

Universidad de Costa Rica
Escuela de Administración de Negocios
Maestría en Negocios Internacionales

Memoria de Seminario:
Aspectos a considerar para promover las
exportaciones de Costa Rica en el marco del
reinicio de las relaciones diplomáticas con la
República Árabe de Egipto

Profesor:
M.Sc. Alfredo Blanco Odio

Estudiante:
Lic. Humberto Pineda Villegas
Carné: 925420

2008

ÍNDICE

Introducción.....	7
Justificación de la investigación.....	9

Capítulo 1 Metodología de la investigación

1.1. Objetivo general.....	11
1.2. Objetivos específicos.....	11
1.3. Diseño de la investigación.....	12
1.3.1. Definición del tipo de estudio a realizar.....	12
1.3.2. Formulación de hipótesis.....	14
1.3.3. Definición de variables.....	14
1.4. Plan de trabajo.....	15
1.4.1. Consulta bibliográfica.....	15
1.4.2. Consulta electrónica.....	16
1.4.3. Entrevistas.....	18
1.4.4. Consulta a revistas, diarios, presentaciones de conferencias, artículos, leyes, acuerdos, otros.....	21
1.4.5. Presentación de la información.....	23
1.4.6. Cronograma de trabajo.....	24

Capítulo 2 Marco teórico

2.1. Breve reseña histórica de las relaciones entre Costa Rica y Egipto.....	25
2.2. La liga Árabe y el Islam.....	27
2.3. Egipto.....	28
2.3.1. Historia.....	28
2.3.2. Gobierno y política.....	30
2.3.3. Organización político-administrativa.....	31
2.3.4. Geografía.....	31
2.3.5. Economía.....	32
2.3.6. Demografía.....	33
2.3.7. Cultura.....	34
2.3.8. Estadísticas resumen de Egipto.....	35

Capítulo 3 Aspectos que se deben considerar para exportar a Egipto

3.1. Aspectos generales de la cultura en los negocios internacionales.....	36
3.2. Aspectos sobre el consumo según sectores.....	41
3.2.1. Agrícola.....	41
3.2.2. Turismo.....	43
3.2.3. Sector gubernamental.....	44
3.2.4. Estadísticas generales sobre importaciones.....	45
3.3. Aspectos relativos a la importación en Egipto.....	46

3.3.1. Vías de acceso y canales y estrategias de distribución.....	48
3.3.2. Barreras para el acceso a Egipto.....	49
3.3.3. Aspectos técnicos al comercio internacional.....	50
3.3.4. Aspectos jurídicos.....	51
3.3.4.1. Aspectos relativos a la Legislación mercantil.....	52
3.3.4.2. Legislación fiscal.....	53
3.3.4.3. Legislación laboral.....	54
3.3.5. Aspectos financieros.....	55
3.3.5.1. Legislación sobre inversiones extranjeras.....	55
3.3.5.2. Medios de pago.....	57
3.3.6. Principales documentos de importación.....	58
3.4. Aspectos comerciales.....	60
Producto.....	60
Promoción.....	60
Precio.....	61
Plaza.....	61
3.4.1. Política de crédito comercial.....	62
3.5. Aspectos complementarios.....	61
3.5.1. Información de utilidad general.....	61
3.5.2. Instituciones públicas de contacto.....	65

Capítulo 4 Productos exportables a Egipto, formas de negociación y registro de direcciones

4.1. Propuesta: productos exportables a Egipto.....	67
4.2. Formas de negociación.....	70

Capítulo 5 Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones.....	75
5.2. Recomendaciones.....	76

Lista de tablas

Tabla 1 Comercio exterior y porcentaje de crecimiento para Costa Rica, 2004 al 2005.....	10
---	----

Tabla 2 Principales destinos de las exportaciones a Egipto, 2000 y 2001.....	27
Tabla 3 Comercio exterior de Egipto por grandes grupos – 2005.....	41
Tabla 4 Indicadores agrícolas básicos de Egipto – 2005.....	42
Tabla 5 Porcentaje de arancel a productos protegidos por Egipto – 2004.....	51
Tabla 6 Evolución del número de puntos de venta en Egipto.....	62
Tabla 7 Exportaciones de Costa Rica a Egipto por partida arancelaria – 2006 y 2007.....	68
Bibliografía	87
Anexos	90
Anexo 1 Anuncio del reinicio de relaciones diplomáticas entre Costa Rica y Egipto	
Anexo 2 COMUNICADO DE PRENSA - CP-089	
Anexo 3 Estadísticas resumen de Egipto	
Anexo 4 Principales productos importados por Egipto	
Anexo 5 Facilidad de hacer negocios en Egipto	
Anexo 6 Lista de exportadores hacia Egipto en el año 2006	
Anexo 7 Registro de direcciones de entidades de interés en Egipto	

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

San José, 9 de junio de 2008

Señor

Don Aníbal Barquero Chacón

Director

Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas

Estimado Señor Director:

El suscrito, Humberto Pineda Villegas, carné 925420, del área de Maestría en Negocios Internacionales, se permite, por este medio, hacer la siguiente declaración jurada ante su persona, que manifiesta que la investigación denominada: "Aspectos a considerar para promover las exportaciones de Costa Rica en el marco del reinicio de las relaciones diplomáticas con la República Árabe de Egipto", no ha sido presentada con anterioridad.

Atentamente,

Humberto Pineda Villegas

Cédula: 1-0864-0369

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

San José, 9 de junio de 2008

Señor

Don Aníbal Barquero Chacón

Director

Programa de posgrado en Administración y Dirección de Empresas

Estimado señor Director:

El suscrito, Humberto Pineda Villegas, carné 925420, estudiante de la Maestría en Negocios Internacionales, se permite, por su medio, presentar a la Comisión de Trabajos Finales de Graduación, la Memoria de Seminario denominada: "Aspectos a considerar para promover las exportaciones de Costa Rica en el marco del reinicio de las relaciones diplomáticas con la República Árabe de Egipto", como requisito parcial para optar por el grado de Magíster en Negocios Internacionales.

Además, hace de su conocimiento que la investigación se realizó bajo la modalidad de Seminario de Graduación y cuenta con la aprobación de los profesores que tuvieron a cargo la guía del trabajo.

Humberto Pineda Villegas.

Teléfonos de contacto: 2209 61 34 y 8396 00 80

M.Sc. Alfredo Blanco Odio
Director de la investigación

M.Sc. Álvaro Arguedas Sanabría
Profesor - Lector interno

Lic. Cyrus Alpízar Barquero
Lector externo

Introducción

En la actualidad, Costa Rica, se encuentra enfrentando un momento, en el cual diferentes aspectos adquieren una creciente importancia, entre ellos se pueden referir: los tratados comerciales con otros países y regiones, la expansión hacia nuevos mercados y la diversificación de las exportaciones hacia destinos alternativos que disminuyan la dependencia de las exportaciones a Estados Unidos de América y Europa, así como el tema de los negocios internacionales y sus tópicos relacionados, como son las exportaciones, las importaciones y la cultura internacional de negocios, entre otros.

La manera en que el país y el sector exportador se vinculan a los mercados internacionales, se convierte en una avenida que reviste cada vez más importancia para el crecimiento económico de Costa Rica. En este proceso participan grandes, medianas y pequeñas empresas, que han descubierto que el mercado mundial les ofrece enormes oportunidades de crecimiento y de desarrollo para sus negocios.

En este contexto, se halla el reinicio de las relaciones diplomáticas entre Costa Rica y Egipto, puesto que de esta manera ha sido manifestado por autoridades del gobierno, idea que se detalla más adelante, ya que abre la posibilidad, tanto al sector exportador como al importador, de aumentar las operaciones comerciales internacionales. En el caso de las exportaciones hacia Egipto, es un tema que se reviste de suma importancia por cuanto constituye una nueva ventana a la actividad exportadora de Costa Rica, que es una de las principales fuentes generadoras de empleo y de riqueza.

Los procesos de reconversión productiva han llevado a muchas pequeñas y medianas empresas (PYMES) a incursionar en productos alternativos que requieren de nuevos mercados y por ello, las exportaciones a nuevos destinos (como el mercado egipcio), significa una nueva opción.

El Medio Oriente abre sus puertas, como una alternativa, a la oferta costarricense con el reinicio de las relaciones con Egipto. Puede ubicarse como una nueva meta para algunas de las exportaciones tradicionales y para otras no tradicionales, como por ejemplo, si se mencionase el caso de la fabricación de las artesanías fomentada por el desarrollo del sector turístico, ésta podría encontrar en el mercado egipcio, muy desarrollado en este sector y conocido mundialmente, una demanda potencial para estos productos. La fabricación de artesanías en Sarchí, ha alcanzado niveles de producción y de experiencia que les pueden permitir la manufactura de piezas en serie para exportar al mercado del turismo egipcio.

La investigación procura conocer sobre las oportunidades potenciales para las empresas costarricenses que deseen incursionar en ese mercado. Esta idea fue comentada por el Ministro de Relaciones Exteriores, señor Bruno Stagno quien indicó que, el reinicio de las relaciones diplomáticas con Egipto, abría una nueva ventana a las exportaciones costarricenses que permitiría a muchas empresas con sede en Costa Rica abrir nuevos mercados¹. (Ver anexo 1)

Se pretende conocer sobre las principales características comerciales de Egipto, además de algunos rasgos de la región de Medio Oriente, que ayuden a generar propuestas sobre las mejores formas de aprovechar las oportunidades reales de exportación, además, ahondar sobre las ventajas competitivas que el país y la región le ofrecen a Costa Rica como mercado bloque y otros aspectos de relevancia como los procesos de importación, el acceso al mercado, los aspectos técnicos, las barreras, entre otros.

Efectivamente, se debe dilucidar si los rasgos, los procesos, la cultura, las características y los aspectos comerciales ofrecen ventajas para nuestros productos con capacidad exportadora.

¿Cuáles son, de esos, los aspectos a considerar para exportar a Egipto? Esto permitirá finalmente generar un mayor conocimiento y motivación al sector

¹ www.nacion.com, www.nacion.com/in_ee/2006/septiembre/14/ultima-ce7.html, 18 de setiembre de 2006

industrial y a otro tipo de productores de bienes exportables. Se pretende, además, preparar un documento, que sirva como base, para todos aquellos exportadores interesados en conocer más acerca de la nación egipcia, en lo referente a hábitos y aspectos de consumo, requisitos y legislación para importar, instituciones públicas y empresas privadas involucradas en el tema, direcciones para consultas y que sirvan de base para futuras investigaciones.

Justificación de la investigación

En el marco de la XIV Cumbre del Movimiento de Países No Alineados (NOAL), celebrada en el mes de setiembre del 2006 en La Habana, Cuba, donde Costa Rica acudió como observador, los cancilleres de Egipto y de Costa Rica anunciaron el pleno reinicio de sus relaciones diplomáticas. El Canciller de Costa Rica, señor Bruno Stagno comentó: *“Egipto es la sede de la Liga Árabe, lo cual permitirá una mayor aproximación política y diplomática con el mundo árabe e islámico en general, además de abrir oportunidades comerciales con esos mercados”*².

En relación con el párrafo citado, la presente investigación, al mismo tiempo que abarca un tema de suma actualidad, reviste especial importancia para el sector exportador costarricense en vista del poco conocimiento en nuestro medio sobre el Medio Oriente y específicamente, sobre Egipto. En esta región se ubican nuevos mercados, colindantes con otros pueblos de cultura islámica donde se puede encontrar un nicho a nuestros productos de exportación, con un potencial de demanda de necesidades insatisfechas de bienes y servicios que podrían ser abastecidos desde Costa Rica, además de servir de puente al continente de África, India y el resto de los países del Medio oriente.

Según indica en su artículo, Bancomex³:

“Los seis países que estamos promoviendo el día de hoy son en este sentido, una atractiva oportunidad, ya que se trata de un mercado de

² Idem anterior (cita 1).

³ Bancomex, Seminario: Oportunidades comerciales en países árabes: los casos de Líbano, Egipto, Marruecos, Argelia, Arabia Saudita y Mauritania, pág 4. 11 de mayo de 2006, México.

magnitud considerable constituido, en conjunto, por 161 millones de personas, un producto interno bruto que combinado, asciende a 579 miles de millones de dólares e importaciones totales de 124 miles de millones de dólares anuales”.

La Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO) indica, con base a las estadísticas de Procomer que nuestras exportaciones al mundo superan el valor de US\$7.000 millones y representan un monto que supera el 35% del producto interno bruto (PIB) y más de ochocientas empresas de capital nacional, con más de un 90% de ellas pequeñas y medianas empresas, que exportan alrededor de tres mil seiscientos productos distintos a más de ciento cuarenta destinos diferentes alrededor del mundo.

En el siguiente cuadro, puede apreciarse con más detalle, el incremento de las exportaciones de Costa Rica, así como las importaciones, en los años 2004 y 2005.

Tabla 1 Comercio exterior y porcentaje de crecimiento para Costa Rica, 2004 - 2005

	2004	2005	Crecimiento
Exportaciones	6.081.695.395	6.769.990.020	10%
Importaciones	8.268.027.208	9.806.125.196	16%
Saldo	2.186.331.813	3.036.135.176	

Fuente: elaboración propia, con base en datos de PROCOMER.

El crecimiento en el 2005, comparativamente con el 2004, pasó de un 10% a un 16%, experimentando un crecimiento porcentual del 60%, cifra que refleja la dinámica del sector, que se encuentra en franco crecimiento. Para el 2006, las exportaciones experimentaron un crecimiento del 17%, según los datos preliminares del Ministerio de Comercio Exterior y de PROCOMER.

De los datos anteriores, no cabe duda que el aporte del presente trabajo va a contribuir con un sector en constante crecimiento, ávido de información y de nuevos mercados.

Capítulo 1 Metodología de la investigación

1.1. Objetivo general

Al considerar lo expuesto en la sección introductoria, es necesario formular la pregunta: ¿Representan el reinicio de las relaciones diplomáticas y el establecimiento de una embajada en Egipto, una oportunidad atractiva para un intercambio comercial y específicamente, para el sector exportador de Costa Rica? Del mismo modo, es conveniente evaluar qué tanto conocemos acerca de este mercado, de sus hábitos de consumo, de su cultura de hacer negocios y de sus condiciones, que nos facilite considerarlo como un país hacia dónde dirigir esfuerzos de exportación.

Objetivo general: Identificar y dar a conocer los principales aspectos que posee la República Árabe de Egipto, como una opción para que el sector productivo costarricense pueda exportar, en el marco del reinicio de las relaciones diplomáticas.

1.2. Objetivos específicos

- 1.2.1. Evaluar la demanda internacional egipcia de productos extranjeros.
- 1.2.2. Informar sobre los principales aspectos técnicos, jurídicos, económicos y financieros que puedan afectar los negocios con el país y el Medio Oriente.
- 1.2.3. Conocer sobre sus principales hábitos y productos de consumo.
- 1.2.4. Observar las posibles vías de acceso al mercado.
- 1.2.5. Identificar oportunidades de productos exportables, su naturaleza y tipos.
- 1.2.6. Analizar y exponer los principales rasgos culturales y costumbres para hacer negocios en Egipto.
- 1.2.7. Conocer acerca de los diferentes aspectos técnicos, financieros y legales que tienen relevancia sobre los procesos de importación en Egipto y la forma de hacer negocios.

1.2.8. Reconocer las diferentes instituciones y organizaciones egipcias y costarricenses que podrían tener injerencia en las negociaciones entre ambos países.

1.3. Diseño de la investigación

1.3.1. Definición del tipo de estudio a realizar

En el presente trabajo se hará énfasis en dos tipos de investigación:

Descriptiva: la investigación ayudará a describir y entender más una cultura particular y cómo se relaciona con otras áreas, como la política y los negocios internacionales. A su vez, permitirá razonar las formas de acceso al mercado de Egipto y desde ahí al Medio Oriente, con sus características tales como su comportamiento, sus hábitos, sus aspectos financieros, entre otros. Se pretende describir los aspectos de interés en el tema y los hallazgos, con el fin de facilitar el manejo de la información por parte de los interesados.

