarcado en guerras de precios a la vez que diversificaban sus servicios. Componentes como la naturaleza de los equipos, la tecnología utilizada, los sistemas de enfriamiento, la cualificación de los profesionales que realizan la sesión y también la localización física de los centros son componentes que influyen en las variaciones de precios entre unos y otros.

Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, la devaluación de la libra en 2016 llevó a un elevado aumento del precio de los aparatos, que se duplicaron, triplicaron o incluso cuadruplicaron. Así, aparatos que se vendían por alrededor de 25.000€ han alcanzado los 100.000€.

Ante esta situación, los prestadores de servicios optaron por dos estrategias. Por un lado, se embarcaron en una guerra de precios, reduciendo márgenes —perdiendo hasta un 80% de los mismos o incluso aguantando pérdidas mientras la situación se estabiliza— a cambio de mantener su cuota de mercado.

Por otro, muchos centros decidieron virar hacia dispositivos de menor calidad para reducir costes, apostando también por la compra de piezas sueltas y por el alargamiento de la vida de los equipos a través de repetidas reparaciones y mediante la manipulación del sistema de refrigeración de los aparatos y de la anchura del pulso de luz para ahorrar consumo de energía. Esto último ha derivado



en cambios en la tipología de las sesiones, que han pasado a ser menos eficientes, más caras comparativamente para los clientes y menos separas en el tiempo.

Todo ello está motivando también la entrada de equipos de fabricación china y coreana, de menor coste —en algunos casos supone un ahorro del 90%—. Asimismo, muchos dermatólogos han sido sustituidos por técnicos sanitarios de menor cualificación —pero menor salario—, lo que ha incrementado los riesgos y reducido la calidad del servicio. Esto está motivando además la entrada en el mercado de esteticistas o incluso peluqueros. Por todo ello se está produciendo una entrada masiva de un abanico cada vez mayor de productos.

No obstante, se necesita una licencia médica, otorgada solo a profesionales de la medicina, para poder operar con dichos dispositivos, por lo que el resto de los profesionales actuarían de manera ilegal. Además, como ya se ha mencionado, los consumidores tienen un conocimiento cada vez mayor del mercado, y prefieren los tratamientos más caros y con marcas europeas o americanas frente al ahorro. Asimismo, el golpe inicial ocasionado por la devaluación de la libra ya se ha asumido por el mercado, por lo que las tendencias de reducción de costes se han frenado en favor de la calidad.

Otro componente a tener en cuenta es el servicio post-venta y de mantenimiento, generalmente establecido entre los proveedores de los aparatos y los centros que suele incluir una revisión mensual además de atención de emergencia por averías, ambos oscilando alrededor de los 50€ por servicio después del primer año, que suele ofrecerse de manera gratuita.

También debe considerarse que todos los centros que utilizan este tipo de tecnología deben contar una licencia de uso con un coste de unos 5.000€, repartidos entre el Ministerio de Sanidad, el Sindicato de Médicos y el Instituto Nacional del Láser —asociado a la universidad del Cairo—.

## **8. Conclusiones y principales recomendaciones.**

La tendencia de la demanda de tratamientos depilatorios y de intervenciones estéticas en Egipto ha sido creciente durante los últimos años, y se puede decir que el sector del láser se encuentra en evolución y en auge.

Es cierto que la ya mencionada devaluación de la libra egipcia y la inflación resultante han supuesto un duro golpe para el sector de los dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética, así como otros tantos productos de importación y no de primera necesidad. Esto es de especial relevancia porque la renta per cápita de la población egipcia sigue siendo baja.

La lucha de precios se ha exacerbado y los clientes han optado por alargar la vida de los dispositivos mediante reparaciones y la compra de piezas, a la vez que viraban sus preferencias hacia la oferta del sudeste asiático, de menos costes (aunque menor calidad). A pesar de todo este golpe ha sido





ya asumido por el sector, con lo que la calidad se está volviendo a imponer al precio bajo como ventaja clave entre competidores.

