

Queso en Egipto

A. CIFRAS CLAVE

El queso en Egipto tiene una larga historia; los inicios de su fabricación se remontan a más de 5.000 años, época de la Primera Dinastía de Egipto, lo que explica que siga siendo una parte importante de la dieta egipcia en la actualidad, ya que a menudo se sirve con el desayuno, en varios platos tradicionales, e incluso, en algunos postres. Aunque en muchas zonas rurales se siguen haciendo sus propios quesos, los quesos producidos en masa se están volviendo más comunes. En la actualidad, en Egipto se producen más de 700.000 toneladas anuales y se espera que esta cantidad vaya aumentando con el paso de los años.

Egipto	Datos
Población (Millones habs.) en 2019	97,3
PIB (Miles de millones de USD) en 2018	250,89
Crecimiento del PIB real 2018	5,3%
Riesgo soberano: S&P / Moody's	B / B2
Volumen de ventas nacional en 2019	421.700 T
Valor de ventas nacional en 2019	1.435 millones de USD
Producción (volumen)	700.000 T

Fuente: Boletín Mensual de Estadísticas 04/2019, Banco Central de Egipto / Arab Republic of Egypt. Article IV Consultation, 09/2019, FMI, Euromonitor, Food Industries Chamber (Federation of Egyptian Industries).



B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa de los productos que conforman el sector estudiado

El sector del queso se puede definir de dos maneras; por un lado, a través de sus diferentes partidas arancelarias, y, por otro, según sus categorías.

La **partida arancelaria** general **04.06** comprende una amplia variedad de subpartidas según las características de fabricación del queso, desde el tipo industrial a los artesanales.

- **0406: Quesos y requesón:**

- 040610: Queso fresco (sin madurar), incluido el del lactosuero, y requesón.
- 040620: Queso rallado o en polvo de cualquier tipo.
- 040630: Queso procesado (excepto el rallado o en polvo).
- 040640: Queso de pasta azul y demás quesos que presenten vetas producidas por *Penicillium roqueforti*.
- 040690: Los demás quesos.

Los quesos conocidos como “quesos artesanales” suelen encuadrarse en la partida de “los demás quesos” (040690), en la que se encuentran la mayoría de los quesos de procedencia española, junto con los frescos (040610). En el caso de Egipto, el total de las importaciones de queso español corresponde a la partida 040690.

En segundo lugar, y la división que más se va a utilizar en este estudio, es **según categoría:**

- **Queso procesado o industrial:**

- Queso de untar procesado.
- Otros quesos procesados.

- **Queso no procesado o natural:**

- Queso duro o curado.
 - Queso curado empaquetado.
 - Queso curado sin empaquetar.
- Queso blando o blanco.

B.2. Tamaño del mercado

El sector del queso ocupa un destacado lugar dentro de los bienes que se consumen en Egipto, puesto que **mueve a nivel nacional más de 1.400 millones de dólares**, aproximadamente, 421.700 toneladas. Los egipcios son importantes compradores de queso y cada año consumen unos **5 kilogramos por persona de queso local y 0,4 kilogramos de queso importado**.

Para poder comprender mejor las dinámicas del consumo del queso en Egipto, hay que tener en cuenta que este es un país con una **población que crece a un ritmo del 2% anual y que se sitúa ya en alrededor de 100 millones de habitantes**. Este enorme peso demográfico no deja de favorecer la demanda de productos alimentarios y, en particular, del queso, a pesar de las dificultades económicas que atraviesan los consumidores desde la revolución de 2011.

El mercado del queso en Egipto ha registrado una **tasa de crecimiento anual compuesto** (TCAC o también CAGR, *Compound Annual Growth Rate*, en inglés) **del 19,24%** en el periodo 2013-2018, con un valor de venta de 1.320 millones de dólares en 2018¹. El mercado logró su mejor desempeño en 2016, cuando creció un 33,05% respecto al año anterior, y el peor en 2014, cuando sólo creció un 14,35% con respecto a 2013. El pronóstico para este año señala que el CARG va a registrar un incremento del 9%, lo que supondría la peor cifra de crecimiento desde 2013.