Exploratoria: se llevará a cabo este tipo de investigación dado que es un tema actual para el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica y a su vez, para la población en general. El objetivo general persigue familiarizarnos con un tópico novedoso y escasamente estudiado por el sector exportador. Se pretende esbozar los principales aspectos relevantes como herramienta de información para la toma de decisiones y conjuntamente, servir de base para futuras investigaciones. Se utilizarán técnicas de exploración de las fuentes en ámbitos económicos, sociales, políticos y culturales que puedan incidir en el manejo de los procedimientos propuestos para las relaciones comerciales.

Deberá explorarse la legislación, la historia, las tradiciones, las costumbres y todos los procedimientos actuales que convergen en los usos y costumbres para el intercambio de productos en el ámbito internacional.

1.3.2. Formulación de hipótesis

- ¿Existen ventajas competitivas de Costa Rica que beneficien a los productos de origen costarricense que se exporten a Egipto?
- ¿Existen productos con potencial realmente exportador hacia Egipto? En caso de una respuesta positiva, ¿Cuáles son estos productos?
- ¿Tenemos, a la fecha, vías y rutas de exportación factibles?, ¿Cuáles son esas rutas?
- ¿Cuáles podrían ser las principales estrategias de distribución?
- ¿Representan un obstáculo las diferencias culturales para llevar a cabo negocios con Egipto?
- ¿Es un instrumento crítico de éxito la apertura de una embajada en Egipto para fomentar las exportaciones costarricenses?

1.3.3. Definición de variables

Para operar las variables del estudio es necesario primeramente definir las conceptualmente, pasar luego a la operación y al manejo, y finalmente, localizar indicadores de medición que nos permitan cuantificar los resultados, proceso en el que va a utilizar como unidad de medida el dólar de Estados Unidos de América.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
1. Volumen de las exportaciones de Costa Rica hacia Egipto, en moneda de EE.UU. durante los últimos cinco años.	Se refiere al valor total de todas las exportaciones de Costa Rica hacia Egipto, en moneda de EE.UU. durante los últimos cinco años.	Cantidad en dólares de EE.UU. de todos los bienes y servicios exportados a Egipto.	<ul style="list-style-type: none"> • Valor total de las exportaciones. • Monto acumulado en los últimos años. • Tasa de crecimiento/ decrecimiento.
2. Volumen de las importaciones de Egipto en dólares de EE.UU.	Se refiere al monto de las importaciones totales que ha realizado Egipto en los últimos cinco años, que son medidas en dólares de EE.UU. y en cantidad de unidades.	Se refiere al monto de las importaciones totales que ha realizado Egipto en los últimos cinco años medidas en dólares de EE.UU., así como su distribución porcentual de esos volúmenes y cantidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución porcentual de las importaciones en dólares de EE.UU. • Distribución porcentual en cantidades (valor absoluto) de las importaciones.
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador
3. Cantidad de productos exportables, medidos en unidades (toneladas, unidades, metros)	Cantidad de todo el conjunto de productos exportados a la fecha, en las diferentes unidades de medida, desde Costa Rica hacia Egipto, de los últimos 5 años.	Cantidad de productos exportados a la fecha, durante los últimos cinco años, medidos en las diferentes unidades de medida, desde Costa Rica hacia Egipto.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad e productos por industria. • Cantidad de productos por destino de país. • Cantidad de bienes exportados (unidades). • Frecuencia de las exportaciones.
3. Ubicación arancelaria de los productos exportados.	Definir bajo cuales partidas arancelarias se ubican los productos exportados a la fecha por Costa Rica hacia Egipto. Principales grupos en los que se pueden agrupar los bienes exportados.	Identificar los productos en el sistema arancelario y si a estos les aplica alguna tasa, imposición, impuestos especiales o beneficio por tratado comercial.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de productos por sección de partidas. • Porcentaje de impuestos para cada uno. • Aranceles sobre las importaciones, porcentaje sobre el valor imponible.
4. Cultura de negocios en Egipto y Medio Oriente	Conjunto de rasgos sociales, religiosos y económicos que describen en particular un grupo de pobladores geográficamente ubicados.	Conjunto de rasgos sociales, religiosos, económicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Paradigmas • Religión • Costumbres • Hábitos de consumo

Plan de trabajo

Se procederá a una fase inicial, en la cual el material bibliográfico de Internet, noticias y apuntes recopilados, se ordenará y se incluirá en la investigación, según corresponda en cada uno de los capítulos. El material contempla datos estadísticos e información general referente a Egipto.

Para llevar a cabo la investigación, se propone una metodología de trabajo subdividida en cuatro secciones, a saber: consulta bibliográfica, consulta en Internet, entrevistas y consulta en: revistas, anuncios, presentaciones, artículos, otros.

1.4.1. Consulta bibliográfica

Las principales fuentes bibliográficas de consulta basada en libros son: “Estrategia y Ventaja Competitiva” de Michael Porter y “Marketing en un mundo global” de Joseph Beltran (ver citas detalladas en la bibliografía). Los dos libros citados anteriormente servirán para fundamentar teorías y conceptos prácticos.

El libro denominado “El Sáhara: Tierras, Pueblos y Culturas, del Autor Manuel Julivert”, será utilizado como de consulta, se tomarán datos de historia y otros sobre los rasgos de la cultura egipcia.

Se continuará con el análisis del material bibliográfico en publicaciones recientes, específicamente sobre el tema de exportaciones a Egipto, importaciones, cultura de negocios. Todo ello en vista de que, a la fecha, se ha presentado la limitante de acceso a material formal de consulta sobre el tema de fondo.

Se aprovecharán las entrevistas para obtener, al mismo tiempo, información y referencias bibliográficas de libros para consultar.

Se utilizará la guía para la elaboración del anteproyecto final de graduación de la Universidad de Costa Rica, como base para la estructura formal del trabajo final.

1.4.2. Consulta en Internet

Una fuente importante de consulta será la red internacional Internet, que puede definirse como una recopilación de información internacional de acceso sin restricción de carácter global con abundante información de diferentes autores ubicados en cualquier parte del mundo.

Se inició el anteproyecto, con la consulta de diferentes enfoques metodológicos, entre libros y otros ubicados en la red Internet.

Se utilizó como fuente la página www.angelfire.com, cuyo contenido ayudará a la elaboración de la investigación, al brindar una guía sobre la forma de su desarrollo.

Otra página de consulta será Wikipedia (www.wikipedia.com), que es una enciclopedia libre plurilingüe basada en la tecnología Wiki, la cual se desarrolla de forma libre y colaborativa por voluntarios en la red Internet, permitiendo que la gran mayoría de los artículos sea modificada por cualquier persona con acceso mediante un navegador Web. En ella se encuentra gran cantidad de información relacionada con Egipto y Medio Oriente, así como artículos de interés para el tema en cuestión.

La página Web de Inversiones en Egipto (www.egyptinvest.com), será de valiosa ayuda y fuente importante de información, así como la página Web de la Oficina Comercial de Egipto en España y de la Cámara árabe mexicana de industria y comercio. Se espera encontrar aspectos como: legislación sobre inversiones, información sobre ferias, instituciones de contacto, empresas exportadoras e importadoras, experiencias y lecciones de quienes ya han exportado, estadísticas e información sobre demanda de bienes y de compradores.

Se consultarán, además, las páginas Web de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), Coalición de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) y el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), según se detalla a continuación.

La Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) es una institución creada por Ley de la República, bajo Ley 7638 de Creación del Ministerio de Comercio Exterior y de la Promotora del Comercio Exterior, la cual asume las funciones de la Corporación de Zonas Francas, el Centro para la Promoción de las Exportaciones y de las Inversiones (CENPRO) y la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Inversionistas. Es importante tomarla como fuente de información, en vista que esta Institución está encargada de facilitar el desarrollo y fortalecer la capacidad exportadora de los sectores productivos de Costa Rica, para promover la inserción efectiva de la producción local en los mercados internacionales. Por medio de su página Web, se puede tener acceso a información de uso referencial, con múltiples datos, estadísticas y tendencias. PROCOMER cuenta con un Departamento de análisis de mercados, el cual se visitará y se espera su colaboración para profundizar algunos aspectos precisos del mercado de Egipto, tal como las exportaciones de bienes y servicios desde Costa Rica en los últimos años. En esta entidad, se pretende conocer si existen iniciativas de productores costarricenses para incursionar en este mercado, o detalles sobre productos exportados, experiencias de exportadores, estadísticas de bienes, porcentajes y tipos de productos enviados al Medio Oriente.

La Coalición de Iniciativas de Desarrollo (CINDE), organización privada y sin fines de lucro, fundada en 1982 y declarada de interés público por el Gobierno de Costa Rica desde 1984 y como ente líder del proceso de generación de inversión extranjera directa (IED) orientada a la exportación, en áreas estratégicas para Costa Rica, y con una fuerte dosis de interconexión con otras áreas e instituciones del país. Se considera de suma importancia para la investigación conocer su posición al respecto, obtener de primera mano alguna iniciativa sobre el país o la región de estudio.

Existen dos vías, una a través de su página Web y la otra por medio de una visita personal, con la cual se realizará una entrevista la Gerente del Sector Servicios, que es la Sra. Vanessa Gibson. En esta entidad, procuraremos conocer las iniciativas de empresas extranjeras provenientes de la región de Medio Oriente de radicarse en Costa Rica o de empresas ya establecidas que exporten hacia Egipto y la región, sus experiencias y otros detalles. Se espera conocer más sobre el clima de negocios y la cultura.

La información que se pretende recabar, estará dada por las siguientes preguntas:

- ¿Qué acciones y estrategias como institución están realizando para atraer inversión extranjera directa?
- ¿Qué tipo de estudios se han llevado a cabo sobre empresas del Medio Oriente, sus necesidades, potencial exportador?
- ¿Qué impacto tendrá en las exportaciones costarricenses en relación con la apertura de una embajada en Egipto?
- ¿Traerá beneficios?, ¿De qué tipo?
- ¿Cuáles empresas podrían tener interés en exportar hacia Egipto?
- ¿Cuál es el saldo de la balanza comercial, en los últimos tres años, hasta la fecha?
- ¿Cuáles son los bienes exportados a Egipto y cuáles son los bienes exportados al Medio Oriente?

1.4.3. Entrevistas

Esta sección de la metodología consiste en una serie de tres entrevistas con las que se pretende recabar la información de las fuentes primarias, con información de primera mano, de personas del ámbito político, académico y comercial.

La primera entrevista se efectuará a la licenciada Paola Arias, representante del Departamento de Política Exterior de la Cancillería, para que nos ayude a cimentar algunas apreciaciones y darle validación al tema coyuntural de la política actual del

Gobierno. Esta posee un contexto político, el que nos permitirá entender mejor algunos aspectos como las relaciones diplomáticas, los antecedentes, historia, puntos de vista del gobierno. Se tiene previsto formularle las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los antecedentes del reinicio de las relaciones diplomáticas?
- ¿Por qué Egipto?
- ¿Qué impacto puede preverse en el comercio entre ambos países?
- ¿Qué oportunidades comerciales y apoyo va a recibir el sector productivo-exportador de parte del gobierno de Costa Rica, desde el punto de las vista de las relaciones exteriores?
- ¿Se prevé en Egipto un clima favorable para las importaciones provenientes desde Costa Rica, del comercio en general?
- ¿Qué acciones político-comerciales se tienen previstas?
- ¿Qué tipo de relación habrá: política, diplomática, comercial?
- ¿Se contará con personal diplomático, habrá algún funcionario encargado de asuntos comerciales, habrá consulado o embajada?, ¿Con cuánto personal se contará y qué tipo de servicios se prestarán?
- ¿A partir de cuándo se puede comenzar a contar con ellos?
- ¿Se tendrá agregado comercial?
- ¿Se pretenden funciones sólo para Egipto o se espera un ámbito de influencia mayor, hacia dónde?
- ¿Qué otras relaciones se consideran a corto plazo para la región?, ¿Con cuáles países?

La segunda entrevista tendrá una orientación práctica, esto se ejecutará con la ayuda de un exportador o una persona conocedora de la realidad en Egipto y de la cultura de negocios de esa región.

La entrevista se realizará con el Sr. Rafic Saleh, presidente de Horizons Corporations Internacional. Empresario de origen libanés y exportador de equipos médicos bajo el régimen de zona franca, cuya empresa está ubicada en La Valencia, provincia de Heredia.

El señor Saleh cuenta con más de veinte años de experiencia en mercados internacionales, posee una maestría otorgada por una universidad de EE.UU. y estudios a nivel de doctorado, ambos en el área de los negocios. Conoce los rasgos culturales que caracterizan a ambos países, Egipto y Costa Rica.

El objetivo principal de esta entrevista es recoger sus experiencias prácticas y sus apreciaciones sobre la realidad actual y el clima de negocios, que pueden esperar los costarricenses, consejos e ideas, todo esto con base en su experiencia como exportador desde Costa Rica, además de la visión y comprensión del entorno combinado con su origen.

En este sentido, las preguntas que se harán son:

- ¿Es la cultura de negocios en Egipto compatible con la costarricense?, ¿Cómo?
- ¿Piensa que existen oportunidades reales de negocios en Egipto para ciertos productos de origen costarricense?
- ¿Cuál es su principal enseñanza sobre el mercado de Medio Oriente?
- ¿Cuáles serían sus principales consejos para un exportador de Costa Rica?
- ¿Cuáles deberían ser los principales aspectos a tomar en cuenta?

La tercera entrevista se le realizará al investigador Señor Roberto Marín Guzmán, profesor de la Universidad de Costa Rica, quien en los últimos veinte años se ha dedicado al estudio y la divulgación de la cultura árabe y musulmana. Estudió en Ammán, Jordania y en Texas, siempre en la misma rama. Es autor de numerosos artículos en revistas de Latinoamérica, Pakistán, Estados Unidos de América y Líbano.

Entre las principales preguntas, que se le formularán al Señor Marín, están:

- ¿Cuáles son las principales características culturales que diferencian al costarricense del egipcio?
- ¿Posee experiencia en exportar a Egipto desde Costa Rica, cómo ha sido, está?
- ¿Ha realizado investigaciones sobre Egipto o la región en el campo comercial, diplomático, relaciones? ¿Qué datos puede compartir sobre estas investigaciones?
- ¿Cuáles instituciones egipcias pueden brindar información valiosa para la toma de decisiones de un potencial exportador costarricense?
- ¿Cuáles son los antecedentes del reinicio de las relaciones diplomáticas?, ¿Por qué se seleccionó Egipto?
- ¿Qué impacto puede proveerse en el comercio entre ambos países?
- ¿Es la cultura de negocios de Egipto compatible con la costarricense? ¿Cómo?
- ¿Se prevé un clima en Egipto favorable para importaciones provenientes desde Costa Rica?
- ¿Cuáles serían sus principales consejos para un exportador de Costa Rica?
- ¿Cuáles deberían ser los principales aspectos a tomar en cuenta, tanto comercial como cultural?

1.4.4. Consulta a revistas, diarios, presentaciones de conferencias sobre aspectos relativos a Egipto, artículos, aspectos legales, otros

El tema es muy reciente y se han publicado artículos en los diarios nacionales. Principalmente en La Nación, que le ha dado una cobertura especial y seguimiento con diferentes artículos, tanto de la perspectiva política como de la comercial, los que se han extraído y se utilizarán como material de apoyo y referencia.

Se analizará la propuesta del señor Alberto Karan, Cónsul del Líbano en Costa Rica, quien recientemente, asistió a una conferencia para exponer acerca del tema de las exportaciones a Egipto. Se le solicitará hacer referencia a sus ponencias y

presentaciones sobre el tema. Se hará propicia la oportunidad para formularle las siguientes preguntas:

- ¿Qué impacto puede predecirse en el comercio entre ambos países?
- ¿Es la cultura de negocios de Egipto y Líbano, compatible con la costarricense?, ¿En cuáles aspectos?
- ¿Sería Líbano un eventual destino, ¿Esta idea es factible?, ¿Qué opina?
- ¿Qué oportunidades se pueden encontrar en Medio Oriente para Costa Rica y la región centroamericana?
- ¿Conoce las oportunidades comerciales y el apoyo que va a recibir el sector productivo-exportador de parte del gobierno de Costa Rica?
- ¿Se prevé un clima en Egipto y la región favorable para importaciones provenientes desde Costa Rica?
- ¿Qué acciones político-comerciales se tienen previstas?
- ¿Existe un contacto entre los ciudadanos de Egipto y Líbano, aquí en Costa Rica?, ¿Qué tipo de acciones se están tomando?