Por todo ello, dadas las características del mercado, existen enormes oportunidades de hacer negocio si se apuesta por los segmentos de calidad del mercado y de precios medios y altos. El marketing será un elemento fundamental para asegurar las ventas, resaltando la calidad del producto, su amplio componente tecnológico —especialmente en lo relativo al ahorro energético y a los sistemas de enfriamiento post-tratamiento— y su garantía de procedencia europea. Todo ello mejor si se cuenta con un agente en el sector médico, dermatológico o de la ingeniería biomédica que promueva los equipos, y que se acuda y participe en conferencias y simposios, y que se realicen programas formativos con profesionales del sector para que usen los productos del catálogo, además de anuncios y publicidad.

Los consumidores no son reticentes a probar nuevas marcas, con lo que introducir un nuevo competidor en el mercado no es difícil en ese sentido, pero dado el actual clima económico será interesante ofrecer descuentos y facilidades de pago a los distribuidores para facilitar la penetración en el mercado.

## Ferias y eventos

<b>Nombre de la Feria</b>	SharmDerma
<b>Dirección</b>	Intercontinental Cairo City Stars, Omar Ibn El-Khattab, Masaken Al Mohandesin, Nasr City, Cairo Governorate
<b>Teléfono</b>	+201001634534
<b>Idioma contacto</b>	Inglés
<b>WEB</b>	<a href="http://sharmderma.net/details.aspx?id=1">http://sharmderma.net/details.aspx?id=1</a>
<b>Próxima edición</b>	XX/XX/XXXX
<b>Descripción del evento</b>	SharmDerma es uno de los encuentros más importantes de dermatología y cosmética.

<b>Nombre de la Feria</b>	EgyBeauty Expo
<b>Dirección</b>	El-Nasr Rd, Al Estad, Nasr City, Cairo Governorate
<b>Teléfono</b>	+201024770834
<b>Idioma contacto</b>	Inglés
<b>WEB</b>	<a href="https://www.egybeautyexpo.com/contact-us/">https://www.egybeautyexpo.com/contact-us/</a>
<b>Próxima edición</b>	XX/XX/XXXX
<b>Descripción del evento</b>	EgyBeauty Expo es la principal feria del creciente mercado de la estética y la belleza en África.



- **Asociaciones sectoriales:**

Nombre Asociación	Egyptian Society of Aesthetic Dermatology
Contacto	<a href="mailto:faragasseem@yahoo.com">faragasseem@yahoo.com</a>
Idioma contacto	Inglés
<hr/>	
Nombre Asociación	National Institute for Laser Science
Teléfono	02-35729499 - 02-35708480
Idioma contacto	Inglés
WEB	<a href="https://cu.edu.eg/Cairo-University-Faculty-News-1314.html">https://cu.edu.eg/Cairo-University-Faculty-News-1314.html</a>



## 3.2. Datos de comercio exterior

Los siguientes datos se refieren a los dispositivos y aparatos de láser y radiación aplicados a la salud y la estética, incluidos dentro de la partida arancelaria con código **Taric 85437090**:

TARIC	Descripción
<b>Capítulo 85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido; aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
<b>8543</b>	Máquinas y aparatos eléctricos, con funciones individuales, no incluidas o especificadas en este capítulo
<b>854370</b>	Otras máquinas y aparatos
<b>85437090</b>	Otros

Fuente: Market Access Database.

Según los últimos datos de Market Access Database, no existen barreras fitosanitarias ni medidas de aplicadas al producto en cuestión. Tampoco medidas específicas en cuando a documentación, etiquetado o procedimientos aduaneros. No obstante, sí se aplicará un VAT del 14%.

Asimismo, es necesario tener en cuenta que, a la hora de exportar al mercado egipcio, se han reportado de manera habitual violaciones de las normas y procedimientos aduaneros de la OMC por parte de las autoridades egipcias. Entre estos incidentes debe mencionarse la valoración discrecional de los productos a su llegada a aduanas; discrepancias en cuando a la partida arancelaria de los productos —en favor de otras con tarifas más caras, lo que lleva al pago de multas por la diferencia—; y la no aceptación de la factura comercial, incluso cuando esta se encuentra firmada por la cámara de comercio del país de origen.