Aun así y, habiendo sufrido una disminución en el volumen de ventas nacionales del 1% en 2019, cayendo a 421.700 toneladas, el valor del mercado del queso en el país sigue en crecimiento (9% en 2019 con respecto al año anterior), dando como resultado un valor de ventas de 1.400 millones de dólares. Tanto el valor de ventas como el volumen van a seguir una tendencia ascendente hasta 2024, es decir, un crecimiento del 4,5% y 15,7%, respectivamente.

¹ Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, *Cheese in Egypt (August 2019)*.

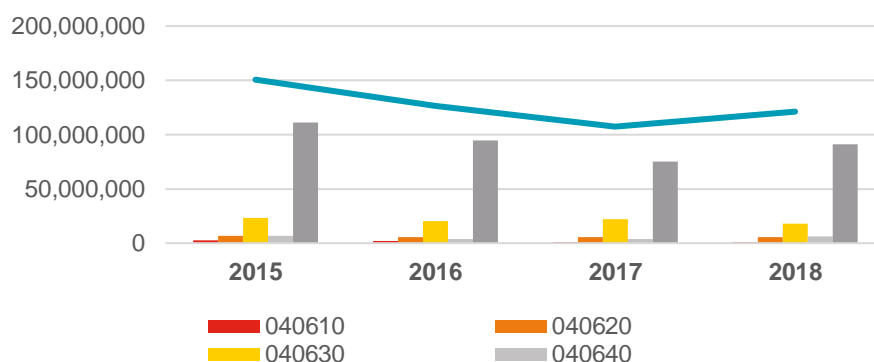
Por otro lado, debe tenerse en cuenta que la devaluación de la libra en 2016 y la inflación resultante, unidos al proceso de crisis económica que vive el país desde la revolución de 2011, han cambiado el acercamiento de los consumidores a los procesos de compra de ciertos productos. Así, el descenso efectivo de su poder de compra ha aumentado la preferencia por productos de menor precio, lo que ha desarrollado una fuerte preferencia por las marcas locales (generalmente más baratas) y ha beneficiado a los productores locales.

Así pues, **la devaluación de la libra ha cambiado las reglas del juego en el mercado de queso**; los productores locales de queso duro se están beneficiando tanto en términos de valor, como de volumen, frente a sus competidores importados. Los productos fabricados localmente, más asequibles, han visto aumentar su demanda y, por ende, sus volúmenes de producción, permitiendo a las empresas locales hacerse con parte del público objetivo que compraba marcas importadas y ya no pueden permitírselas debido al aumento de su precio.

Muchas **marcas importadas** siguen luchando por mantener su posición en el mercado a pesar de la coyuntura económica y de las barreras del Gobierno. Sin embargo, muchas otras se han retirado del mercado desde finales de 2016. Esto ha hecho que los fabricantes locales hayan empezado a imitar métodos de producción de quesos extranjeros, lo cual dificulta aún más a las marcas importadas mantener su cuota en el mercado egipcio. Las restricciones que encuentran los productos importados a raíz de la devaluación afectan principalmente al queso duro, una categoría de la cual Egipto es casi importador neto. Ello ha supuesto que la demanda de este producto se reduzca a una población acomodada que vive en zonas urbanas. Estas restricciones, que no sólo conciernen a los quesos, sino a la alimentación en general, se basan en **procedimientos aduaneros cada vez más complicados**, con más trámites y demoras en el suministro, lo que ocasiona que la fecha de consumo del producto expire incluso antes de haber llegado este a la tienda. Al mismo tiempo, el Gobierno egipcio ha lanzado iniciativas para reducir la dependencia del país de los productos importados y promover la producción local.

En lo tocante al comercio exterior, **Egipto se encuentra en superávit**, ya que exporta más de la mitad del valor de las importaciones, las cuales caen desde 2015, a pesar de un pequeño repunte en 2018. En conjunto, exporta queso por valor de más de 300 millones de dólares, lo cual le coloca en vigésima posición mundial como exportador y en la cuarta posición en crecimiento de exportaciones. Los principales países receptores del queso egipcio son Arabia Saudí, Jordania, Libia, Iraq y Omán, y los quesos que más se exportan son el queso blando/blanco y el procesado.

IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES TARIC DEL QUESO EN EGIPTO
Valor en USD



Fuente: UN COMTRADE.

En cuanto a las importaciones, como se ha dicho y se puede observar en el anterior gráfico, el tipo de queso más importado es el de la subpartida 040690 (los demás), es decir, **quesos no procesados o duros**. Son precisamente los tipos de queso más producidos en España.