Como Egipto es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), se consultarán los acuerdos en este marco, así como tratados internacionales, leyes y reglamentos de índole internacional y nacional.

Con el fin de aumentar el espectro de fuentes de información que den mayor soporte a la investigación, se buscarán otros artículos y publicaciones en diarios nacionales e internacionales, revistas y medios de cualquier otro tipo, que hagan referencia al tema en investigación.

De ser posible se intentará proponer una lista de productos exportables a Egipto, vías transporte, formas de negociación y un registro de direcciones.

1.4.5. Presentación de la información

Los datos numéricos, incluyendo las estadísticas se procesarán para tener más claro el panorama y que se asimilen y comprendan de forma más rápida los datos. Otros detalles, tales como estadísticas de importaciones y exportaciones se van a graficar. Luego, se procederá a agruparlos y a relacionarlos para poder hacer algunas inferencias y lograr generalizar otras ideas que permitan llegar a algunas conclusiones y poder cumplir con los objetivos planteados.

Los datos principales que se desean encontrar para la investigación versan principalmente sobre los montos de importaciones de Egipto, la cantidad de bienes importados y la forma cómo se distribuyen esas importaciones. La proporción de esas importaciones, tanto de los bienes importados como de los orígenes.

1.4.6. Cronograma de trabajo

Como puede apreciarse en la siguiente tabla, el calendario de labores resumido que nos permitirá alcanzar con las fechas estipuladas y la conclusión del trabajo, es el siguiente:

Cronograma de trabajo

Actividades	Febrero 2008			Marzo 2008			
	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Entrevistas propuestas							
Visitas a COMEX, PROCOMER, CINDE							
Consulta de bibliografía							
Consulta a Internet							
Consulta a revistas, artículos, otros							
Tabulación de la información, datos, estadísticas							
Análisis de la información							
Conclusiones y recomendaciones							
Presentación final							

Fuente: elaboración propia.

Capítulo 2 Marco teórico

2.1. Breve reseña histórica de las relaciones de Costa Rica con Egipto y Medio Oriente.

Las relaciones diplomáticas con Egipto y con el mundo árabe se reinician, en vista de que en el año de 1984, la mayoría de los países árabes rompieron relaciones con Costa Rica, pues dos años antes, en 1982, había trasladado la embajada de Costa Rica en Israel de Tel Aviv a Jerusalén. Este paso provocó un rompimiento con los países del mundo árabe e incluso, imposibilitó las relaciones diplomáticas con la civilización islámica, la que agrupa a más de la sexta parte de la población del mundo. El reinicio se da a partir del año 2006, bajo el mandato del Dr. Oscar Arias Sánchez, quien decide reubicar nuevamente la sede de la diplomacia costarricense en Tel Aviv.

En la guía de política exterior, de la Dirección de Política Exterior del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica, se establecen algunos de los principios y orígenes recientes y la vinculación de nuestro país con la zona de Medio Oriente y del enfoque que desde la década de los 90 se ha dado, como impulso a las relaciones diplomáticas que de alguna forma, orientan y fomentan las exportaciones hacia algunos mercados particulares.

Se puede decir que en el Medio Oriente, desde 1999, se intensificaron los contactos con países árabes, para procurar avanzar en la tarea de diversificar y ampliar el ámbito de la política exterior costarricense y a la vez, estandarizar los vínculos diplomáticos y económicos con las naciones del Medio Oriente, sin descuidar las buenas relaciones con Israel.

El país ha mantenido, por muchos años, una política comercial abierta y expansiva, que tomó fuerza en los años 80 del siglo pasado. Más recientemente, el impulso de la década de los 90, con los tratados comerciales, ha permitido mantener y crear buenas relaciones en el campo diplomático que incentive las exportaciones hacia

mercados vigentes y emergentes. Hasta el año pasado, el país había mantenido la embajada de Israel en Jerusalén, al trasladarse ésta, en agosto del 2006 y retirarse la embajada de una ciudad con influencia musulmana, el Gobierno de Costa Rica se abre camino entre los países del mundo árabe. Egipto es el país sede de la Liga Árabe, que está conformada por 23 naciones, a las que, según la estrategia diplomática, se tendrá acceso una vez que se implemente y maduren las relaciones.

Como ejemplo de la cercanía reciente con Egipto en el marco de acuerdos y tratados, se puede mencionar la XXI Reunión Ministerial del Grupo CAIRNS, que reúne a los 18 países exportadores de bienes agrícolas más activos en las negociaciones internacionales, celebrada del 10 al 12 de octubre del 2000, en Banff, Canadá, donde asistió como invitado especial entre otros, el Ministro de Economía y Comercio de Egipto, Youssef Boutros-Ghali. Es una muestra del acercamiento del país egipcio a un grupo en el cual Costa Rica ha tenido una participación activa e importante. (Ver anexo 2)

Las relaciones, debido a los conflictos con los otros países vecinos, son delicadas y de cuidado y deben mantenerse en un ámbito neutro, para que no afecte las relaciones comerciales.

El principal socio comercial de Costa Rica en la zona en mención es el Estado de Israel, al que en el 2001 se exportaron US \$3,3 millones. Para el 2005, las exportaciones ascendieron los US \$5,0 millones. Como socio comercial, Israel es el único país del Medio Oriente que aparece en las lista de PROCOMER. (Ver cuadro 4.1: Evolución de las exportaciones por destino 2001 – 2005, en el anexo)

El resto de los países del Medio Oriente adonde se destinan exportaciones costarricenses aparecen dentro del grupo “Otros”, por su bajo peso relativo dentro del total de las exportaciones del país.

Antes del 2002, para los años 2000 y 2001, en los cuadros suministrados por PROCOMER, sí aparece Egipto. En el siguiente cuadro, se puede apreciar este comportamiento.

Tabla 2 Principales destinos de las exportaciones a Egipto, 2000 y 2001
(en millones de US\$)

País	2000		2001	
	Abril	Posición	Abril	Posición
Egipto	0.03	86	0.03	84

Fuente: elaboración propia con base en datos de PROCOMER.

Como se expondrá más adelante, para el 2006, de acuerdo con PROCOMER, de nuevo existen varias empresas exportando diferentes productos hacia Egipto.

2.2. La Liga Árabe y el Islam

El Islam es una religión que basa sus creencias en el libro el Corán, libro sagrado que sus fieles han creído que les fue enviado por Dios, en árabe Allāh, por medio de su profeta Mahoma. El árabe (árabe: الإسلام; al-islām) es una religión monoteísta. Los seguidores del profeta Mahoma, llamados musulmanes (árabe مسلم), creen que de los profetas enviados por Dios, entre ellos Abraham, Noé, Moisés y Jesús, el profeta Mahoma fue el último de ellos.

Los musulmanes consideran que los relatos contenidos en el Sunna y el Hadiz, así como las acciones y enseñanzas históricas que los profetas realizaron, son medios indispensables que les permiten, por un lado, hacer una interpretación más precisa de su libro sagrado, el Corán, por otro, aplicar las enseñanzas y sabiduría divina contenida en ellos.

El Islam, así como el judaísmo y el cristianismo, se clasifican como religiones abrahámicas, ello contempla que se encuentren puntos de conjunción de algunos aspectos con estas religiones se comparte diversos aspectos enmarcados en la creencia, como la devoción de los mismos profetas, etc. Se estima que hay, en la actualidad, mil cuatrocientos millones de musulmanes, que hacen del Islam la

segunda religión del mundo, en relación con su número de fieles. La mayoría de los musulmanes no es árabe, tan sólo el 20% de los musulmanes son originarios de países árabes.

Los historiadores ubican los inicios del Islam durante finales del siglo VII en Arabia. Bajo el liderazgo de Muhammad (*Mahoma*, en su versión castellanizada) y sus sucesores. El Islam se extendió rápidamente por la faz de la tierra mediante conversión religiosa o conquista militar. En la actualidad, pueden ser hallados seguidores en todo el mundo, en particular en el Medio Oriente, norte de África y sudeste asiático y en otros países del mundo, en pequeñas proporciones.

2.3. Egipto

La República Árabe de Egipto (en árabe: مصر Misr) es un país con tierras en el continente africano y asiático, ubicado al noreste de África, con territorios a un lado y otro del canal de Suez. El territorio egipcio abarca, en una gran parte, el desierto del Sahara, una zona despoblada. La mayoría de la población se distribuye a lo largo del río Nilo, su capital es El Cairo (القاهرة).

Egipto es miembro de la OMC desde el 30 de junio de 1995⁴. En la página Web oficial en español de la Organización Mundial del Comercio (OMC), y por medio del vínculo profundo: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/egypt_s.htm, se puede acceder a información más detallada y técnica sobre los diferentes aspectos comerciales, tales como: diferentes acuerdos, listas de mercancías, aplicación de principios de nación más favorecida y diferencias en los acuerdos, entre otras.

2.3.1. Historia de Egipto

La historia del pueblo egipcio no se puede apreciar sin considerar que gran parte de su desarrollo ha estado ligado a las corrientes e inundaciones del río Nilo. Diversas variables, como la regularidad de las inundaciones anuales, la riqueza que producen en la tierra y el aislamiento parcial, debido a que hacia el este y oeste



⁴ www.wto.org, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/org6_s.htm, 16 de enero de 2006.

está el desierto, llevaron a que en esta área se mantuvieran las poblaciones, que a su vez, permitió el desarrollo de una de las mayores civilizaciones del mundo en sus orillas.

Los primeros pobladores de Egipto alcanzaron las riberas del Nilo, época de un conglomerado de tierras bajas e inundadas y foco de enfermedades, como el paludismo, escapando de la desertización del Sahara. Las primeras comunidades hicieron habitable el país y se estructuraron en regiones llamadas nomos. Pasado el tiempo, y tras épocas de acuerdos y disputas, los nomos se agruparon en dos naciones, el Alto Egipto y el Bajo Egipto. Egipto se unifica alrededor del año 3200 a.C., desde el faraón Menes (Narmer, en su nombre egipcio).

La división de los tres principales imperios, que se caracterizaron por periodos dominados por gobernantes extranjeros y conflictos internos, pueden ayudarnos a comprender mejor la historia de los pueblos que habitaron y vivieron durante el antiguo Egipto, en los párrafos siguientes, una breve descripción y evolución de los supra citados.

El Imperio del Antiguo Egipto se caracterizó por un surgimiento importante en el campo de las artes y la construcción, de ésta, sus más emblemáticos y conocidos proyectos constructivos, las gigantes pirámides. En el periodo denominado Imperio Medio, que va de 2050 al 1800 a.C., Egipto experimentó un período de esplendor, esta vez, su principal emblema fue el desarrollo de su economía. En el periodo siguiente, llamado periodo del Imperio Nuevo que va de 1567 al 1085 a.C., donde Egipto se convirtió en una monarquía y alcanza una época cúspide en sus diferentes fases, algunos la denominan la edad dorada. Producto de este desarrollo se creó paralelamente un ejército que conquistó los pueblos vecinos y su territorio se expande de esta manera; los monarcas hacen más grande sus dominios durante la dinastía XVIII. Los pueblos persas acabaron derrocando a la última de las dinastías, en el 341 a.C.

El Islam y el idioma árabe fueron introducidos por los árabes durante el siglo VII, ellos gobernaron durante los seis siglos siguientes. Una casta militar local, los mamelucos, tomaron el control del gobierno alrededor del año 1250, derrotaron a

los mongoles en su avance imparable por Asia y continuaron gobernando después de la conquista de Egipto, por los turcos otomanos, en 1517.

Egipto se convirtió en un importante centro de comunicaciones entre Europa y Medio Oriente, después de la apertura del canal de Suez, en 1869, pero debió absorber una fuerte deuda; es así como el debilitamiento de economía permitió que los británicos tomaran el control del gobierno en forma de protectorado desde 1882 hasta después de la Segunda Guerra Mundial, cuando Egipto adquiere su independencia.

Durante la presidencia de Gamal Abdel Nasser, entre los años de 1958 y 1961, justo después de su independencia, Egipto formó parte, junto con Siria, de la República Árabe Unida.

2.3.2. Gobierno y política

El presidente de Egipto en la actualidad es Hosni Mubarak, quien dirige un sistema de gobierno dictatorial, que data de 1981, desde hace más de 26 años.



El sistema de dictadura posee varias características, pero la razón de ella se encuentra en la forma de proceder con las elecciones, donde el partido en el poder decide sobre cuáles personas o representantes de los partidos de oposición del país pueden o no presentarse a las elecciones. La oposición está conformada y amalgamada por diferentes grupos heterogéneos y mixtos, de pobres y ricos, y de algunos grupos extremistas islámicos. La oposición política principal y más organizada de Egipto, tradicionalmente y por años, ha procedido de manera ilegal, pero tolerada, llamada Los Hermanos Musulmanes, un grupo político, social y religioso, agrupado de diferentes clases empobrecidas y con altos índices de analfabetismo y dirigida por un poder autoritario respaldado por una minoría pudiente y pro-occidental. De este grupo de oposición, también han emergido grupos radicales que provocan hasta la fecha, graves atentados terroristas, entre ellos el grupo más conocido en occidente, el Yihad Islámico.

En el año 2005, se celebraron elecciones en las que se dio un giro importante que hasta la fecha no se había suscitado, Egipto aceptó por primera vez en sus comicios la presentación de candidatos alternativos, producto de la presión de Estados Unidos de Norte América. Aún así, las elecciones, caracterizadas por una baja participación, fueron ganadas nuevamente por el partido dictatorial en el poder y otorgaron al presidente Mubarak un quinto mandato consecutivo.

2.3.3. Organización político-administrativa

Egipto está dividido en 26 provincias (muhafazat, singular – muhafazah);

Ad Daqahliyah, Al Bahr al Ahmar, Al Buhayrah, Al Fayyum, Al Gharbiyah, Alejandría, Al Isma'iliyah, Al Gizah, Al Minufiyah, Al Minya, El Cairo, Al Qalyubiyah, Al Wadi al Jadid, Ash Sharqiyah, As Suways, Aswan, Asyut, Bani Suwayf, Bur Sa'id, Dumyat, Janub Sina', Kafr Al Shaykh, Matruh, Qina, Shamal Sina', Suhag

2.3.4. Geografía

Egipto es un país que pertenece al continente de África, se encuentra ubicado en el extremo norte, al lado izquierdo del continente. El país limita al sur con Sudán con el mar Mediterráneo, frente a las islas griegas. Su límite norte son las costas mediterráneas y del mar Rojo. En el extremo oeste limita con Libia. Al este su límite lo conforman el mar rojo e Israel.



La mayor parte del territorio egipcio se caracteriza por sus grandes dunas, las emblemáticas pirámides y las grandes extensiones de bancos de arena que conforman su vasto desierto, cuyo territorio sólo es bañado por las corrientes del único río, el Nilo, que desemboca en forma de delta en el mar Mediterráneo. Por las características obvias de las condiciones del

desierto y por las ricas llanuras del río, por miles de años, su población se sitúa principalmente a sus orillas. Pertenece a Egipto uno de los principales puntos geográficos de paso oceánico, el canal de Suez (punto de separación del territorio egipcio de la península del Sinaí, que limita al este con Israel), que sirve para aproximarse al medio oriente, la India y Asia, paso importante para el trasiego de petróleo, y comercio de mercancías entre oriente y occidente.

2.3.5. Economía

El desarrollo y florecimiento de su población cerca de las orillas del río Nilo, provocaron igualmente que la riqueza y surgimiento de la economía de Egipto, desde la más remota antigüedad, se basaran en sus sistemas agrícolas bañados por las aguas del río y las grandes crecidas e inundaciones fertilizaran los grandes y bastos campos. Hoy día, las aguas riegan por medio de modernos sistemas, las plantaciones y las crecidas, que en época de invierno, se controlan con la presa de Asuán.

En la revista “Verde Islam”, número 5, de 1996, se explicaron algunos conceptos básicos sobre la Economía Islámica, que pueden ayudar a comprender la cosmogonía de los países árabes sobre el desarrollo económico de sus naciones. Al respecto, el señor Hashim Ibrahim Cabrera, en su artículo La Economía Islámica y el Proyecto Global: Nuevos Aspectos y Problemas de una Paradoja Secular⁵, dice:

El sistema occidental se basa en el cálculo y la aritmética, mientras que la economía islámica se basa en el Corán e intenta dar una dimensión ética a la economía que dé lugar a la compatibilidad entre el bienestar de la comunidad y las necesidades individuales. El resultado de estas ideas lleva a un sistema que admite la propiedad y la iniciativa privadas (a diferencia del comunismo), pero también cree necesaria la intervención estatal para cumplir ese objetivo moral, evitando la indigencia y redistribuyendo los recursos.