Además, se necesitan los siguientes documentos generales:

- Notificación previa de llegada
- Manifiesto de la carga y del buque
- Documento único administrativo
- Declaración del valor sujeto a derechos de aduanas
- Factura comercial
- Factura proforma
- Albarán
- Certificado de origen no preferencial
- Prueba de origen preferencial
- Air waybill
- Bill of Lading
- Certificado de seguro
- Orden de entrega



- Risk management
- Registro comercial
- Tarjeta de importación
- Tarjeta de registro fiscal

Por otra parte, resulta de interés analizar la evolución de las cifras del valor de las importaciones de este producto desde España a Egipto:

**Tabla.** Evolución de las exportaciones de los productos asociados al **Taric 85437090** de España hacia Egipto.

Año	Valor de las importaciones (€)
2015	1.226.470
2016	120.940
2017	72.430
2018*	63.860

\*Datos provisionales e incluido solo hasta el mes de octubre. Fuente: Cámara de Comercio de España

Como puede observarse, las exportaciones del producto se redujeron enormemente tras la devaluación de la libra egipcia en 2016, al igual que ocurrió con otros tantos productos de importación y no de primera necesidad.

**Tabla.** Principales países exportadores del producto con **Taric 85437090** a Egipto (valor en USD).

						TOTAL MUNDO
2015	<b>China</b>	<b>Alemania</b>	<b>EE. UU.</b>	<b>Francia</b>	<b>Reino Unido</b>	84.730.538
	59.141.073	6.968.088	5.564.783	2.751.579	2.029.876	
2016	<b>China</b>	<b>EE. UU.</b>	<b>Alemania</b>	<b>Italia</b>	<b>Vietnam</b>	68.478.357
	51.807.080	6.105.623	3.636.834	1.372.193	694.683	
2017	<b>China</b>	<b>Alemania</b>	<b>Francia</b>	<b>EE. UU.</b>	<b>Corea del Sur</b>	67.404.635
	31.427.407	11.546.315	7.609.340	3.520.218	2.661.709	

Fuente: Comtrade 2018

Puede observarse, al igual que ocurre con las exportaciones españolas, como el comercio mundial del producto se reduce drásticamente en 2016, coincidiendo con la devaluación de la libra. Asimismo, puede observarse como los mercados del sudeste de Asia van ganando posiciones frente a EE. UU. y Europa, gracias a sus precios más competitivos.



## 4. Información práctica del país

### 4.1. Consejos útiles

#### Formalidades de Entrada y Salida

Se exige la presentación de pasaporte vigente con el correspondiente visado que puede obtenerse en cualquier consulado egipcio o en el propio aeropuerto de entrada, previo pago de 25 USD.

#### Horario Local y Días Festivos

El desfase horario en Egipto es de una hora más con respecto a España en horario de invierno, mientras que en verano es el mismo. El día festivo semanal en Egipto es el viernes, aunque para el sector bancario y las empresas privadas, el sábado también se considera festivo. El horario laboral teórico es de 8:00h a 15:00h para la Administración Pública, y de 9.00h a 17.00h para el sector privado. Los bancos cierran al público a las 14.00h. Los comercios tienen horas muy anárquicas, permaneciendo abiertos a veces hasta altas horas de la noche.

A continuación, se reseñan los días festivos en Egipto durante 2019. Es preciso señalar que las fiestas religiosas están sujetas a variación, en función de la posición de la luna.

Lunes, 7 de enero	Navidad Copta
Viernes, 25 de enero	La Revolución Egipcia
Jueves, 25 de abril	Liberación del Sinaí
Domingo, 28 de abril	Pascua Copta
Lunes, 29 de abril	Festividad de primavera
Miércoles, 1 de mayo	Día del trabajador
Martes, 4 de junio	Fiesta del Fin de Ramadán
Martes, 23 de julio	Día de la Revolución
Lunes, 12 de agosto	Fiesta del Sacrificio
Domingo, 1 de septiembre	Año Nuevo Musulmán
Domingo, 6 de octubre	Día de las Fuerzas Armadas



### **Telecomunicaciones**

La telefonía móvil en Egipto funciona bien, hay amplia cobertura de llamadas y datos en prácticamente cualquier zona urbana del país. El desarrollo de la red 4G en el país es muy amplio, obteniendo relativamente altas tasas de subida y bajada.

El sector está liberalizado, por lo que para obtener una línea de prepago tan solo hace falta acercarse a un establecimiento oficial de cualquier compañía (Orange, Vodafone, etc.) con el pasaporte (requisito obligatorio) y abonar la tarifa seleccionada para obtener una línea operativa.

Los precios son sensiblemente más bajos que en España, rondando los 3 Gb 3€ y los 10 Gb 8€ en modo de prepago.