Por último, hay que recalcar que, a pesar de que muchos productores nacionales han podido bajar el precio gracias al aumento de su producción, **el precio unitario promedio del queso ha aumentado un 10%** en 2019, alcanzando 55,40 EGP por kg, es decir, 3,41 USD por kg.

B.3. Principales competidores

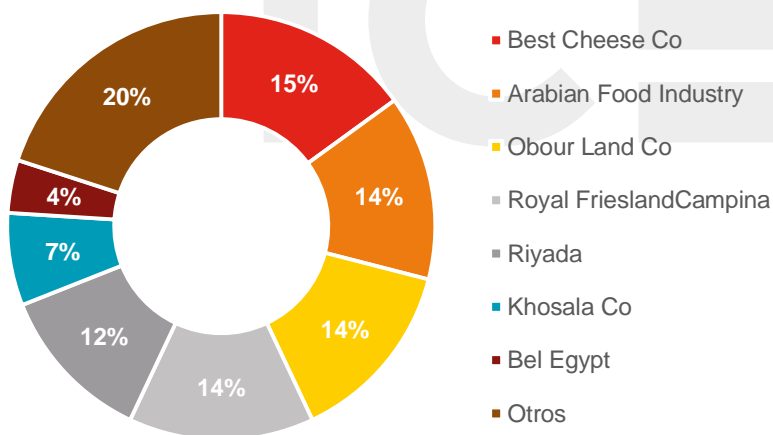
Egipto cuenta con un amplio abanico de compañías nacionales productoras e importadoras de queso, sin embargo, son sólo cinco las que controlan la mayor parte de la cuota de mercado. **Best Cheese Co for Dairy Products SAE** lidera las ventas de queso en 2019, con una participación del 15%, superando a **Obour Land Co** y **Arabian Food Industry** con un 14% del valor de las ventas cada una, cuyos quesos principales superan, no obstante, a los de Best Cheese Co for Dairy Products, como se verá a continuación.

A pesar de estar en segunda posición en la cuota de mercado general, **Obour Land Co** sigue siendo líder en queso blando, ligeramente por delante de su competidor principal, **Arabian Food Industry Co**, empresa posicionada en segundo lugar en lo que a queso blando se refiere, ya que en proporción perdió valor en el transcurso del año. Obour Land Co decidió mantener la calidad de sus productos aumentando sus precios. Esto ha beneficiado a la empresa, ya que los consumidores notaron que, a pesar del ligero aumento de los precios, todavía recibían la calidad prometida.

La marca **Obour Land** de la compañía sigue siendo líder en queso blando en virtud de su amplia variedad de sabores y tamaños de envase, que van desde 80 gramos hasta 500 gramos. Esto permite que atraiga a una amplia gama de consumidores. Sin embargo, la marca **Domty** de Arabian Food Industry Co continúa presentando una fuerte competencia, en gran parte debido a su constante enfoque en la innovación. Esto llevó a que la marca presentara varios productos nuevos hacia el final del período de revisión, incluido queso feta de primera calidad hecho con leche 100% líquida y bloques de mozzarella que se presentan como un reemplazo para las discontinuas importaciones de diferentes quesos internacionales.

CUOTA DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES EGIPCIOS DE QUESO, 2019

Valor en %



Fuente: Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, *Cheese in Egypt (August 2019)*.

En cuanto al **queso duro**, la compañía **Riyada** mantiene su liderazgo. Su marca de queso duro/curado, **Cheesa**, es líder tanto en queso envasado como no envasado, y esto se debe principalmente a sus precios asequibles y su amplia disponibilidad en comercio. Además, la marca se ha beneficiado de los problemas de suministro que sufre su competidora **Frico**, de **Royal FrieslandCampina**, su principal rival en queso duro sin envasar. Las interrupciones en la disponibilidad del queso Frico en muchos puntos de venta minorista del país han hecho que la cuota de mercado, tanto de la marca como de la compañía, se reduzcan considerablemente durante 2018 y 2019. Estas interrupciones han sido ocasionadas por las restricciones del Gobierno a la importación de queso duro envasado. Por otro lado, los **quesos reconstituidos** lideran la categoría de queso procesado para untar. El queso reconstituido es muy popular en Egipto, dada la amplia selección de sabores que se pueden encontrar, así como su facilidad para untar debido a su alto contenido en aceite vegetal. En esta categoría, la firma líder es **Best Cheese Co** con su marca **Président**, con la que ha generado un elevado nivel de confianza entre los consumidores por su calidad, convirtiéndose en una marca muy buscada para el consumo familiar.