⁵ www.webislam.com, La economía islámica y el proyecto global: nuevos aspectos y problemas de una paradoja secular” en *Revista Verde Islam*, número 5, año 2, 1996.

Egipto posee importantes yacimientos de petróleo y de gas natural. En la actualidad, la principal industria y más explotada es el turismo, sin lugar a dudas, la razón está marcada por las grandes esfinges, las pirámides y las reliquias de esta civilización milenaria que año a año atraen a millones de extranjeros.

El pueblo egipcio, a pesar de vivir rodeado de conflictos políticos, sociales, guerras y ubicarse en el continente más pobre del mundo, es un país con una economía relativamente estable.

La unidad monetaria es la libra egipcia.

2.3.6. Demografía

Con más de setenta y cuatro millones de habitantes, Egipto es el país árabe más poblado. La mayoría de sus pobladores habitan cerca de y a lo largo de las llanuras de río Nilo, en las ciudades principales, como Alejandría y en su capital, El Cairo. Otras poblaciones se encuentran cerca de la desembocadura del río en el mediterráneo, en el gran delta y otros más cerca del canal de Suez. Menos del diez por ciento de su población pertenece al cristianismo y otras religiones diferentes al Islam, estando presente éste en más del noventa por ciento de la población.

La población de Egipto se puede definir, en general, como un pueblo bastante homogéneo (90% de la población es islámica, poca mezcla de razas, cinco idiomas, poblaciones y grupos cerrados), la influencia occidental ha sido poca, principalmente de países del sur de Europa como España, Italia y Grecia, se encuentran agrupados en el norte del país y hacia el sur, se ubican poblaciones de negros aborígenes.

Sobre los orígenes de su población, muchas teorías han sido propuestas; pero a pesar de ello, hasta la época, ninguna de ellas es definitiva acerca de donde vinieron sus ancestros. Hay una teoría más ampliamente aceptada, la cual apunta que la sociedad egipcia es el devenir de una mezcla de razas de Asia y África, poblaciones que después de la Era del Hielo migraron hasta llegar a ubicarse en lo que hoy es Egipto.

2.3.7. Cultura

El desarrollo de la historia del antiguo Egipto, de miles de años, puede dividirse para su mejor entendimiento en tres periodos bien marcados, antiguo, medio y nuevo, y dentro de los cuales, hubo épocas intermedias dominadas por gobernantes extranjeros. El primero se caracterizó por la construcción; época de donde datan las grandes pirámides, además florecieron las artes y letras. En el transcurso del segundo periodo denominado el Imperio Medio, que va de 2050 a 1800 a. C, Egipto experimentó una descentralización de su estructura y vivió un tiempo de esplendor económico que ya venía del anterior. En el último periodo, el Imperio Nuevo, la monarquía de Egipto alcanzó su mejores tiempos, época denominada la “Edad dorada”, que va de 1567 a 1085 a. C. Durante este lapso de tiempo se dieron conquistas sobre los pueblos vecinos y se expandió su dominio territorial. Las campañas de conquista fueron dirigidas por los mismos faraones de la dinastía XVIII.

Después de este periodo dorado, auge económico y conquistas, llega la decadencia del imperio faraónico hacia 1075 a. C, producto del las conquistas, que suscitaron un debilitamiento de las fuerzas y se produjeron diversas incursiones de ejércitos de otros pueblos en el seno de las tierras de la dinastía. A pesar de la destrucción y esparcimiento de sus pobladores, la cultura egipcia mantuvo las características fundamentales de su sociedad hasta que llegó la dominación romana, que terminó de desmoronar la quebrada sociedad egipcia y cuya influencia de las fuerzas romanas se sintieron en todo el Mediterráneo occidental.

La cultura de Egipto tuvo a finales de su época faraónica una fuerte influencia románica, que años de historia después sería España quien terminaría de influenciar su cultura y la de los demás países en la costa del mediterráneo. Esto explica el por qué durante la entrevista con el señor Albert Karam Keyss⁶, éste indica que el mundo árabe posee una estrecha relación con la nuestra desde varios aspectos, que hacen que ambas culturas sean compatibles y uno de ellos es el lenguaje, apunta el señor Karam. Por ejemplo, el vocabulario de Egipto posee más

⁶ Karam, Keyss, Albert. Entrevista al Cónsul del Líbano en Costa Rica. San José, 10 de febrero de 2008. Entrevista completa en la sección de anexos, anexo 8.

de 4 000 palabras de la lengua española. Otra de las características que hacen compatible ambas culturas es la hospitalidad, el egipcio (al igual que el costarricense) es considerado, en general, como hospitalario.

2.3.8. Estadísticas resumen de Egipto

La capital de Egipto, el Cairo posee una población de poco más de quince millones de habitantes, la población total de Egipto, según el último censo del año 2006, coloca al país en el puesto quince del mundo, con más de setenta y ocho millones de habitantes (78.887.000 estimado para julio de 2006) para una densidad de población de 75 habitantes por kilómetro cuadrado. El idioma oficial es el árabe, la forma de gobierno es una República, su presidente es Hosni Mubarak y el primer ministro, Ahmed Nazif. El país se independizó del Reino Unido el 28 de febrero de 1922. En superficie, Egipto se ubica en el puesto número veintinueve, con un millón un mil cuatrocientos cincuenta metros cuadrados, el agua apenas representa el 0.6% de la superficie. Para el 2005, el producto interno bruto (PIB) llegó a los trescientos dos mil ochocientos tres millones de dólares, colocándose en el lugar 32 a nivel mundial. El PIB per cápita fue de cuatro mil doscientos ochenta y dos dólares. En los últimos años, el crecimiento del país ha sido superior al 6% y se espera un crecimiento promedio, para los años siguientes de más de 5%.

El cuadro con los datos anteriores se encuentra en el anexo tres llamado: estadísticas resumen de Egipto.

Capítulo 3 Aspectos que se deben considerar para exportar a Egipto

3.1. Aspectos generales de su cultura en los negocios internacionales

Así como en muchos otros países, la religión juega un rol importante en la definición y desarrollo de la sociedad y perfila rasgos la cultura de las naciones, que atraviesan de generación en generación con su influencia. Al mismo tiempo de influir sobre los individuos, la religión del Islam incide en la forma de actuar, de relacionarse, en su cosmogonía, la economía, la forma de gobernar y por supuesto, en la forma de hacer negocios. Desde el punto de vista estricto del Islam, no hace diferencia entre religión y Estado, y los concibe como uno solo, a diferencia de Occidente.

Es importante para los ejecutivos entender que no es lo mismo realizar negocios dentro de ciudadanos del mundo árabe de un país a otro, por ejemplo, realizar negocios con una persona de Arabia Saudí, que son más ortodoxos en su forma de pensar y actuar, que con un individuo de Jordania, quienes son más heterodoxos en su religión. Aunque comparten un mismo origen musulmán, entre ambos se pueden apreciar diferencias desde el punto de vista histórico, costumbres, idiosincrasia, situación social actual, características que al final y para los objetivos del presente trabajo, incidirá en la forma de relacionarse con los hombres de negocios de nuestro país de manera muy diferente. Cada uno de los miembros de la Liga Árabe presentará formas de hacer negocios notablemente diversas y por lo tanto, encontraremos países más “pro-occidentales”, como Marruecos y Jordania y otros menos, como Arabia e Irán.

Se puede indicar que la mayoría de los países musulmanes son culturas de contexto alto, donde las palabras poseen menos importancia y es más importante el contexto alrededor de lo que se dice. En este sentido, se utilizan menos los documentos legales, sin embargo, la palabra final que se dice es determinante; ello hace que las negociaciones sean mucho más lentas, porque se busca adornar la conversación con el ambiente, al buscar, en ocasiones, dilatar las conversaciones y el occidental podría irritarse. Es importante la posición social que tenga cada uno

de los individuos sentados en la mesa de negociación, que es determinante y más aún, importante, es saber reconocer e identificación el rango.

Es necesario establecer una relación personal que fomente una mayor confianza entre las partes, porque la cultura de negocios en Egipto, precisamente, busca promover que las negociaciones trascurren en plazos de tiempo dilatados o extendidos para conseguir conocer mejor a los negociantes occidentales y crear esa confianza antes de cerrar un trato.

Durante la entrevista con el señor Karam Keyss⁷, se indicó que generar confianza es sumamente importante para los exportadores costarricenses como medida para poder realizar negocios en Egipto; y que ésta se gana, de acuerdo con su experiencia de más de 25 años, con dos aspectos principales, a saber: cantidad y seriedad en los negocios, en términos de poder dar los que se ofrece.

En el transcurso de las negociaciones entre miembros de Occidente con individuos de países árabes, se verá sometida la paciencia, en su estado máximo, de parte del exportador o vendedor, puesto que el potencial importador deseará primero, producto de su cultura de negocios, conocernos y es muy probable que hasta se vean sometidos a entablar conversaciones sobre asuntos personales antes de negociar. En visita de todo ello, es indispensable familiarizarse con las costumbres habituales, como por ejemplo, nunca se debe dar la mano izquierda a un árabe, para evitar perder la paciencia un potencial negocio, por desconocimiento de su forma de proceder en los negocios.

En Egipto, así como en otros pueblos, la familia (a diferencia de Occidente), juega un papel muy importante y tiene mucha influencia, inclusive en los negocios. En muchos de los casos nos vamos a encontrar con grupos económicos formados por los miembros de varias familias, quienes estarán de alguna forma, colaborando en cierta medida, con el desarrollo de los negocios. Las relaciones de las familias en los negocios, esencialmente, por los vínculos y la influencia del Islam, son estrechas y obligará a los ejecutivos de negocios a diseñar y trabajar tácticas de negociación de una forma relativamente transparente con todos los individuos. Se

⁷ Idem 6 (Pag. 35)

debe de entender como una especie de proteccionismo y solidaridad hacia su cultura y forma de llevar a cabo los negocios.

Producto de los valores que poseen los individuos musulmanes de la sociedad egipcia, influenciados fuertemente por la religión Islam, su comportamiento y hábitos de consumo tienden a ser moderados, por ejemplo, bajar o subir el precio de un producto, desde el punto de vista de su escala de valores, no debería mostrar una tendencia a consumir más o menos, situación que sucede totalmente contraria en el perfil del consumidor occidental. No es que el musulmán no se sienta atraído por adquirir nuevos o más productos, sino que su nivel de necesidades producto de la educación y cosmogonía (creencias, forma de ver el mundo, escala de valores) es simplemente diferente a los hábitos de consumo occidental.

En general, la cultura de Egipto es abierta a occidente, son buenos comerciantes, son ajenos a fanatismos y poseen una moneda (libra egipcia) bastante estable, que permite realizar transacciones comerciales en el tiempo de forma segura y predecible.

En Egipto, así como en otros países del mundo árabe, la prisa y la impaciencia son malas prácticas para los negocios, o al menos no son bien vistas y pueden llevar al negociador a un indeseable consejo interior que provoque decisiones equivocadas y echar atrás meses o años de trabajo. En la cultura de negocios, el tema de la puntualidad, a diferencia de otros países como en el continente europeo, es flexible, siendo el tiempo de tipo poli-crónico, extendiéndose para las citas de negocios, citas varias, los encuentros de carácter personal y en la realización de trámites, cobros y pagos. Las reuniones de negocios se pueden extender por horas, incluso por días y con esto, podemos vernos involucrados hasta en temas personales y familiares, por ello, es recomendable acudir preparados a las reuniones, con una buena predisposición y con una actitud abierta, presentarnos descansados y relajados, por tanto, estar mirando el reloj constantemente, por ejemplo, es una práctica mal vista. Sin lugar a dudas y dado lo expuesto anteriormente, no se debe adquirir compromisos posteriores que obliguen a

abandonar una reunión antes de tiempo o mostrarse inquieto por terminarla para salir de prisa a la siguiente.

El respeto por las jerarquías es imprescindible. Los ejecutivos de negocios deben comprender que aunque a veces se muestren las reuniones bajo aspectos muy occidentales, por un tema de mostrarse más abiertos a la cultura occidental y dar la bienvenida, la sociedad egipcia seguirá siendo, en el interior, profundamente tradicional y conservadora y por tanto, desde todo punto de vista, es necesario reconocer y respetar formalmente sus jerarquías. Los directivos árabes, por lo general, se reservan a sí mismos, de forma muy celosa, las responsabilidades y las decisiones y por tanto, sus subordinados raramente pueden tomar decisiones vinculantes para la empresa, por lo que, para no perder tiempo en conversaciones de negocios, el exportador debe asegurarse que su contraparte tiene capacidad de tomar decisiones vinculantes para la empresa.

Para hacer buenos negocios en Egipto, fundamentados en lo que se ha indicado anteriormente sobre la cultura islámica, es preponderante fomentar las buenas relaciones y cuidarlas en el largo plazo, ello es crucial para hacer negocios. En Egipto, como en todo el mundo árabe, la familia, las relaciones personales y los vínculos de fidelidad y lealtad tienen mucho peso sobre las decisiones del mayor líder jerárquico en cuanto a la relación comercial que se pretende. Es importante contar con personas que funjan como intermediarios en las negociaciones y que estén bien relacionados en el ambiente o industria en la que se pretende introducir, de manera que realmente se facilite el acercamiento a quienes verdaderamente toman las decisiones. Por tanto, es de suma importancia para desechar una inversión de viaje a Egipto, que tenga como objetivo hacer negocios y exportar, consolidar las relaciones directas y personales con los clientes potenciales.

De este modo, no es recomendable y los egipcios no se sentirán cómodos, si el contacto se limita al teléfono, el fax o el correo electrónico.

Otro consejo útil para hacer negocios en Egipto, es estar pendiente de los detalles. Es elemental ser escrupuloso y meticuloso en todos los aspectos formales de la sociedad, de los negocios y de la cultura, por ejemplo, asegurarse de que las cartas, carta de crédito y los contratos están correctamente redactados, con todo lujo de detalles. No se debe dar nunca ningún aspecto por sobreentendido y sabido, es necesario cuestionar.

En los negocios, tanto como en las relaciones personales, van de la mano, la moderación sobre las actitudes, manejo del tiempo, las expectativas de negocio y las ofertas conducen a buen término en el contexto de negocios árabe. Los egipcios son un pueblo amistoso y cordial, pero también son orgullosos y susceptibles, por lo que, es conveniente tener siempre presente que una afirmación o comentario puede admitir más de una interpretación para ellos y será asumido y comprendido de la manera que más beneficie a sus intereses de negocios o condiciones. Por otro lado, es importante moderar nuestras expectativas, pues cuando la contraparte árabe habla, hay que tener en cuenta una de sus características: el negociador egipcio no sabe decir que no, por lo que en ocasiones le lleva a hacer falsas promesas o hará afirmaciones y tomará decisiones que luego, no podrá cumplir en el papel.

3.2. Aspectos sobre el consumo según sectores

En la Tabla 3⁸, que se adjunta a continuación, se observan los productos más consumidos en Egipto de manera resumida y general, así como los bienes exportados durante el 2005.

⁸ www.economist.com, region/egypt/2005, 10 de enero de 2007.

Tabla 3 Comercio exterior de Egipto por grandes grupos - 2005

Principales exportaciones, 2005	% del total	Principales importaciones, 2005	% del total
Petróleo y otros productos relacionados	47.9	Productos intermedios	28.7
Productos terminados, incluyendo los textiles	32.8	Bienes de inversión	21.1
Productos semi-terminados	5.4	Petróleo y otros productos relacionados	8.5
Algodón	1.0	Bienes de consumo (perecederos y no perecederos)	12.7

Fuente: elaboración propia con base en datos de www.economist.com

Es importante hacer notar como dato principal, obtenido del estudio El Mercado de la Alimentación en Egipto⁹, que de los casi 74 millones de habitantes de Egipto, solamente 12 millones poseen ingresos suficientes para comprar bienes importados, esto representa el 16,2% de la población total.