### **Comunicaciones por vía aérea**

El aeropuerto internacional de El Cairo es el más activo de todo el Oriente Medio.

Egypt Air cubre un servicio con Madrid todos los días de la semana y con Barcelona los lunes, jueves, viernes y sábados.

Existen también otras compañías con vuelos regulares indirectos a El Cairo como Air France, KLM, Lufthansa, Alitalia, Turkish, y Royal Air Maroc. Además de El Cairo, existen aeropuertos internacionales en Alejandría, Luxor, Asuán, Hurgada y Sharm El Sheikh.

### **Comunicaciones por Carretera**

La red de carreteras en Egipto es extensa y enlaza todas las ciudades principales con El Cairo. Existe un enlace con la península del Sinaí, a través del túnel del Canal de Suez, existiendo conexiones internacionales con Sudán, Libia, Jordania e Israel, además del ferry desde Taba a Aqaba. Antes de viajar por carretera se recomienda consultar las recomendaciones del Ministerio de Asuntos Exteriores de España.

El transporte de un contenedor de 20 pies desde El Cairo hasta Alejandría cuesta unos 150\$. Egipto no es signatario de los convenios TIR ni CMR.

### **Comunicaciones por Vía Férrea**

Realizar un trayecto en tren puede resultar más complejo que la contratación de transporte privado. En todo caso, cabe señalar que El Cairo, es el centro de comunicaciones de la red ferroviaria egipcia, cuyo tendido supera los 5.500 km. Desde la capital parte la principal línea que, paralelamente al río Nilo, llega hasta Asuán. También, partiendo desde El Cairo, salen diversas ramificaciones que proporcionan una tupida cobertura desde Suez a Ismailia y todo el Delta del Nilo hasta Alejandría, desde donde prosigue el ferrocarril, bordeando la costa mediterránea hasta Salum, en la frontera con Libia. No existe conexión con líneas internacionales.



La estación principal está en plaza Ramsés.

- Tel: +202 25748279
- <https://enr.gov.eg/ticketing/public/login.jsf>

### **Comunicaciones por Vía Marítima**

Constituyen el medio de transporte de pasajeros y de mercancías más importante con Europa, realizándose a partir de Alejandría, Port-Said y Damietta. Al sur del canal de Suez hay otros puertos como el de Suez y Ain Sokhna, el único puerto privado en Egipto.

### **Taxis y otros transportes internos**

En El Cairo no resulta complicado encontrar taxis en cualquier momento del día y la noche. Es preferible desplazarse con servicios como Uber (puede usarse la aplicación descargada en España) o Careem, puesto que, al estar fijado el precio por la propia aplicación, ofrece mayor seguridad en términos de pago. En caso de coger un “taxi blanco” de la calle, se recomienda seguir el GPS, puesto que los taxistas no siempre conocen las direcciones. Otra alternativa es encargar a la recepción en el hotel un coche de turismo.

### **Airport Shuttle Bus**

Es posible alquilar un minibús para desplazarse del aeropuerto a la ciudad y viceversa. Tienen aire acondicionado y caben siete personas. Estos autobuses pueden alquilarse por dos vías: entrando en la web [www.cairoshuttlebus.com](http://www.cairoshuttlebus.com), o en el propio aeropuerto al llegar.

### **Alquiler de coches**

Existen diversas compañías de alquiler de coche, que, además, ofrecen la posibilidad de contratar el vehículo con un chofer. En la Terminal 3 del Aeropuerto Internacional de El Cairo, encontrará oficinas de alquiler de Europcar, Hertz, Avis o Budget.

### **Metro**

Es un modo de transporte barato y puede ser útil para evitar los atascos de la ciudad, que son numerosos, y hacen difícil estimar el tiempo necesario para los desplazamientos. No obstante, la red del metro no es muy amplia.

### **Moneda**

En Egipto, la moneda en circulación es la Libra Egipcia, dividida en 100 piastras. Existen billetes de 5, 10, 20, 50, 100 y 200 libras, así como monedas de 25, 50 piastras y de 1 libra. El tipo de cambio se sitúa a principios de 2019 en 20 LE por euro. Existen muchas oficinas de cambio en el centro de



la ciudad siendo el mismo cambio que en los bancos. También hay oficinas bancarias en los hoteles y no se cobra comisión. También hay máquinas ATM en los hoteles, en los centros comerciales y en las calles.