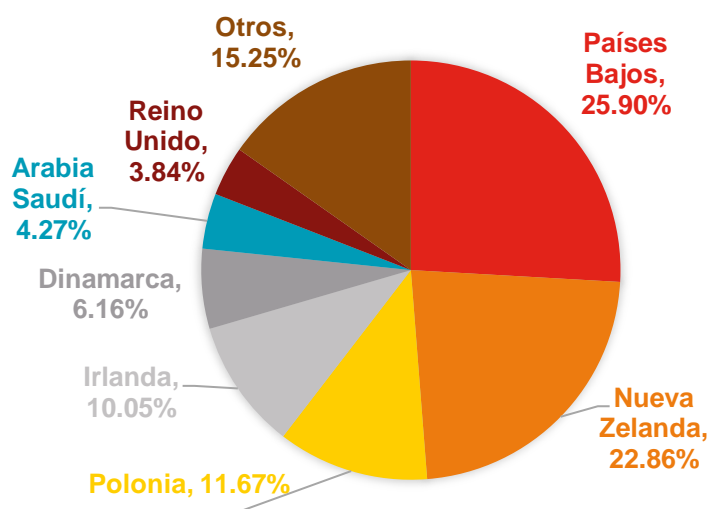
Esta misma compañía también fabrica la segunda marca líder en quesos de untar, **Teama**, dirigida al sector de población de bajos ingresos. Esta marca es objeto de constantes promociones de precio para alentar la demanda de los consumidores y, a la vez, ayudar a mantener su cuota de mercado en una categoría altamente competitiva.

Por último, hay que destacar la **gran presencia de marcas internacionales** en el mercado egipcio, aunque, como se ha dicho, muchas de ellas han visto disminuir sus ventas o incluso han desaparecido a raíz de la devaluación de la moneda en 2016. Las más conocidas son:

- Philadelphia (EE. UU.)
- Gilman (EE. UU.)
- García Baquero (**España**)
- Appenzeller (Suiza)
- Dodoni S.A (Grecia)
- Zanetti (Italia)
- Fontina (Italia)
- Somerlade (Reino Unido)
- Barber's Farmhouse (Reino Unido)
- Entremont (Francia)
- Brugge (Francia)

PRINCIPALES EXPORTADORES DE QUESO A EGIPTO

Cuota de mercado en %, 2018



Fuente. UN COMTRADE.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Si bien es cierto que la percepción de la oferta española de productos gastronómicos es muy positiva, y se asocia a factores como calidad y buen sabor, **no existe ninguna imagen específica del queso español en el mercado egipcio**. Esto se debe principalmente a las bajas cifras de exportación, en comparación con los demás competidores entre los que se encuentran bastantes países de la Unión Europea.

En 2018, la **parte española representó un 0,046% del valor de las importaciones totales de queso en Egipto, es decir, 56.630 dólares**. Este valor corresponde a un 0,010% de las exportaciones totales de queso de España al resto del mundo (más de 500 millones de USD en conjunto). Estas cifras demuestran la mencionada poca presencia de los quesos de España en el país.

España sólo exporta a Egipto los quesos incluidos en la partida arancelaria 040690, es decir, **quesos artesanales**, posicionándose en el puesto 22º de los exportadores a Egipto, muy por detrás de otros países de la UE como Países Bajos (1º puesto), Irlanda (3º puesto), Reino Unido (4º puesto) o Polonia (6º puesto).

Según la firma Lagoon Trading², la causa principal de que no haya una mayor oferta de queso español en Egipto se debe sobre todo a su precio. El precio es la clave para poder penetrar en el mercado egipcio y permanecer en él. Es de señalar que los quesos españoles se hallan presentes en los comercios egipcios que se dirigen principalmente a un **público objetivo de clase alta** con unos ingresos superiores a la media, o a quienes están dispuestos a pagar un precio muy superior para comprar un producto diferente. Además, hay que puntualizar que los supermercados *gourmet* se encuentran en las zonas donde viven personas de elevado poder adquisitivo o expatriados. Actualmente, destacan marcas como **García Baquero** o **Larsa (CAPSA Food)**.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