Sobre los hábitos de consumo, los productos fundamentales en la dieta egipcia son el pan, la leche, las frutas y las verduras.

3.2.1. Agrícola

El sector agrícola es el más importante para el país, después del turismo,. Egipto es un país con vocación agrícola y representa el 16% de la producción de la nación, vista como porcentaje del PIB, empleando a más del 27% de la población activa.

Los bienes alimenticios poseen un peso importante dentro del total de las importaciones del país y hacen de Egipto un país dependiente del mercado internacional para satisfacer la creciente demanda de una población cada vez más grande.

⁹ Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en el Cairo: El Mercado de la Alimentación en Egipto, El Cairo, Egipto. Agosto 2006.

De la producción local, la mayoría de los alimentos son productos sin procesar, debido a la poca tecnología desarrollada. Como consecuencia de la gran cantidad de desierto que abarca el territorio de país, el suelo fértil es escaso, solamente un 2,8%. El gobierno egipcio está implementando actualmente proyectos para la transformación de territorios desérticos en tierra fértil.

El país tiene en marcha proyectos para incentivar el procesado de los productos alimenticios del agro, especialmente tomates y otras hortalizas y frutas, para consumo local y para su exportación.

Tabla 4 Indicadores agrícolas básicos de Egipto - 2005

Superficie del país (1.000 km ²)	995
Superficie cultivable (% sobre la superficie del país)	2,8%
Superficie cultivable (hectáreas per cápita)	0,05
Productividad agrícola (USD 1995)	\$ 1,324

Fuente: elaboración propia con base en datos del estudio sobre El Mercado de la Alimentación en Egipto¹⁰

Según el Informe Económico y Comercial¹¹, actualizado al 2004, de la Oficina Económica y Comercial de España en el Cairo, se desprende que:

“mientras las exportaciones de productos agrícolas como cereales, verduras y azúcar a mercados de la Unión Europea y Turquía, todavía suponen el 17% de los ingresos, Egipto sigue siendo uno de los principales importadores mundiales de alimentos, que alcanzan el 25% del total de importaciones. Los productores extranjeros cubren más del 50% de las necesidades alimenticias de la población”¹².

¹⁰ Idem 7 (Pág. 40)

¹¹ Oficina Económica y Comercial de España en el Cairo: Informe Económico Comercial Egipto, actualizado al 2004. El Cairo, Egipto

¹² Idem 7 (Pág. 40)

“... los productos que en 2004 contaron con mayor producción en Egipto son, por orden descendente: caña de azúcar, tomates, trigo, arroz, maíz, leche, remolacha, patatas, naranjas, y sandías¹³”.

“... sin embargo, de estos productos, Egipto sólo es autosuficiente en el caso de los tomates, la leche y las patatas. En el caso de la caña de azúcar, por ejemplo, su dependencia del exterior asciende a más del 50% del consumo¹⁴”.

El señor Karam posee su propia posición sobre el sector agrícola de cara a las exportaciones de Costa Rica hacia Egipto, en vista de que hay productos potenciales de exportar, pero que éstos no poseen subsidio por parte del gobierno, tal es el caso del café, especias, semillas, piña, mango, melón, aguacate; lo que significa un factor que produce pérdida de competitividad en precios, debido a que otras naciones que exportan a esta nación, con productos iguales o sustitutos sí subsidian la agricultura.

3.2.2. Turismo

El sector turismo es una de las principales industrias junto con los minerales y el petróleo. Se ha visto afectado por tres factores principales que han impactado negativamente sus tasas de crecimiento: un inadecuado mercadeo, políticas proteccionistas de la aerolínea de bandera nacional EgyptAir y los violentos acontecimientos en el país y en la región. En algunas oportunidades, los turistas se han visto afectados y sujetos de agresiones con fines políticos (mecanismo de presión a los gobernantes y contra los países considerados no afines). El aporte del turismo, como porcentaje del PIB, ronda entre el 10% al 15% y emplea a más de 2,2 millones de habitantes.

En el sector turístico egipcio, los principales bienes de consumo son los relacionados con

¹³ Idem 7 (Pág. 40)

¹⁴ Idem 7 (Pág. 40)



la industria de alimentos, siendo uno de los principales productos el azúcar. Conjuntamente, se consumen productos de la leche y sus derivados, como el yogurt para los desayunos de tipo internacional.

Las plantas, flores y follajes se utilizan para confeccionar adornos que sirven de bienvenida a los turistas en los hoteles.

3.2.3. Sector gubernamental

El sector público tiene, a la fecha, un papel dominante en la economía egipcia en general, por ejemplo (igual que en Costa Rica), las entidades, empresas e instituciones públicas se ven obligadas a realizar las compras por medio de licitaciones, que por ley, se les exige.

Las concesiones y las privatizaciones tuvieron un fuerte auge a partir del 2003, con la iniciativa de la principal compañía de telecomunicaciones, Telecom, la que al 2005, no se había concretado. En el 2004, se tenía previsto el inicio del proceso de apertura y privatización de aproximadamente 20 empresas relacionadas al sector energético. El proceso de privatización de los bancos se prevé para más largo plazo, aproximadamente para inicios del año 2008.

Las principales compras en el sector gobierno obedecen al petróleo y productos derivados para producción de energía. Se ubican también dentro de las principales compras del sector los equipos eléctricos y electrónicos para las plantas de energía; además los medicamentos, automóviles y ordenadores de cómputo.

3.2.4. Estadísticas generales sobre importaciones

En general, el comercio internacional de Egipto, durante el periodo del 2002 al 2003, se puede resumir de la siguiente manera: las exportaciones registraron US \$8.205 millones de dólares, mientras que las importaciones ascendieron más de US \$14.000. Para el 2004, las exportaciones crecieron un 15,2% y las

importaciones un 1,5% producto de una estrategia para reducir el déficit fiscal, siendo a finales del 2004, un 12,5% del PIB.

Las estadísticas más recientes y detalladas a las que se tuvo acceso y de las cuales se podía puntualizar con más detalle algunos números, datan del periodo 1999 al 2002. (Ver anexo 3)

En la sección de anexos, se puede observar con mayor detalle el cuadro de los principales productos importados por Egipto durante el periodo 1999 al 2002. El total de las importaciones, para el 2002, ascienden a US \$14.779. A continuación, se detallan algunos de estos datos.

Los combustibles, minerales y derivados representan el 6,7%, el principal producto en esta categoría son los productos del petróleo.

Las materias primas representan el 18,2%, donde el petróleo en bruto es la principal materia, pero también es importante mencionar el trigo, el maíz y el tabaco.

Los bienes intermedios representan el 29,7% del total de las importaciones. Los principales productos que se destacan son: grasas, aceites, lubricantes y productos químicos. Es importante destacar también la madera y los artículos de madera, papel y cartón y sus derivados.

Los bienes de inversión representan el 21,5%. Los principales bienes en esta clasificación son: los ordenadores. Asimismo, destacan los aparatos eléctricos para telecomunicaciones y aparatos ópticos.

Lo bienes de consumo representan el 17,5%. Los principales productos son: bienes de consumo duradero, como las refrigeradoras, congeladores y televisores. Bienes de consumo tradicional dentro de los que destacan lácteos, huevos, miel, azúcar refinada, insecticidas y textil de algodón.

En la sección de anexos se ha incluido una tabla del año 2004 del *International Trade Centre of Statistics*, que muestra de manera más detallada los principales bienes importados por Egipto, así como su comportamiento de los últimos años. (Ver anexo 4)

3.3. Aspectos relativos a la importación en Egipto

En la capital de Egipto, El Cairo, encontramos una ciudad con una población que se caracteriza por su gente amigable, cordial, poseen un alto consumo de productos básicos e intermedios, importan unos veinticinco mil millones de dólares al año, que representa apenas una tercera parte las los bienes y servicios que esta capital exporta, de manera que su balanza comercial, como ciudad, es positiva.

En un estudio reciente sobre exportaciones de PYMES argentinas, se encontraron datos interesantes, que para estos efectos, cabe mencionar. El estudio menciona que se ha detectado una buena cantidad de empresarios Pyme Argentinas, que promocionan productos que van desde instrumentos y aparatología médico-quirúrgica, auto-partes, maquinaria agrícola, industria del frío, además de insumos y alimentos. En el mismo estudio, se menciona que el mercado da para mucho más productos.

El artículo de Bancomex¹⁵ nos brinda un primer acercamiento aproximado a la realidad de la demanda de bienes y servicios por parte de Egipto, en dos sentido, el primero, es la actualidad del artículo (2006) y el segundo, las similitudes del país en mención (México) y su proximidad con nuestro país. En el artículo, se menciona lo siguiente:

“...para ello, hemos detectado diversas opciones para el desarrollo de proyectos comerciales, tales como miel, hortalizas preparadas, garbanzo, tequila, confituras y mermeladas, conductores de cobre o aluminio, partes electrónicas, medicamentos, maquinaria

¹⁵ Op cita 1

diversa, material quirúrgico, artículos ortopédicos e instrumentos de medición”.

Se presentan, de esta forma, oportunidades, según el artículo, para productos de Pymes costarricenses, como las mermeladas y hortalizas (mini vegetales), miel de abeja. Igualmente, para empresas más grandes, productos como los medicamentos, cables, aluminio y artículos ortopédicos.

Todas las actividades relativas al comercio en Egipto, nacionales e internacionales, se encuentran reglamentadas bajo un marco legal por la Ley de Comercio de 17 de mayo de 1999 y sus reformas.

En Egipto corromper un funcionario es una tarea sumamente difícil, esto aplica tanto para los trabajadores privados como públicos, por lo que a diferencia de las adunas de otros países, donde se pagan las conocidas “chisas”, en Egipto se debe de ser muy recto en el proceder.

Las cámaras de comercio en Egipto tienen un rango y peso dentro de la arena comercial, bancaria y gubernamental, tienen rango oficial. El actual primer ministro antes de asumir este cargo, era el presidente de la cámara de industria.

3.3.1. Acceso interno, canales y estrategias de distribución en Egipto

De manera general, puede decirse que, una vez que un producto ha ingresado al país, es relativamente sencilla su distribución, abastecimiento, almacenamiento y acceso a los canales. En su gran mayoría, el importador con quien se negocia, es a su vez, el canal para llevar los bienes hasta el consumidor final. El comerciante es importador, mayorista y detallista a la vez, con sus propias instalaciones de almacenamiento e incluso con venta directa al público. El importador busca asegurarse de toda la cadena comercial.

Por medio de esta estrategia de venta, los márgenes hacia los mayoristas para los productos de consumo oscilan entre el 5% y 10% y los márgenes de los minoristas, generalmente un poco más altos, alrededor del 20%.

Los egipcios son buenos comerciantes, agresivos y buscan abarcar al máximo las oportunidades, por lo que, además de poseer la cadena de abastecimiento, es frecuente que los importadores se agrupen como agentes o representantes exclusivos. Esta figura es conocida como "sole agent" y les permite la distribución exclusiva de una marca o de un fabricante extranjero en Egipto. Es común, como característica de la manera de hacer negocios y acceder al mercado interno, que el importador de primera entrada no exija la exclusividad en el contrato, por el contrario, en la mayoría de los círculos comerciales todos los agentes y distribuidores se conocen entre sí y por tanto, no es necesaria la exclusividad, si es que el exportador la solicita. De esta manera, el extranjero deberá realizar una tarea de búsqueda minuciosa para seleccionar su negociación comercial con sólo uno de ellos.

Los grandes y significativos importadores y comerciantes de Egipto, con frecuencia, poseen una estructura vertical desde el origen de las mercancías, por medio de un representante o agente, quien lleva a cabo la consolidación de los pedidos, la gestión financiera y la exportación. De esta manera, amarran aún más por medio de esta estructura de comercio internacional, la cadena de abastecimiento de los productos desde su fuente.

3.3.2. Barreras para el acceso a Egipto

La principal barrera de acceso a la economía de Egipto ha sido históricamente el alto proteccionismo de su mercado interno, sin embargo, producto de las presiones políticas internacionales y la adherencia a la OMC, en los últimos años, el país ha venido apuntando hacia una economía de mercado más abierta, con la puesta en marcha de algunas medidas, de cara a una mayor liberalización del comercio internacional y la eliminación de algunos obstáculos al comercio. Muestra de ello, es la reforma arancelaria realizada y aprobada en septiembre del año 2004, que

tuvo como principal consecuencia la reducción de los tipos de impuestos y la simplificación del sistema arancelario. Otra muestra de sus intenciones fue el reciente decreto presidencial 39/2007, del 6 de febrero de 2007, mediante el cual las tarifas arancelarias se redujeron un 25%, de modo que el arancel medio bajó del 9% al 6,9%.

A pesar que el Gobierno, por un lado, da muestras de ir hacia mejoras en el sistema proteccionista, las presiones de los grandes productores industriales y agrícolas, terminan torciendo el brazo al gobierno y en ocasiones, aprueban normas y las pone en aplicación, que funcionan precisamente en contra del proceso de liberalización comercial, convirtiéndose en barreras no arancelarias a la importación de productos u obstáculos al comercio entre las partes a favor de los nacionales.

En el Informe Económico Comercial Egipto¹⁶ del año 2004, se expone que: *“es un país relativamente abierto al exterior, aunque todavía se conserva bastante proteccionista. El grado de apertura durante el 2002-2003 alcanzaba cerca del 28% para servicios y alrededor del 48% para bienes”*.

En el mismo informe, se indica que Egipto mostró indicadores de apertura de su economía hacia el comercio internacional como resultado de la adhesión a la Organización Mundial del Comercio (OMC). Como se mostró anteriormente, las señales contradictorias hacen que en la actualidad exportar a Egipto siga siendo una tarea complicada. En el documento se puede leer de manera textual: *“Las aduanas egipcias son muy difíciles, aplican de manera limitada la legislación vigente y colocan todo tipo de trabas proteccionistas; además, la corrupción es un problema latente en la organización”¹⁷*.

Dos de los principales problemas que presenta Egipto actualmente y que significan barreras de acceso al mercado son: 1) Aplicación inefectiva de las leyes internas actuales, por ejemplo, las tarifas arancelarias, después de que se aprueban, se

¹⁶ Idem 9 (Pag. 42).

¹⁷ Idem 9 (Pag. 42)

dilatan mucho tiempo hasta ponerse en vigencia y en ocasiones, ni siquiera llegan a aplicarse y 2) Cuestionamientos a los procedimientos de valoración aduanera de los bienes que ingresan por sus fronteras, por ejemplo, la validez de las facturas o se aplican criterios de valoración injustificados y no apegados a los procedimientos aduaneros de Egipto y normas de las OMC vigentes.

3.3.3. Aspectos técnicos al comercio en Egipto

De forma muy general, puede indicarse que, a pesar de los esfuerzos por reducir los aranceles, continúan siendo altos comparativamente con otras economías, especialmente para los productos de consumo; evidencia de su proteccionismo al mercado interno. Se debe adicionar que existe el agravante de que los aranceles pueden ser modificados de manera totalmente inesperada.

El sector consumo y los bienes intermedios son los productos que mayor incidencia presentan con respecto a la aplicación de obstáculos y barreras no arancelarias (técnicas y administrativas). Por tanto, se hace imperativo que el exportador a Egipto cuente con la idoneidad profesionalidad o escoja de manera precisa su agente para contar con el apoyo de especialistas en este mercado.

Según el informe¹⁸ al año 2004, Egipto mantenía ciertos productos muy protegidos con elevados aranceles a su importación, por ejemplo:

Tabla 5 Porcentaje de arancel a productos protegidos por Egipto - 2004

PRODUCTO	ARANCEL
• Productos avícolas y sus derivados	80%
• Bebidas alcohólicas	600% a 3.000%
• Tabaco en bruto y sus manufacturas	85%
• Lanas y manufacturas y algodón	54%
• Automóviles para pasajeros	55% a 135%

¹⁸ Idem 6 (Pág. 40)

Según convenios con la OMC, en 1999, para el año de 2005, Egipto debería tener en promedio una tasa que rondara el 37% de impuestos arancelarios.

A la fecha, el nivel de protección no superó la meta y oscila entre 40% y 50%.

Desde el levantamiento de la prohibición a las importaciones de textiles en Egipto, en el año 2001, se crearon impuestos específicos que equivalían a derechos “ad valorem” de hasta del 2,000% sobre las mercancías importadas.