### **Precauciones Sanitarias**

Aunque el agua del grifo de El Cairo está tratada y puede beberse, es aconsejable su filtración o el consumo de agua envasada.





## 4.2. Cómo hacer negocios en Egipto

### CONSEJOS PARA ACCEDER A AL MERCADO EGIPCIO

Para ofrecer una mejor visión del país y a la empresa se detallan los “10 Consejos del consejero” para acceder al mercado egipcio:

#### **1. Aproveche las oportunidades que brinda la economía egipcia, en fuerte expansión, y que ha recuperado la confianza internacional**

Tras la superación de las dificultades políticas asociadas a la Primavera Árabe a finales de 2016 se puso en marcha un importante programa de reformas económicas, respaldado por el FMI, que ha permitido recuperar la confianza internacional, aumentar fuertemente la inversión directa extranjera y acumular un confortable colchón de reservas en divisas. Además, aun aplicando medidas fiscales y monetarias de ajuste, el país ha mantenido tasas de crecimiento elevadas, de más del 5% actualmente, contexto propicio para que las empresas españolas encuentren sus oportunidades de comercio y de inversión en Egipto.

#### **2. Tenga en cuenta que Egipto es un mercado grande, y en el que existe demanda potencial para cualquier actividad económica**

Se trata de un país emergente con un mercado que supera los 100 millones de habitantes y que crece cada año cerca de 2 millones de personas, derivado a su vez de una tasa de natalidad muy elevada en comparación internacional. Solo la capital El Cairo supera los 20 millones.

Aunque la renta per cápita sigue estando baja en la categoría media, hay una parte de la población, pequeña en % pero elevada en número, con elevado nivel adquisitivo y por tanto existe un potencial de demanda muy elevado en casi cualquier actividad económica que consideremos.

#### **3. Analice las posibilidades para la Inversión Directa que brinda la cotización de la libra egipcia**

Como parte de las medidas del programa de reformas económicas aplicada desde finales de 2016 se ha producido una fuerte depreciación de la moneda nacional, la libra egipcia. De este modo se han abaratado mucho en euros los costes de establecimiento en el país y la toma de participaciones en empresas locales. Hay además un generoso sistema de incentivos fiscales cuando se invierte en determinadas regiones o sectores, en el marco de una nueva Ley de Inversiones recientemente aprobada.

Por el contrario, la depreciación de la libra ha encarecido considerablemente los precios de los productos españoles de exportación, lo que obliga a estudiar detenidamente la mejor estrategia de penetración en el mercado egipcio.



#### 4. Trabaje con un agente local

Aunque la obligatoriedad del agente local no rige cuando la empresa extranjera trabaja con el sector privado, la mayoría de las compañías extranjeras estiman conveniente contar con un agente local que resuelva los problemas de comunicación, trámites burocráticos y prácticas y usos comerciales a veces atípicos, pero muy extendidos por el país y a los que las empresas foráneas no suelen estar acostumbradas.

Es obligatorio para las empresas extranjeras que quieran participar en concursos.

En general, se puede considerar esta medida como traba para la empresa extranjera, pero no hay que olvidar que, en la mayoría de los casos, la figura del agente ayuda mucho a entender la idiosincrasia del país, suele tener contactos en las entidades gubernamentales y sabe a quién dirigirse y cómo hacerlo por lo que se convierte en una figura importante.

Otra figura es la del agente comercial para las empresas extranjeras que exportan sus productos a Egipto (dado que sólo los nacionales egipcios y las empresas propiedad y gestionadas por egipcios pueden participar en la importación para el comercio siempre que se registren en el Registro de Importadores).

La imagen del agente o distribuidor adquiere una importancia grande puesto que conocen el mercado de sus productos concretos. A veces son ellos los que importan y distribuyen y otras veces se limitan a localizar pedidos y se quedan un porcentaje a cambio de vender el producto. La ley egipcia prohíbe el establecimiento de una sociedad por extranjeros con el objeto de exportación e importación, salvo cuando se trata de un inversor extranjero que fabrica en Egipto e importa sus materias primas, y vende localmente y/o exporta sus productos finales.