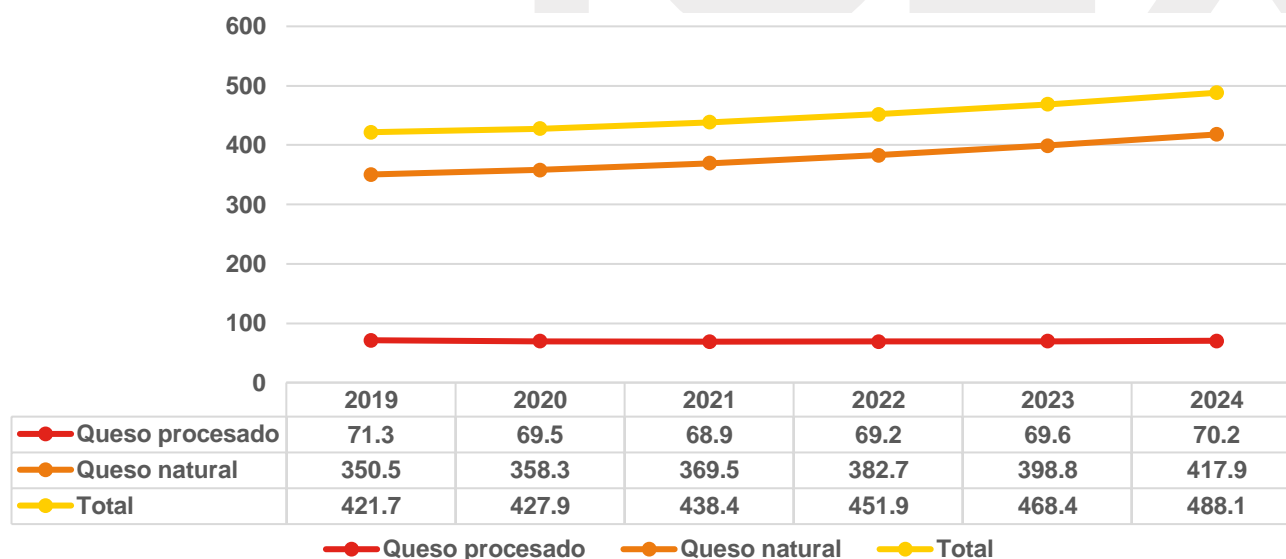
El estudio y análisis de la evolución de las ventas de queso que ofrece Euromonitor³ confirma que se mantendrá la **tendencia de crecimiento** registrada hasta ahora. En 2019-2024, el volumen de ventas de queso en el mercado egipcio presentará un crecimiento del 15,7% hasta alcanzar las 488.100 toneladas anuales en 2024.

A la vez, se prevé que el valor correspondiente a esas ventas experimente un crecimiento del 4,5% en ese mismo periodo, hasta alcanzar los 1.499 millones de dólares en 2024. La diferencia de crecimiento porcentual entre volumen y valor de ventas refleja que la competencia entre empresas va a continuar en el mercado nacional así como la no subida de precios por parte de los productores locales para seguir siendo competitivos.

En el siguiente gráfico se muestran las perspectivas de crecimiento **en volumen** de las ventas nacionales. Las de **queso no procesado o natural** aumentarán un 19,2% entre 2019 y 2024. Dentro de esta categoría, destaca el crecimiento del **queso blando o blanco** (22,9%), que alcanzaría las 341.700 toneladas según Euromonitor. Sin embargo, la evolución prevista de las ventas en volumen de **queso procesado** no es positiva: indica un descenso del 1,5% entre 2019 y 2024, alcanzando las 70.200 toneladas en 2024, como se puede ver.

PREVISIÓN DE VENTAS DE QUESO EN VOLUMEN, POR CATEGORÍAS 2019-2024

Miles de toneladas



Fuente: Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, *Cheese in Egypt (August 2019)*.