3.3.4. Aspectos jurídicos

En la sección de 3.3.2. (Barreras de acceso), se mencionó que uno de los principales problemas a la hora de importar a Egipto era el tema de las leyes y su aplicación efectiva. Se indicó a manera de ejemplo que una vez firmado un acuerdo (una tarifa arancelaria), la aplicación se demora demasiado o no se aplica del todo, que evidencia los problemas a nivel jurídico que afectan a Egipto y crea un clima de inseguridad sobre los exportadores, debido al grado de incertidumbre, aspecto de suma importancia a considerar, porque el decreto de una nueva ley que beneficie las exportaciones de un bien hacia Egipto, no necesariamente tendrá un efecto inmediato a favor de sus exportaciones o no proceda al final y quede solo en el papel.

3.3.4.1. Aspectos relativos a la legislación mercantil

La histórica ley mercantil que existía en Egipto data de 1883 y era conocida como “la antigua Ley de Comercio”. En la actualidad, fue sustituida por una nueva ley, que entró en vigencia el 17 de mayo de 1999, denominada “nueva Ley de Comercio”.

Las nuevas disposiciones legales vinieron a impactar, especialmente, un artículo que prohibía, de manera expresa, el uso del cheque como instrumento de

financiamiento y limita su aplicación como medio de pago a la vista, entre otras implicaciones, que hicieron que esta nueva ley se conociera popularmente con el nombre de “Ley del Cheque”. El impacto fue tan fuerte en el ambiente comercial egipcio que, de hecho, aunque la ley entró en vigor el día de su publicación, el controvertido artículo continuó en suspenso por largo tiempo y hacia el 2005 todavía continuaba aplazada la aplicación (inefectividad de aplicación de las leyes). Se desconoce, a la fecha, el resultado y por tanto, se recomienda investigar más sobre los resultados finales de la mencionada ley y la aplicación de los demás artículos.

La ley del cheque rige el comercio de Egipto en general y establece dentro de su primera sección, definiciones básicas y generales acerca de lo que debe entenderse por actividad comercial, quién es el comerciante, las obligaciones sobre el registro contable y la tenencia de los libros. Del mismo modo, define aspectos como el registro mercantil, establecimientos comerciales y el mercado de capitales.

En la segunda sección establece aspectos sobre las obligaciones comerciales, los contratos comerciales, contratos de transferencia de tecnología, la venta, la hipoteca comercial, los depósitos en almacenes públicos, los contratos de agencia, la labor de los comisionistas e intermediarios y los contratos de transporte entre otros aspectos de orden comercial.

En las secciones tercera y cuarta, exterioriza los medios de pago bancarios, ordenes de pago, letras de cambio y el cheque. En la quinta sección, establece los procedimientos sobre suspensión de pagos y la quiebra.

3.3.4.2. Legislación fiscal

Como dato para introducir el ambiente fiscal que rodea Egipto, se tiene que los impuestos indirectos representaron más del 50% de la recaudación durante los años 2004 y 2005.

Los aranceles en Egipto, se paga un impuesto de ventas que oscila entre 5% y 25% del valor en aduanas del bien importado, indicado en la ley 157 que data de

1981. La ley establece tres niveles impositivos: 5% para alimentos, 10% para la mayoría de los productos, 25% para los bienes de lujo.

La Ley 157 indica lo relativo al impuesto de la renta. En su última modificación (Ley 91/2005), se fijó un impuesto general del 20% sobre el beneficio de las sociedades, para las empresas de los sectores de petróleo y gas, se les grava sus beneficios con un 40,55%.

Sobre la renta de las personas, la Ley 157 (Ley 91 del 2005) establece un sistema fiscal que unifica, como sumatoria, las rentas procedentes del trabajo, el capital mobiliario o inmobiliario y los beneficios comerciales o no comerciales, las tarifas. Estas nuevas tarifas, de carácter progresivo, oscilan entre 10% para las rentas menores, a partir de 5.000 libras egipcias anuales y 20% para las rentas superiores a las 40.000 libras egipcias anuales.

Otra legislación relativa a las importaciones, que se debe considerar es la Ley Arancelaria número 66, del año 1963, enmendada en el 2004, establece aranceles a las importaciones en un rango de entre un dos y un cuarenta por ciento y trajo consigo varios cambios importantes que redujo y en ocasiones eliminó algunos aspectos, a saber: 1) redujo el arancel medio del 14,6% al 9,1%, 2) simplificó la estructura arancelaria pasando de 13 000 partidas a 6 000 y de 27 tipos de aranceles a sólo 5, 3) suprimió las tasas administrativas aduaneras que oscilaban entre un 1% y un 4%, y 4) eliminó todas las tasas a la exportación.

Adicionalmente a las imposiciones citadas, existe otra que grava a los productos y que también debe considerarse. Se denomina tasa de timbre, amparada a la ley 111 del año 1981. El cálculo de este impuesto oscila entre términos absolutos y porcentaje, en términos porcentuales varía entre 0,8% y 2,4%.

Es necesario a la hora de exportar a Egipto, considerar todos los porcentajes y asesorarse sobre aquellos que aplican o no, y la forma de cómo opera cada uno, en vista de que una mala interpretación puede llevar a salirse del mercado por precios o verse imposibilitado a exportar una vez realizado todos los esfuerzos.

3.3.4.3. Legislación laboral

Los aspectos relativos a la ley laboral se encuentran agrupados bajo la Ley 137 del año 1981 y los artículos 674 a 698 del Código Civil del año 1948.

Dentro de los principales aspectos de la ley, se encuentra: 1) el árabe es la lengua oficial y por tanto, los contratos laborales de trabajo deben ser escritos en ese idioma, 2) el período de prueba no supera los tres meses, 3) al igual que en Costa Rica, los contratos temporales que se renueven se convierten en indefinidos por el principio de continuidad laboral, pero sólo aplica para egipcios, 4) después del período de prueba, el despido por parte del patrono sólo aplica en caso de falta grave, 5) en todos los eventos, la indemnización por despido es de un mes por cada año de servicio, salvo que la empresa establezca otra norma más beneficiosa, 6) las causas de finalización del contrato, sin previo aviso son: expiración del contrato, jubilación, renuncia, incapacidad absoluta o muerte, 7) la semana laboral es de 48 horas, 8) se conceden 21 días al año de vacaciones y se aumenta a treinta días después de 10 años o a la edad de cincuenta años, 9) los trabajos peligrosos o desplazados de su residencia habitual pueden contar con siete días más de vacaciones, 10) en Egipto las huelgas son ilegales, existe el derecho de formar sindicatos y sólo en el sector privado se admiten las convenciones colectivas.

Todas las empresas están obligadas a contribuir para el Fondo de Pensiones del Ministerio de Seguridad Social y asegurar la asistencia al sistema de salud de los trabajadores, por medio de la Seguridad Social o por medio de una compañía privada.

El Ministerio de Trabajo es el ente encargado de extender los permisos para los trabajadores extranjeros, extendido para la empresa en la que trabaja en el momento de emitirlo y en caso de cambiar de empresa, se deberá solicitar un nuevo permiso. Los permisos se conceden por un período inicial de diez meses y finalizado el plazo, es necesario renovar nuevamente.

3.3.5. Aspectos financieros

Egipto es un país con una economía relativamente estable, índices de inflación moderados, con respecto a otros países de la región y tasas de interés que oscilan en el 12%, el tipo de cambio de su moneda es estable, indicadores que permiten crear un marco moderadamente sano para las inversiones. Las hay de dos tipos, como se verá más adelante, en zonas francas y en el resto del país, los medios de pago, en general, son conocidos por la cultura occidental y su forma de operarlos es parecida a la de Costa Rica.

La banca en Egipto y en general, en el mundo árabe, es de prestigio y por tanto, juegan un rol importante en los negocios, conseguir una buena relación y cercanía es bien vista y da seguridad para fomentar las buenas relaciones comerciales con los egipcios.

3.3.5.1. Legislación sobre inversiones extranjeras

Egipto posee un marco bastante amplio sobre la materia que regula las inversiones en el país, establece dos áreas con objetivos y características diferentes de interés, a saber: promover zonas de exención y beneficios, y las inversiones en el resto del país. La herramienta jurídica que hace operar la materia política de promoción de inversiones es la Ley número 8, creada en marzo de 1997. Esta ley se conoce como Ley de Incentivos y Garantías a la Inversión, que es articulada por la nueva ley comercial en lo que se refiere a exenciones fiscales.

La Ley número 8 estipula una serie de actividades en las cuales Egipto desea prioritariamente enfocar e incentivar las inversiones extranjeras y nacionales, algunas de ellas son: recuperación de tierras cultivables al desierto, sector pesquero, avícola y ganadero; industria y minería; turismo; transporte marítimo; transporte refrigerado para productos agrícolas y otros productos alimentarios, así como silos; transporte aéreo y sus servicios; vivienda; desarrollo inmobiliario; industria petroquímica.

En materia de infraestructura, las actividades principales que se pretenden incentivar con la Ley número 8 son: sistemas de aguas, electricidad, carreteras y comunicaciones.

Dos formas de invertir en Egipto

1. Las zonas francas o mejor conocidas como Inversiones en zonas francas de Egipto reciben un buen número de exenciones, bonificaciones e incentivos de varios tipos. Dentro de los principales incentivos para inversiones en zonas francas están: exención ilimitada de impuesto sobre beneficios, exención del impuesto de aduana para todo tipo de importaciones, impuesto anual del 1% sobre el valor de los bienes comerciados.

2. Inversiones en el resto del territorio o Inversiones en Egipto, donde la máxima prioridad la recibe la captación de capitales internacionales en forma de inversión extranjera directa (IED) y tecnología. Estas actividades son de gran interés para el país, que con frecuencia muestra interés por todo tipo de "joint ventures" o proyectos en los que esté implicado algún tipo de inversión extranjera directa. Algunos de los incentivos para este tipo de inversión son: impuesto sobre el beneficio de un máximo del 20%, arancel único del 5% para las importaciones de maquinaria y equipos, derecho a la repatriación del 100% de los beneficios netos de los extranjeros, exención de las tarifas de notificación e incorporación de las empresas, en el caso de compra de terrenos por las compañías extranjeras, exención de las tasas de registro y notificación.

Según la Ley 8, la entidad egipcia a cargo de los temas relativos a incentivos y garantías a las inversiones en Egipto es la *General Authority for Investment and Free Zones (GAFI)*, única institución que está autorizada y es competente en los temas relativos a inversiones extranjeras (zonas francas y resto del país), la entidad depende directamente del Primer Ministro y dentro de sus tareas principales se encuentran las labores de gestión de una unidad administrativa que ve lo relacionado a inversiones, además, vela por la promoción de inversiones en el exterior y se encarga de administrar la información respecto a las inversiones en Egipto.

En el mes de enero de 2005, la GAFI comenzó una nueva iniciativa, que trata de implementar una ventanilla única, con el objetivo de facilitar y prestar ayuda a los

inversionistas y eliminar obstáculos burocráticos que impedían una ágil formalización de las inversiones extranjeras en suelo egipcio.

3.3.5.2. Medios de pago

Al inicio de esta sección se mencionó que el 17 de mayo de 1999, se publicó la nueva "Ley de Comercio" de Egipto que sustituía a la hasta entonces vigente "antigua Ley de Comercio" del 13 de noviembre de 1883. En ella indica que en la tercera y cuarta sección se regulan los medios de pago bancarios, orden de pago, letra de cambio y cheque.

El Banco HSBC en su página sobre negocios en Egipto indica que dentro de los diferentes instrumentos de pago, el cheque domina el mercado de pagos:

“The cheque is the dominant cashless **payment** instrument in **Egypt**”

(www.hsbcnet.com/public/tcm/cibm/pcm/pdf/egypt.pdf)

El banco francés BN Paribas, posee una subsidiaria en El Cairo para las diferentes operaciones comerciales internacionales, ofrece para las operaciones de importación los siguientes instrumentos: cartas de crédito, cartas de garantías internacionales y “Documentary Collections”.

(http://egypt.bnpparibas.com/en/corporate_institutional_services/business_line.asp?Bus=SBUS-5THHMZ, 28 de enero de 2007)

Como se verá en la sección 3.4.5, los importadores que deciden enviar mercancías a Egipto, por lo general, no están dispuestos a dar las mejores condiciones de pago; se exige pago por adelantado; conforme se eleva el nivel de comercio internacional y aumenta la confianza, se puede ofrecer paulatinamente mejores condiciones como un mayor plazo de pago, por ejemplo, la venta de bienes a una cadena de supermercados supone, de forma habitual, facilidades crediticias que pueden llegar hasta los 120 días de plazo de pago después de un tiempo de operaciones continuas.

A diferencia de otros mercados financieros, en Egipto y en la mayoría de países del mundo islámico, un cheque se paga aunque no tenga fondos, desde el punto de vista estrictamente financiero, medio de pago a la vista, tal como su definición lo indica, por otro lado, una interpretación de honor y de seriedad de los bancos y el sistema, que presume la buena fe y se irá contra el emisor del cheque.

3.3.6. Principales documentos de importación

Del Ministerio de Comercio Exterior e Industria depende la Organización General para el Control de las Exportaciones e Importaciones de Egipto (GOIEC), que es el organismo de consulta para las importaciones y exportaciones desde y hacia el país y su principal misión es la inspección y la certificación de bienes importados.

En la lista que se anota a continuación, se enumeran los principales documentos solicitados por el gobierno de Egipto y sus entidades al realizar una importación.

Documentos de importación en Egipto
Guía aérea o conocimiento de embarque
Manifiesto de carga
Certificado de origen

Factura comercial
Fórmula de declaración de importación aduanera (Customs import declaration form)
Lista de empaque (Packing list)
Nota de arribo de embarque
Recibo de cargos de recepción

Fuente: elaboración propia con base en datos de la página del Banco Mundial en español Doing business, www.doingbusiness.com.

Costa Rica experimentó problemas para ingresar mercancías a los países del mundo árabe por falta de documentos consularizados, información obtenida de la entrevista con el Cónsul Albert Karam, quien mencionó que en varias ocasiones se vio en enormes premuras por tener contenedores parados en las aduanas del Cairo, Israel y Líbano por falta de estos documentos, por lo que, además de los documentos mencionados, se recomienda a los exportadores consultar sobre este requisito.

En la sección de anexos se puede encontrar otros detalles relacionados a las importaciones en Egipto extraídos de la página en Internet del Banco Mundial, tales como: días de trámites, costos. (Ver anexo 5)

3.4. Aspectos comerciales

Hacer negocios en Egipto no es fácil, según el Banco Mundial (en su página *Doing Business 2008*). El país escaló en la tabla de clasificación global de “Facilidad de hacer negocios” (entre 178 economías), del puesto 152, en el 2007, a la posición 126, en el 2008; una posición que nos indica las áreas de oportunidad para facilitar el comercio transfronterizo y da una luz de las situaciones a las que un exportador, se deberá potencialmente enfrentar (en el anexo 5, se muestra el cuadro detallado de los diferentes aspectos de la tabla de clasificación del Banco Mundial). Para el

año 2005, las actividades comerciales en Egipto representaron el 12% del PIB del país.

A continuación, se resumen los principales aspectos de una política comercial en Egipto, que abarca los aspectos de las “4 Pe” de Mercadeo: Producto, Promoción, Precio y Plaza (distribución); producto del estudio El Mercado de la Alimentación en Egipto¹⁹, para la logística de comercialización interna de un producto. Se pretende ilustrar de manera general, las características, estrategias y tácticas que podrían seguirse, a modo de ejemplo, para la introducción de bienes al mercado de consumo en Egipto una vez importados.

Producto: una mercancía importada en Egipto posee alguna ventaja competitiva frente al producto local, siempre y cuando campaña de mercadeo haga que el bien presente una buena imagen, motive confianza y el consumidor aprecie la calidad individual del producto y lo diferencie por medio de atributos de otras comparativamente iguales en su envase, presentación, etiquetado y la composición, por ejemplo.

Promoción: usualmente el empresario minorista, únicamente realizará campañas de promoción, aplicará descuentos, entre otras tácticas, si tiene niveles de inventario superiores al punto de “stock”, por otro lado, el importador o proveedor será quien realice y corra con los gastos de las actividades de degustación, entrega de muestras.