#### 5. Infórmese sobre las barreras comerciales

- a. Productos comunitarios con arancel cero, pero, para algunos productos de consumo, existen barreras no arancelarias que es preciso conocer.
- b. Principal barrera: Registro de Exportadores/Preinspección en puerto de origen.
- c. Las principales barreras son el Registro de Exportadores y la preinspección en puerto de origen.

A finales de 2015 el Ministerio de Industria y Comercio aprobó varios decretos ministeriales por los que se creaba un Registro para los exportadores de determinados artículos (cerámica, aceite y muebles entre otros) en teoría, con el fin de asegurar el origen y proteger las marcas y evitar las falsificaciones. Esta medida entró en vigor en marzo de 2016 (Decreto 43/2016).

La falta de precedente, la poca claridad de los decretos (exigiendo documentos y certificados poco claros, traducidos al inglés y legalizados por la Embajada de Egipto, exigiendo a las empresas exportadoras que se comprometían a recibir a los inspectores egipcios en su fábrica en caso de sospecha en los documentos) están dificultando sin duda las exportaciones a Egipto (no sólo las



españolas). Se tarda mucho en obtener el registro porque depende de la firma final del Ministro de Industria y Comercio y además alegan cuestiones de seguridad a la hora de retrasar la firma.

El decreto 991/2015 promulgado el 30 de diciembre de 2015 enumera una serie de artículos – recogidos en 25 de grupos distintos, los mismos que los del decreto 43/2016, incluidos en una tabla que recoge los productos que tienen que sujetarse a la preinspección en puerto de origen. Lo que indica que todos los productos nuevos mencionados y que requieren el registro de sus exportadores, tienen, además, estar acompañados por un certificado de preinspección en origen emitido por una compañía de inspección (tipo SGS o similar).

Una opción para evitar la preinspección, que dicha empresa estuviera registrada en la comúnmente llamada “Lista Blanca”, o si no, GOEIC tendría que inspeccionarla al llegar a puerto egipcio, y ésta es una inspección completa, es decir que no hacen inspección aleatoria de algunas muestras, sino de todo el envío. Así se aseguraría la calidad según las normas egipcias de calidad.

Para registrarse en la “Lista Blanca”, los documentos necesarios son los mismos documentos necesarios para el Registro, por lo que se puede aprovechar para inscribirse en ambos registros.

## **6. En la contratación pública asegúrese de que quedan bien atados todas las cuestiones en el correspondiente contrato.**

El cierre del proyecto es uno de los puntos más críticos de la realización de proyectos en Egipto. La experiencia de las empresas españolas pone de manifiesto las dificultades para el cierre del proyecto y para obtener la aceptación final por parte del cliente, algo que facilita generalmente cobrar la última factura y permite la recuperación de los avales.

Por ello, cuando se celebra un contrato, es fundamental que su contenido se redacte de manera clara y se asienten por escrito todos sus términos, así como las condiciones a que estarán sujetas las partes que en él intervienen. En estos últimos años los contratos se han extendido de forma considerable en el tiempo y no se contemplaba la revisión de precios. La revisión de precios es algo reciente tras la flotación de la libra en 2016 y hay un decreto ministerial que regula la revisión de los contratos a raíz de la flotación de la libra

## **7. Busque las oportunidades en concursos y proyectos financiados por las IFI’s**

Las IFI’s tienen una intensa actividad en Egipto. En las licitaciones financiadas por instituciones financieras internacionales o por donantes bilaterales se pueden incluir criterios específicos, quedando en el resto sujetos a la legislación egipcia. Por ejemplo, el FIEM español, restringido a empresas españolas. En general los proyectos financiados por IFI’s otorgan mayores garantías, tanto de cobro como de resolución de posibles contenciosos, por lo que la participación en los mismos resulta muy recomendable.



## **8. Aproveche las oportunidades de contratación con el ejército**

Egipto es un país con muchas peculiaridades, y una de ellas, es el peso que tiene el estamento militar no solo en la política del país, sino también en su economía. Existen múltiples oportunidades en actividades económicas civiles pero que son desarrolladas por el Ejército (desde la construcción de carreteras y plantas desaladoras a las compras de animales vivos para engorde tanto en proyectos cuyo cliente es el Ministerio de Defensa como en compras directas, por ello es muy conveniente que contacte con la Agregaduría de Defensa de la Embajada de Egipto en Madrid.