Por otro lado, en el gráfico siguiente puede apreciarse la evolución de las ventas **en valor** en el mismo período. La tasa prevista no llega al nivel de crecimiento del volumen, lo que, como se ha dicho, refleja la no subida de precios

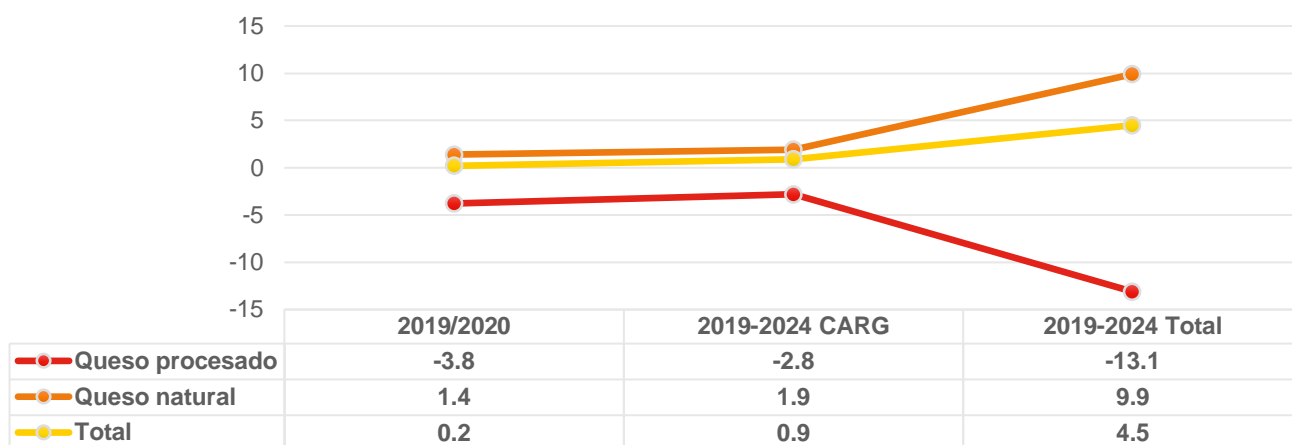
² Declaraciones de Ramy Haras, COO de Lagoon Trading, distribuidor oficial de García Baquero y Larsa.

³ Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, *Cheese in Egypt (August 2019)*.

de la producción local. De nuevo, si se compara el queso procesado con el no procesado o natural, se observa el mismo patrón que en la previsión de las ventas en volumen. Se espera que el valor de ventas del **queso procesado** disminuya hasta un 13%, pasando de 1.435 millones de dólares en 2019 a 1.499 millones en 2024.

Mientras tanto, el **queso natural o no procesado** continuará con su tendencia creciente (9% de 2019 a 2024). Dentro de esta categoría, hay que señalar que el queso curado va a experimentar un mayor crecimiento de ventas en valor que el queso blanco/blando, 11,9% y 7,3%, respectivamente. Es una situación inversa a la del volumen de ventas, donde el queso blanco/blando supera en crecimiento al curado, con alzas respectivas del 22,5% y 5,25%.

PREVISIÓN DE VENTAS DE QUESO EN VALOR, POR CATEGORÍAS 2019-2024



Fuente: Euromonitor Internacional a partir de estadísticas oficiales, *Cheese in Egypt (August 2019)*.

Ante esta perspectiva y el análisis de mercado anteriormente expuesto, se han estudiado diferentes oportunidades que ofrece el mercado egipcio para los quesos españoles.

A diferencia del consumo en España, donde el queso se toma como aperitivo, normalmente acompañado de cerveza o vino, los egipcios conciben el queso principalmente como un alimento para servir como **desayuno**, en **varios platos tradicionales, e incluso en algunos postres**. Egipto aún no tiene una “cultura del queso”, en el sentido de saber apreciar su calidad, textura, sabor y cómo tomarlo o con qué otros sabores mezclarlo. Sin embargo, el sector de la comida internacional está en auge en el país, lo que supone una oportunidad para los quesos españoles, un nicho de mercado perfecto al cual dirigirse. Aun así, **los quesos españoles deberán enfrentarse a los de grandes marcas europeas de precios y calidades similares** o, incluso, más competitivos como el parmesano reggiano (Zanetti).

Por ello, siguiendo las recomendaciones de expertos del sector, otra oportunidad de adentrarse en el mercado sería, en primer lugar, y como ya se ha dicho, compitiendo vía **precio**. Un precio competitivo es determinante en el mercado egipcio del queso para poder crecer en él. Y lo recomendable es acceder con productos diferentes para poder ofrecer una gama variada de precios.

En segundo lugar, es necesaria una **buena estrategia de marketing** (publicitaria y, de nuevo, de precio). Por ello los expertos recomiendan hacer una gran campaña de publicidad, acudir a ferias, organizar jornadas gastronómicas, descuentos, eventos enfocados hacia el público objetivo, etc.