Precio: para buena noticia de los importadores, los márgenes en el mercado para comercializar bienes extranjeros son aceptablemente muy superiores de los se acostumbra aplicar a los productos locales, que oscilan de un 15% a 20%, según sea el caso (más el margen del vendedor al detalle, alrededor de 10%). Es importante señalar que en Egipto, el pan y el azúcar gozan de subvención por parte del estado.

¹⁹ Idem 7 (Pág. 40)

Plaza (distribución): la cadena de distribución comercial posee dos diferentes niveles de intermediarios: 1) el agente o importador y el distribuidor o mayorista. El primero debe contar con una licencia para ejercer su actividad comercial, razón por la que es usual que no se especialice, sino que esté motivado a ejercer diferentes actividades comerciales y el segundo, el distribuidor o mayorista sule sus inventarios principalmente con productos de origen nacional, debido a que no cuenta (generalmente) con autorización para importar de forma directa. Su cadena de distribución se orienta a abastecer a pequeñas tiendas de conveniencia con un perfil de consumidor de gastos medio a bajo, 2) el segundo nivel de intermediación lo constituye el sector de ventas al detalle, que se caracteriza por ser un mercado donde menos del diez por ciento de las tiendas están integradas o son parte de un grupo y el noventa por ciento, son tiendas individuales. La forma como este segundo nivel se articula es variado, por ejemplo, pequeñas tiendas independientes que venden productos básicos de fabricación local, cadenas medianas de supermercados que aplican descuento y el sector informal, que no se puede despreciar en Egipto, porque cuenta con gran peso en la economía, es la fórmula más extendida para las clases bajas.

En la tabla siguiente puede apreciarse la evolución de los puntos de venta comprendida entre los años 2000 a 2003.

Tabla 6 Evolución del número de puntos de venta en Egipto

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: elaboración propia con base en datos del estudio El Mercado de la Alimentación en Egipto,

3.4.1. Política de crédito comercial

En el mercado egipcio no existe el crédito para los clientes finales que asisten a las tiendas de conveniencia, por lo que las tarjetas de crédito quedan relegadas y sólo se aceptan en los puntos de venta más estructurados como los supermercados. En cuanto a las importaciones, es frecuente que en los primeros pedidos no se acepten otros términos por parte de los exportadores que no sean pago en efectivo o inclusive por adelantado, hasta generarse la confianza que permita el crédito hasta los 90 días generalmente. Las cadenas de supermercados, por el alto volumen de sus pedidos, solicitan de forma generalizada un plazo de pago por parte de sus importadores entre 60 ó 120 días.

3.5. Aspectos complementarios

3.5.1. Información de utilidad general

Pasaportes y visados

Al igual que en la mayor parte de las fronteras del mundo, el pasaporte debe tener una vigencia de al menos seis meses y es necesaria una visa, que se obtiene en el consulado respectivo. En el caso de Costa Rica, en la entrevista con el señor Karam²⁰, éste indica que los requisitos son: pago de US \$35 por la visa, carta formal con motivo de la solicitud de visa (no se da visa por cualquier motivo) y un detalle de las calidades de la persona, además se deben de adjuntar fotos y el pasaporte.

Paso por la aduana

Según las regulaciones de migración y aduanas, es permitido ingresar a territorio egipcio, portando hasta 200 cigarrillos, no más de 250 gramos de tabaco o 50 puros, también es permitido ingresar con un litro de alcohol y los efectos personales. En caso de llevar animales, es necesario el certificado veterinario, que confirme que el animal está vacunado contra la rabia, de acuerdo con las normas

²⁰ Idem 6 (Pag 35)

relativas a propiedad intelectual es necesario declarar los videos. El dinero que se introduce al país no es necesario declararlo, pero sí es conveniente conservar los tiquetes de banco con el cambio de la moneda y el importe.

Vacunas

A la fecha de la presente investigación, no era requisito ni se exige para el ingreso a Egipto ningún tipo de vacuna, sin embargo, se recomienda las vacunas del tétanos y el cólera.

Moneda

La moneda oficial de la Republica Árabe de Egipto es la libra egipcia, que se divide en 100 piastras. Las denominaciones de circulación de la libra son: billetes en libras de 100, 50, 20, 10, 5, 1, billetes en piastras de 50, 25, 10, 5 y moneda en piastras de 10, 5, 1 ½.



Según disposiciones de ley, no está permitido salir del país portando moneda egipcia, de manera que lo más aconsejable es cambiarlos antes de salir, que al igual que durante el ingreso se recomienda cambiar a euros o dólares y viceversa. El cambio se puede realizar en bancos, oficinas de cambio y hoteles. Recomiendan quienes han visitado el país, reservarse algunas monedas pequeñas para dejar propinas y para cubrir pequeños gastos e imprevistos. Las tarjetas de crédito son de uso frecuente y aceptación, principalmente en los grandes hoteles, restaurantes, agencias de viajes y muchos locales comerciales, quienes además aceptan euros y dólares de E.E.UU.

Algunas costumbres egipcias

Como en toda cultura, entre más se conozca sobre las experiencias potenciales que se van a vivir al estar en contacto con una nueva forma de vivir, es mejor para evitar disgustos, no perder la paciencia. "La clave es la actitud que se tome frente a

las nuevas circunstancias, conocer detalles sobre sus costumbres siempre ayuda”, comentó en su entrevista el señor Rafic Saleh.²¹

Los egipcios son ávidos habladores y las pláticas pueden prolongarse, mezclando temas de negocios y personales, es necesario tener paciencia, en general, son personas agradables y amistosas, hospitalarias y que tratarán, por lo general, de hacer cualquier cosa por complacer a sus invitados.

El alcohol está permitido en Egipto, sin embargo, nunca se debe dejar de pensar que su población es 90% musulmana y por tanto, en el beber, así como en otros actos y actividades, se debe guardar moderación. No se debe conducir en estado etílico, si se hace, es necesario saber que las infracciones de tránsito por exceso de alcohol son muy altas.

Es costumbre generalizada de los egipcios saludar antes de hacer cualquiera pregunta o comentario, en este sentido, hacerlo o ser demasiado incisivo o directo durante las conversaciones, se considera de mal gusto (para los extranjeros) o mala educación (para los nacionales).

Idioma

El idioma oficial, como bien se ha indicado, es el árabe, que en el ambiente natural, existen dos: el árabe culto y el coloquial (de la calle). La segunda lengua que un extranjero podría encontrar es el inglés, además, por la cercanía geográfica y la historia, es moderadamente fácil encontrar personas que hablan el castellano.

Clima

La frontera norte tiene un clima mediterráneo, con temperaturas cálidas en verano y una media de lluvia de 18 mm (muy baja). La capital y hacia el sur, presentan las zonas más áridas y secas, donde no se producen lluvias prácticamente durante todo el año, por lo general, las noches son frías producto de los vientos del norte y del mar Mediterráneo que enfría las corrientes y los días son muy calurosos, por las corrientes secas que suben del desierto.

²¹ Saleh, Rafic, entrevista, 15 de enero de 2006

En el cuadro siguiente, puede apreciarse las diferentes temperaturas por zonas, durante las épocas de invierno y verano.

	Temperaturas invierno máx. mín.	Temperaturas verano máx. mín.
Assuán	22 °C - 7 °C	43 °C - 24 °C
Aleandría	19 °C- 9° C	30 °C - 20 °C
El Cairo	20 °C - 7 °C	34 °C - 21 °C

Fuente: elaboración propia con base en datos de la página de Internet www.weather.com

3.5.2. Instituciones públicas de contacto

Aduanas egipcias: página en árabe principalmente, con información en inglés sobre los aranceles aplicables a cada partida arancelaria.

www.customs.gov.eg/index.html

CAPMAS: Central Agency for Public Mobilization and Statistics, equivalente al Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica.

www.capmas.gov.eg

Ministerio de Asuntos Exteriores: información sobre el propio ministerio, su política, acuerdos, prensa e información económica.

www.mfa.gov.eg

Ministerio de Comercio e Industria: ofrece boletines estadísticos mensuales, información sobre los acuerdos comerciales bilaterales de Egipto, novedades en materia de legislación comercial, etc.

www.mfti.gov.eg

Ministerio de Finanzas (Dpto. Impuesto sobre Ventas): información sobre la estructura del impuesto, legislación, etc.

www.salestax.gov.eg/eindex.htm

Ministerio de Inversión: portal del Ministerio de Inversión con información sobre oportunidades de negocio, anexos estadísticos, legislación relacionada con la inversión en Egipto, entre otras.

www.investment.gov.eg/MOI_Portal

Servicio de Información Estatal de Egipto (SIS): ofrece información de actualidad y facilita resúmenes de prensa, así como una amplia variedad de aspectos y características del país, presta especial énfasis a las políticas económicas de cara al exterior.

www.sis.gov.eg

Capítulo 4 Productos exportables a Egipto, formas de negociación y registro de direcciones

En el Informe Económico y Comercial de Egipto,²² de manera general, se enuncian los principales bienes con mayor potencial exportador de España hacia Egipto, que son: aparatos mecánicos, aparatos eléctricos, extractos y curtientes, vehículos automóviles, productos químicos orgánicos, papel y cartón, hierro y acero, maderas y grasas y aceites naturales.

En la sección 3.3, se mencionó que para las PYMES de Argentina los productos exportables eran: instrumentos y aparatología médico-quirúrgica, auto partes, maquinaria agrícola, industria del frío; además de insumos y alimentos. Se indica que para los exportadores mexicanos, en el año 2006, los productos con potencial son: miel, hortalizas preparadas, garbanzo, tequila, confituras y mermeladas, conductores de cobre o aluminio, partes electrónicas, medicamentos, maquinaria diversa, material quirúrgico, artículos ortopédicos e instrumentos de medición.

En los párrafos supra citados tenemos información estadística, datos de informes, artículos, retroalimentación de las entrevistas e información de países cercanos geográficamente a Costa Rica, como lo son México y Argentina que de maneja general y aproximada, nos proporciona una buena idea de los bienes y servicios que Egipto está demandando.

4.1. Productos exportables a Egipto

En la siguiente sección, se presenta una lista de algunos productos que se pueden proponer para exportar; sin embargo, antes se desea presentar los productos que, según entrevista con la Srta. Marolg Aguilar Hernández, Asistente de Información Comercial de PROCOMER, Costa Rica exportó hacia Egipto durante el 2006/2007. Información que se extrajo de manera exclusiva para la investigación.

²² Idem 9 (Pág. 42)

Los siguientes son los productos y montos exportados, desde Costa Rica hacia Egipto en el año 2006/2007, según PROCOMER.

Tabla 7 Exportaciones de Costa Rica a Egipto por partida arancelaria – 2006 y 2007

Partida arancelaria	Producto	Valor FOB en US\$	Peso Bruto en kg
P0602909090	Los demás.	\$50,655.89	9,775.00
P0603109500	Orquídeas.	\$2,400.00	25.00
P8529909010	Circuitos modulares	\$42.00	1.52

Fuente: elaboración propia con base en datos de PROCOMER.

La primera partida arancelaria (P0602909090) “Los demás” en el Sistema Armonizado, corresponde a las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), no contempladas en otras secciones y clasificaciones arancelarias del sistema, que corresponde al monto mayor de las exportaciones. Dentro de esta partida, se ubican las exportaciones de tallos de caña india de varias empresas de San Ramón de Alajuela y de la Cooperativa Agrícola Regional de Productos de Caña India.

La partida arancelaria P0603109500 corresponde a Orquídeas, exportaciones que provienen principalmente de Agrobiot, empresa ubicada en Guácimo de Limón.

Las exportaciones de la partida P8529909010 corresponden a muestras enviadas por la empresa Sawtek, ubicada en la Zona Franca Metropolitana en La Valencia de Heredia.

Para más detalles sobre las empresas exportadoras y los contactos, ver el anexo 6.

En el transcurso de la investigación, se detectaron algunos productos a considerar en la siguiente lista por su potencial de exportación a Egipto, los mismos que se producen en Costa Rica:

- Azúcar de caña,
- Leche,
- Derivados de la leche tales como helados y yogurt,
- Remolacha,

- Naranja y concentrado de naranja,
- Jugo, jaleas y mermeladas de naranja,
- Sandía,
- Melón,
- Banano,
- Café,
- Cacao,
- Cardamomo,
- Orquídeas frescas,
- Orquídeas in vitro,
- Plantas ornamentales,
- Flores,
- Follajes,
- Pisos finos de madera,
- Artesanías de madera (maquila de signos egipcios en madera),
- Hortalizas preparadas,
- Mini-vegetales,
- Miel de abeja,
- Mermeladas varias de frutas tropicales,
- Salsas de vegetales,
- Mango,
- Aguacate,
- Piña.

La lista anterior es una propuesta de productos tentativamente potenciales para ser exportados, se pueden abarcar otros más y no es concluyente. La factibilidad real de exportación de éstos u otros deberá ser analizada y estudiada para cada caso con mayor profundidad.

4.2. Formas de negociación

En la siguiente sección, se realiza un recuento de las principales características vistas a lo largo de la investigación, algunas que provienen de la sección 3.1 se amplían y complementan con el fin de reforzarlas. Además se describen formas de comportamiento y diferentes actitudes que se deben considerar cuando se negocie personas de Egipto. Conjuntamente, se enuncian algunos rasgos de su cultura obtenidos de las entrevistas y experiencias de los exportadores.

Es importante mencionar que, en general, el hombre de negocios que desee exportarle a empresas de Egipto y países árabes, deberá (al igual que debe hacerlo con todos los demás destinos de los bienes) conocer su cultura, su religión y su forma de hacer negocios, como premisa fundamental para establecer relaciones a largo plazo que le reditúen en el tiempo.

Aspectos generales sobre negociación en Egipto

El viernes es el día santo musulmán; ningún negocio se hace este día y la mayoría de las personas no trabaja el sábado, producto de la herencia inglesa.

Al inicio de una negociación, es prudente dejar primero un lapso de tiempo, ya que ellos desean conocernos (a la persona), donde nos veremos enfrentados en ocasiones a hablar aun de temas personales antes de negociar con ellos, además, es importante dar una buena impresión de primera entrada, por lo que es elemental saber ciertas normas y costumbres básicas, como por ejemplo, nunca se le debe dar la mano izquierda a un árabe.

El encargado de las negociaciones, ante una cultura musulmana y árabe como la egipcia, deberá conocer que su cultura es de alto contexto, las palabras tienen menos importancia y más el contexto, se utilizan menos los documentos legales y más la palabra, que es determinante, ello hace que las negociaciones sean más lentas en muchas ocasiones, debido a que los egipcios propiciarán un espacio para las relaciones personales. Las personas de Egipto son atentas y hospitalarias y esperan respeto similar de los visitantes.

El director de negociaciones, gerente de exportaciones o mercadeo, por lo tanto, debe ser escrupuloso con los aspectos formales y debe ser hábil para asegurar que documentos como cartas de crédito y los contratos están correctamente redactados, con todo lujo de detalles y no dar nunca nada por sobre entendido o dicho. En general, el egipcio estará tentado, la mayor parte del tiempo, a no asumir posiciones si no están escritas y tenderá a hablar mucho del negocio y no definir.

El extranjero, responsable de las reuniones y contratos de negocios de importación en Egipto, debe conocer la dimensión del tiempo, no debe apresurar las cosas. Para realizar negociaciones con países árabes, como Egipto, es necesario contar con ejecutivos tolerantes al tiempo. En general, el concepto de la puntualidad es flexible, tanto para las citas y los encuentros personales, como para la realización de trámites, cobro y pago. La puntualidad no es una virtud tradicional en Egipto, podría llegar tarde a una cita o puede no presentarse en absoluto.

Un buen consejo de uno de los entrevistados, enseña que un empresario que exporte a Egipto siempre deberá acudir a la cita relajada y sin trasnochar, debido al tiempo que se puede tomar en cerrar un trato. En ocasiones se habla por horas y días y se comparten actividades personales. Vestir ropa cómoda y ligera por el calor es aconsejable. Es práctica árabe normal hacer esperar, incluso en citas de negocios con extranjeros para cerrar negocios previamente agendado. La coyuntura de estas situaciones (tiempo, calor y espera) provocan en ocasiones perder la calma, apresurarse y presionar, que no son bien vistos por su cultura y los que ellos aprovechan para obtener ventajas o distracciones de la negociación y sacar provecho.