El ejército es un buen cliente: paga bien y a tiempo. Además, es una buena referencia para la introducción no solo en el mercado egipcio sino en otros países árabes. Las empresas que trabajan con el ejército suelen repetir.

## **9. Aproveche la buena imagen de España entre los egipcios.**

España es considerada por los egipcios como un país afín y próximo culturalmente, apoyando dicha percepción en nuestra condición de países ribereños de la cuenca mediterránea y en los lazos históricos comunes. Dentro de esta afinidad cultural hay que añadir el seguimiento que se hace de la Liga española por parte de la población egipcia, que se divide, como en España, entre seguidores del Madrid y del Barça. El fútbol se puede convertir en un tema de conversación muy útil para distender el ambiente de una reunión especialmente complicada.

## **10. Tenga su propia experiencia: visite el país y acuda a la oficina comercial**

Cuando se visita el país, la imagen generalmente negativa de Egipto como país inseguro, incluso peligroso y atrasado, cambia drásticamente. La realidad no se corresponde con dicha imagen, y lo que uno se encuentra al comenzar a vivir en este país es una población amistosa con el extranjero, con un grado de delincuencia común muy bajo y un nivel de desarrollo económico todavía reducido, pero mejorando, y con un gran potencial de futuro.

En un mercado relativamente desconocido como éste es bastante recomendable contactar con la Oficina Comercial que puede brindarle asesoría sobre las posibilidades comerciales de su producto, asistencia a la hora de gestionar sus contactos y elegir posibles agentes o representantes. La Oficina le dará, además, información actualizada sobre la situación económica del país, o los sectores con más opciones de negocio en el mercado egipcio.



### 4.3. Direcciones de interés

Se adjuntan las direcciones y contacto más relevantes para el cliente. La oficina no tiene convenio con ningún hotel de El Cairo, pero se ha entregado a la empresa española un listado cuando contrató el servicio de diferentes hoteles con buenas referencias de los clientes de la oficina.

#### **Oficina Económica y Comercial de España en El Cairo**

Dirección: 19, Boulous Hana St, Dokki

Cairo, Egipto

Teléfono: (+20 2) 3336 1588

E-mail: [elcairo@comercio.mineco.es](mailto:elcairo@comercio.mineco.es)

<http://egipto.oficinascomerciales.es>

#### **Embajada de España en El Cairo**

Dirección: 41, Ismail Mohamed st. - Zamalek

Cairo, Egipto

Teléfono: (+20 2) 2735 6437

E-mail: [emb.elcairo@maec.es](mailto:emb.elcairo@maec.es)

<http://www.exteriores.gob.es/embajadas/elcairo/es/Paginas/inicio.aspx>

#### **Residencia del Embajador de España en El Cairo**

Dirección: 30, Ahmed Hishmat – Zamalek

Cairo, Egipto

#### **Embajada de Egipto en Madrid**

Dirección: 41, Calle Velázquez, 69

28006 Madrid, España

Teléfono: +34 915 776 308/9

E-mail: [embajadaegiptomadrid@gmail.com](mailto:embajadaegiptomadrid@gmail.com)

#### **Oficina Comercial de Egipto en Madrid**

Dirección: Calle Velázquez, 101

28006 Madrid, España

Teléfono: +34 914 116 445

E-mail: [madrid@ecs.gov.eg](mailto:madrid@ecs.gov.eg)

<http://www.ecs.gov.eg>



Agenda de reuniones de negocio  
para Business, S.A. en Egipto

**Responsable del servicio:**

Analista de Mercado

**Servicio elaborado por:**

Área de Servicios Personalizados

**Contacto:** Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Egipto

**Dirección:** 19 Boulous Hanna St., Vini Square, Dokki, El Cairo 12311

**Teléfono:** (+20 2) 33361588

**Fax:** (+20 2) 33361577

**E-mail:** [elcairo@comercio.mineco.es](mailto:elcairo@comercio.mineco.es)

Para más **información** sobre Egipto:

[egipto.oficinascomerciales.es](http://egipto.oficinascomerciales.es)

**Twitter:** @ICEXEgipto

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

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

Y mucho más.



SERVICIOS  
PERSONALIZADOS  
ICEX



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

**Ventana Global**

(+34) 913 497 000

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

[Información@icex.es](mailto:Información@icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones



T. (+34) 913 497 100 | [www.icex.es](http://www.icex.es)