En tercer lugar, a través de las **innovaciones o lanzamiento de nuevos productos** que estén en línea con las tendencias de los consumidores. Estas innovaciones no tienen que ir en detrimento de la calidad del producto español, ni centrarse en reducir costes para ofrecer un producto más económico, sino que deben enfocarse hacia nuevos productos acordes a las necesidades y estilos de vida del país. Por ejemplo, introduciendo quesos con



sabores, quesos especiales (sin lactosa), diferentes envases o diferentes tamaños, al igual que están haciendo empresas egipcias, anteriormente nombradas, como Arabian Food Industry y Obour Land Co.

Por último, los expertos recomiendan que se **acceda al mercado a través de un agente**, ya que estos conocen los entresijos de la comercialización en este país. Y, una vez asentados en el mercado, podrá estudiarse la idea de **producir localmente** importando materia prima, ya que, como se ha dicho anteriormente, el Gobierno sólo ayuda e impulsa a la producción local.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

En Egipto, **el queso se compra principalmente en puntos de venta tradicionales** como son las tiendas especializadas y las pequeñas tiendas de los barrios, si bien es cierto que este tipo de distribución está disminuyendo a medida que aumenta la venta en supermercados. Sin embargo, el queso importado se compra principalmente en supermercados modernos. Cabe destacar que en Egipto el producto local sólo se vende a través de **venta minorista con tienda**, la distribución a través de Internet no tiene ningún peso significativo. Sin embargo, el queso importado sí lo venden *online* diferentes supermercados, suponiendo esta vía un 0,5% del total, y cada año más.

Por último, hay que señalar que los quesos artesanales, que son los que exporta España a Egipto, son catalogados como de alta calidad y valor añadido, por lo que se suelen encontrar en supermercados especializados o *gourmets* como puede ser la cadena de supermercados Gourmet, **Seudi** o **Carrefour**. Y también se distribuyen por el canal HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías).

DISTRIBUCIÓN DEL QUESO EN EGIPTO % Valor de venta

	2015	2016	2017	2018	2019
VENTA MINORISTA	100	100	100	100	100
Minoristas de comestibles	100	100	100	100	100
-Supermercados modernos	19,5	20	20,6	23,6	23,9
• Tiendas de conveniencia	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
• Tiendas de descuento	8,5	8	8,5	10,4	10,3
• Hipermercados	1,5	1,6	1,6	1,9	2,2
• Supermercados	9,4	10,5	10,4	11,2	11,4
-Supermercados tradicionales	80,5	80	79,4	76,4	76,1
• Tiendas especializadas (tabaco, bebida y comida)	29,5	28,5	27	24,3	23,6
• Pequeñas tiendas	41,3	42,3	42,6	42,5	41,7
• Otros	9,7	9,1	9,7	9,7	10,8
Minoristas de no comestibles	0	0	0	0	0
VENTA MINORISTA SIN TIENDA (Internet, en casa, directa, etc.)	0	0	0	0	0
TOTAL	100	100	100	100	100

Fuente: Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, *Cheese in Egypt (August 2019)*.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias⁴

Gracias a diferentes acuerdos firmados entre la Unión Europea y Egipto, específicamente en virtud del Acuerdo de Asociación firmado entre EU y Egipto, que entró en vigor en 2004, y por el que los aranceles iban a reducirse progresivamente, **el arancel aplicado a los diferentes códigos arancelarios tratados es del 0%**.

Por otro lado, para la exportación de queso a Egipto es indispensable presentar los siguientes documentos a través del Documento Administrativo Único (SAD), es decir, la declaración de aduanas:

Capítulo IV (TARIC 0406)		Queso y requesón	
Requerimientos generales		Requerimientos específicos	
<ul style="list-style-type: none"> - Aviso previo de llegada - Documento único administrativo - Declaración de conformidad aduanera - Factura comercial y Factura Proforma - <i>Packing list</i> - Certificado de origen no preferencial - Prueba de certificado de origen - <i>Airwaybill</i> - Conocimiento de embarque - Certificado de seguro - Orden de envío - Documentos para el control de riesgos - Registro comercial - Carta de importador registrado y Carta de registro fiscal - Etiquetado árabe 		<ul style="list-style-type: none"> - Autorización de manufacturas alimentarias extranjeras - Registro de fabricantes extranjeros calificados para exportar sus productos a Egipto (GOEIC) - Certificado de conformidad - Declaración de conformidad - Certificado Halal - Certificado de inspección de radioactividad - Permiso para importar animales y productos de estos - Declaración de leche y productos lácteos - Certificado de salud veterinaria para productos animales - Inspección de productos agrícolas, y alimentos y artículos destinados a entrar en contacto con estos 	

Fuente: Market Access Database.

De estos requerimientos, dos merecen especial mención. En primer lugar, la **inscripción en el registro de importadores, GOEIC** (Organización General para el Control de Exportaciones e Importaciones). Según los decretos ministeriales 991/2015 y 43/2016, determinados productos pueden ser importados sólo si las empresas en cuestión están incluidas en el registro de importadores. El documento es un requisito previo para el Certificado de conformidad exigido a todos los productos regulados y se requiere también para el despacho de aduanas y el acceso al mercado.

Y, en segundo lugar, atención a los **requerimientos de etiquetado y empaquetado**. Todos los productos alimentarios están sujetos a un **estricto sistema de etiquetado y embalaje**. Todos los embalajes y empaquetado de un determinado producto deben ser siempre iguales en peso y diseño, así como en limpieza y ausencia de olores, con el propósito de preservar las características del producto en cuestión. El tema del etiquetado es muy importante, ya que si hay algún producto con error en alguna etiqueta, hay que devolverlo a su lugar de origen para enmendar allí el problema.

E.3. Ayudas

No se han encontrado para el sector del queso ayudas, subvenciones o incentivos por parte del Gobierno egipcio que favorezcan a la exportación de este producto al país, o a la implantación de empresas extranjeras en este mercado.

E.4. Ferias

Anualmente se celebra **AGRENA**, una exposición de lácteos, aves, producción animal y pesca. Este evento tiene

⁴ Para más información: <http://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewIFpubli.htm?hscod=8432&countries=EG>



lugar todos los años en el Centro Internacional de Conferencias de El Cairo. En 2019 se ha celebrado entre los días 17 y 19 de octubre. Web: www.agrena.net

Además, también se celebran anualmente ferias de alimentación general que pueden ser de utilidad para las empresas españolas exportadoras de queso interesadas en introducirse en el mercado:

- **Food Africa Cairo** (<http://www.foodafrica-expo.com/>)
- **Africa Food Manufacturing** (<https://www.africa-foodmanufacturing.com/en/Show-Info.html>)

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Organismos:

- **Ministry of Trade and Industry:**

Dirección: 2 Latin America Street - Garden City - Cairo, Egipto

Tel: + 202 27921178 - 27921193 - 27921194

Email: mfti@mfti.gov.eg / inquiry@mfti.gov.eg

Web: www.mfti.gov.eg

- **Egyptian Organization for Standardization and Quality Control:**

Dirección: 16 Tadreeb el Motadarebeen Street, Ameriya, Cairo, Egipto

Tel: +202 2603-1348 / 22845503

Email: moi@idsc.net.eg; eositc@eos.org.eg; moi@idsc.net.eg; eos@idsc.net.eg

Web: www.eos.org.eg; www.consumer.eos.org.eg; <https://www.iso.org>

- **General Organization for Export and Import Control (Goeic)**

Dirección: Cargo Village, Airport building, Cairo, Egipto

Tel: +202 2266-6847

Email: goeic@goeic.gov.eg; o-affairs@goeic.gov.eg

Web: www.goeic.gov.eg

- **Egyptian Customs Authority**

Dirección: Emtedad Ramsis Street, Ministry of Finance Towers Tower 3, 3rd Floor, Cairo, Egipto

Tel: + 202 23422014/6

Email: Pro_H@customs.gov.eg

Web: www.customs.gov.eg

G. CONTACTO

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

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

Oficina Económica y Comercial de España en El Cairo

19, Boulos Hanna Street
Dokki, Giza
Cairo (12311) – Egipto
Teléfono: +20 0 33361588
Email: elcairo@comercio.mineco.es

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

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

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

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

AUTORA
Jara Álvaro Murillo

Oficina Económica y Comercial
de España en El Cairo
elcairo@comercio.mineco.es
Fecha: 01/12/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es