Como se ha indicado, las reuniones pueden prolongarse mucho, conviene entonces quitarse el reloj o no mirarlo a menudo, apunta el señor Rafic Saleh, además agrega que, en vista de que los encuentros de negocios pueden tardarse, se debe destinar el mayor tiempo posible a esta actividad y no contraer compromisos posteriores (turismo, otras citas de negocios, por ejemplo) que obliguen a abandonar una reunión antes de tiempo o demostrar premura y ansiedad.

Es primordial que el equipo de negociadores, en Egipto, conozca y respete el orden de las jerarquías. La sociedad egipcia es profundamente tradicional y conservadora y el respeto formal a las jerarquías es muy importante. Los directivos egipcios suelen reservarse la responsabilidad y los colaboradores de sus empresas raramente pueden tomar decisiones vinculantes. Es necesario que el director de las negociaciones reconozca si el interlocutor tiene realmente capacidad de decisión y es propicio considerar la jerarquía, de no ser así, las negociaciones y acuerdos podrían carecer de validez y con ello, se pierde tiempo valioso.

Las relaciones personales deben cuidarse y fomentarse entre las personas egipcias y ejecutivos extranjeros, con el fin de garantizar éxito en la relación comercial. En todo el mundo árabe, como lo es Egipto, pesan mucho las relaciones personales y los vínculos de fidelidad y lealtad, de ahí la importancia de contar siempre con intermediarios bien relacionados en el sector de interés, de manera que se facilite el acceso a los auténticos centros de decisión (persona de rango jerárquico); además, para consolidar un contrato es beneficioso fomentar las relaciones directas y personales con los clientes, el egipcio no suele mostrarse muy cómodo cuando los contactos se limitan al teléfono, el fax o el correo electrónico.

Al respecto, otro de los exportadores costarricenses entrevistados exterioriza que tuvo la experiencia de tratar de realizar contactos vía correo electrónico con varias empresa en Egipto, producto de búsquedas en Internet, pero se dio cuenta después de varios correos enviados y en distintas empresas contactadas, que al tercer o cuarto correo, éstos dejaban de responderle y perdían interés.

Las negociaciones en Egipto se deberán llevar de forma moderada junto con el nivel de las expectativas, así como las ofertas. El pueblo egipcio es amistoso y cordial, pero al mismo tiempo, es orgulloso y susceptible. Conviene para las negociaciones, no olvidar que cualquier afirmación o comentario que pueda admitir más de una interpretación será asumido y entendido en la forma más favorable a sus intereses por el contexto alto de su cultura. El egipcio por otro lado, raras veces

sabe decir que no, lo que en ocasiones le lleva a hacer promesas o afirmaciones que luego no cumplirá por su jerarquía o porque no quedó escrito.

Todos los exportadores entrevistados concuerdan en que Egipto es un país donde se guardan con recelo algunos atuendos característicos de su apego a las costumbres religiosas, la forma del vestir, tanto en hombres como en mujeres, es importante (código de vestimenta). En general, son conservadores con su forma de vestir, las mujeres deben cuidar su vestimenta más que el hombre, los colores fuertes no son usuales, más bien predominan los marrones, café, negro, particularmente en templos religiosos y en las comunidades en el campo que son aún más conservadores. Aún así, el estilo de ropa occidental es aceptado en las actividades y eventos como recepciones, en fiestas, restaurantes u hoteles, principalmente en El Cairo y otras ciudades modernas por ejemplo, Alejandría.

Los egipcios hablan a una distancia más íntima que los europeos (Kinesa). El ejecutivo internacional debe estar preparado para el contacto, más que en otros lugares, como por ejemplo Europa. El contacto se da también durante las conversaciones, el interlocutor muestra su dirección de comunicación tocándolo. La mayoría de los egipcios crece en familias grandes y se encuentran incómodos cuando se sienten solos. El señor Saleh indica que no debemos preenjuiciarnos por este tipo de contacto físico, que al tico le puede afectar, puesto que en la cultura costarricense podría interpretarse como un abuso al espacio. El comerciante egipcio, indica el entrevistado, es más cercano y querrá por su cultura, acercarse a nosotros y una de las formas es la cercanía física.

Por ejemplo, si durante una reunión de negocios, en la sala sólo hay dos personas es muy probable que un egipcio se siente al lado; cerca, en lugar de irse a un extremo o al frente al otro lado de la mesa. Darse la mano es el saludo habitual y este proceso de contacto será importante para las relaciones personales.

Las reuniones de negocios pueden, en ocasiones, ser interrumpidas con visitas de los amigos y familiares, llamadas telefónicas y más aun si quien asiste es una persona de alto rango en la escala social (jerárquica).

Los exportadores de Costa Rica deben considerar algunos otros aspectos de la cultura egipcia. El señor Rafic comenta que siempre es preciso conocer de otros asuntos del país (política, deportes, economía, clima, noticias recientes), que no teniendo relación con el tema estricto de la negociación, por sentido común. Esto genera un mejor ambiente de cordialidad e interés en la parte y se convierte en un mecanismo de comunicación más amplio y que resulta de gran ayuda en momentos de tensión, pues podrían utilizarse como contrapeso, eso sí, de forma apropiada y en el momento justo. Por ejemplo; los deportes son un buen tema de conversación durante una reunión de negocios (el fútbol, el baloncesto, las carreras de caballos, el tenis y todos los deportes náuticos). Los ejecutivos de negocios de Egipto son aficionados a los chistes, la burocracia egipcia es otro tema que se puede tocar en conversaciones informales. Los momentos amistosos se caracterizan por ser abiertos y se comparte la conversación con una taza de té o de café. Su hospitalidad es una de las fortalezas.

Según respondió don Albert Karam, a la pregunta sobre un consejo para los exportadores costarricenses, él recomienda es indispensable ser muy meticuloso en selección del producto por su calidad, además indica que se debe de muy serio, responsable y demostrar ser espléndido, de manera que el producto abra el apetito.

Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

- El reinicio de las relaciones diplomáticas con Egipto da pie al mejoramiento de las relaciones bilaterales entre ambos países y genera un mejor clima para la región de Medio Oriente y a su vez, abre una nueva ventana de oportunidades para el sector productor de Costa Rica de exportar hacia Egipto.
- El mercado de Egipto y Medio Oriente constituyen una zona poco estudiada en términos de cultura y explotada en temas comerciales por el sector exportador costarricense. A la fecha, únicamente hay siete empresas exportando.
- La influencia de la religión Islámica siempre debe ser considerada cuando se establezca un trato con personas de origen islámico en general y específicamente, en temas comerciales y de negocios, puesto que al mismo tiempo que influye en la esfera religiosa del individuo, incide en su forma de actuar, de relacionarse y por ende, en su manera de enfocar los negocios y el comercio.
- Del total de la población de Egipto (78 millones de habitantes), solamente 12 millones poseen ingresos suficientes para comprar bienes importados, esto representa el 15% de la población total.
- El sector agrícola y turístico son las principales actividades de la economía en Egipto. Es un país deficitario en la producción de sus principales bienes de consumo alimentario, razón por la que los productos extranjeros cubren el 50% de las necesidades y demanda insatisfecha.
- La dieta egipcia se compone de 4 productos principales: el pan, la leche, frutas y las verduras.

- Los principales productos con potencial de exportar son los bienes de consumo final de origen alimentario: el azúcar, hortalizas y legumbres, leche y derivados frutas (sandía, melón, naranja).
- El principal instrumento de pago es el cheque bancario internacional.
- El exportador costarricense que se encuentra exportando, así como el que desea exportar a Egipto, deberá instruirse antes y conocer su cultura, religión y forma de hacer negocios como premisa para establecer negocios y relaciones al largo plazo y aumentar las posibilidades de éxito.
- A la hora de realizar negocios con egipcios, siempre se debe tener presente que las expectativas deben ser moderadas, ser paciente, respetar las jerarquías y que las relaciones personales y la religión son fundamentales, poseen un rol importante e influyen a la hora de hacer negocios.

5.2. Recomendaciones

- Costa Rica deberá dotar además de una embajada y consulado en Egipto que recientemente se abrieron, una oficina comercial que cuente con un asesor comercial, de manera que guíe a cualquier exportador costarricense en el caso de realizar importaciones en Egipto, así como brindarle consejos para los trámites previos.
- Realizar una investigación in situ más profunda sobre los diferentes productos con potencial exportador mencionados en la presente investigación, así como otros que puedan ser considerados. Es necesario analizar a fondo otros aspectos como aranceles específicos a su importación, contingentes arancelarios, así como temas de mercadeo, tales como marcas, etiquetado y patentes.

- Realizar un mayor esfuerzo de parte del gobierno y las instituciones de enseñanza superior en torno a la divulgación de información sobre el proceso de apertura de la embajada en Egipto, así como de los alcances y beneficios.

- Crear un Manual de Exportaciones a Egipto y Medio Oriente para el sector productor de Costa Rica, que colabore, ayude y sirva de manual de consulta en caso de iniciativas de exportación hacia el país y la región.

- Motivar la creación de una Cámara de Comercio Costarricense – Egipcia o de Medio Oriente, con la participación de exportadores, importadores, ciudadanos de la región de Medio Oriente que sirva de punto de convergencia para todos los comerciantes internacionales que operen entre Costa Rica y los países de Medio Oriente. Involucrar e invitar a los embajadores y cónsules radicados en Costa Rica a participar con su conocimiento y red de contactos en esta iniciativa de la Cámara.

- Se recomienda investigar más sobre los resultados finales de la "Ley del Cheque" (ver sección 3.3.4.1), por el impacto que produjo el artículo que prohibía expresamente la utilización del cheque como instrumento de financiación y limitando su aplicación a medio de pago a la vista, debido a la gestión de la Federación de Cámaras de Comercio, que anunció solicitar el aplazamiento de la Ley del Cheque, hasta octubre del año 2005, tiempo durante el cual la aplicación estuvo en suspenso.

Bibliografía

Libros:

- Beltran Vall, Joseph. Marketing en un mundo global: claves y estrategias para competir en el mercado internacional. Mc Graw Hill, Madrid. 2003.
- Conrad Levinston, Jay. Marketing de guerrilla. Savage Internacional. 1998.
- Hernández Sampierre, Roberto y otros. Metodología de la investigación. McGraw Hill
- Julivert, Arturo. El Sáhara: Tierras, pueblos y culturas. Editorial Publicaciones Universidad de Valencia. 2003.
- Porter, Michael. Estrategia y ventaja competitiva. Ediciones DEUSTO, 2006.
- Universidad de Costa Rica. Guía para la elaboración del Anteproyecto Final de Graduación. 2006.

Páginas Web

- Metodología de Investigación, <http://www.angelfire.com/emo/tomaustin/Met/metinacap.htm>, María Antonieta Tapia B. 2006.
- Cámara árabe mexicana de industria y comercio, <http://www.camic.org/esp>, 6 de octubre de 2006.
- Oficina comercial de Egipto en España, <http://ecros.org/spain/invest/index.html>, 18 de octubre de 2006.
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica: www.rree.go.cr
- Exportaciones de Egipto: www.indexmundi.com/es/egipto/exportaciones.html
- Index mundi: www.indexmundi.com/es
- Invierta en Egipto: www.egyptinvest.com/2006
- Información general de Egipto: <http://www.egipto.com>
- La Nación: www.nacion.com

- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en El Cairo. El Mercado de la Alimentación en Egipto. Estudio queha sido realizado por Hannah del Álamo. El Cairo, Egipto. Agosto de 2006.
- PROCOMER: www.PROCOMER.com
- Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior: Egipto www.oficinascomerciales.es
- Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Egipto>

Artículos de revistas y diarios

- Bancomex. Seminario: Oportunidades comerciales en países árabes: los casos de Líbano, Egipto, Marruecos, Argelia, Arabia Saudita y Mauritania. Héctor Reyes Retana 11 de mayo de 2006. http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/pgeneral/documentos/124_Seminario-paises-arabes-mayo-11-v-final.pdf. 25 de octubre de 2006.
- La Nación, Costa Rica anuncia reinicio de relaciones diplomáticas con Egipto, Fuente: http://www.nacion.com/ln_ee/2006/septiembre/14/ultima-ce7.html
- Oficina Económica y Comercial de España en el Cairo: Informe Económico Comercial Egipto, actualizado al 2004. El Cairo, Egipto.

Entrevistas

- Aguilar, Marlon. Analista Comercial de PROCOMER, COMEX. Paseo Colón, enero y febrero de 2007. San José Costa Rica.

- Karam Keyss Albert, Cónsul del Líbano en Costa Rica. Rohrmoser, 18 de julio de 2007 y 15 de abril de 2008, San José, Costa Rica.
- Saleh, Rafic. Presidente de Horizons Corporation Internacional. Parque Industrial de Z, La Valencia de Heredia. 15 de enero de 2006.
- Arias, Paola. Representante del Departamento de Política Exterior de la Cancillería, Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica. 28 de marzo de 2008.

Anexos

Anexo 1.

Costa Rica anuncia reinicio de relaciones diplomáticas con Egipto

Miércoles 13 de septiembre, 2006 [15:09:00] hora de Costa Rica

San José, 13 sep (ACAN-EFE).- El gobierno de Costa Rica anunció hoy el reinicio de las "plenas relaciones diplomáticas" con Egipto, luego de una reunión que sostuvo en Cuba el canciller costarricense, Bruno Stagno, con su colega egipcio, Ahmed Aboul Gheit.

La Cancillería costarricense informó hoy en un comunicado de que los diplomáticos "anunciaron hoy el restablecimiento de plenas relaciones diplomáticas" luego de reunirse en el marco de la XIV Cumbre del Movimiento de Países No Alineados (NOAL), donde Costa Rica acude como observador.

"Ambos ministros analizaron diversos temas de interés bilateral, tales como el fortalecimiento de las relaciones diplomáticas, políticas, de cooperación e intercambio comercial y de inversiones", agregó la Cancillería.

La fuente explicó que los cancilleres dialogaron sobre la posible apertura de embajadas en ambos países "en un futuro cercano", y sobre "la colaboración en temas de interés mutuo en distintos foros internacionales".

Stagno destacó que Egipto es la sede de la Liga Árabe, lo cual "permitirá una mayor aproximación política y diplomática con el mundo árabe e islámico en general, además de abrir oportunidades comerciales con esos mercados".

El diplomático también dijo que se están adelantando las conversaciones con Jordania para el restablecimiento de las relaciones diplomáticas.

Egipto es el primer país árabe con el que Costa Rica restablece sus relaciones diplomáticas, luego de que el pasado 16 de agosto el presidente Oscar Arias anunciara el traslado de la Embajada costarricense en Israel de Jerusalén a Tel Aviv.

Arias manifestó ese día que "es hora de rectificar un error histórico que nos daña a nivel internacional y nos priva de casi cualquier forma de amistad con el mundo árabe, y más ampliamente con la civilización islámica, a la que pertenece la sexta parte de la humanidad".

Tras este anuncio Stagno explicó que Costa Rica deseaba establecer relaciones con países árabes "moderados que tienen relaciones amistosas con la mayoría de miembros de las Naciones Unidas" y que "comparten nuestros valores y principios".

La mayoría de los países árabes rompieron relaciones con Costa Rica en 1984, debido a que dos años antes el país centroamericano trasladó su embajada en Israel de Tel Aviv a Jerusalén. ACAN-EFE

dmm/lbb

Fuente: http://www.nacion.com/ln_ee/2006/septiembre/14/ultima-ce7.html

Anexo 2

COMUNICADO DE PRENSA - CP-089

XXI REUNION MINISTERIAL DEL GRUPO CAIRNS

10 al 12 de octubre del 2000

El Ministro Tomás Dueñas participó en la XXI Reunión Ministerial de Grupo Cairns, que reúne a los 18 países exportadores de bienes agrícolas más activos en las negociaciones internacionales, la cual se llevó a cabo del 10 al 12 de octubre en Banff, Canadá. El objetivo de dicha Reunión fue examinar las perspectivas de los Miembros del Grupo Cairns sobre el avance de las negociaciones agrícolas en la OMC. A dicha reunión asistieron como invitados especiales el Comisario para Agricultura de la Unión Europea, señor Franz Fischler, el Ministro de Economía y Comercio de Egipto, Youssef Boutros-Ghali, así como el Presidente del Comité de Agricultura ante la OMC, señor Jorge Voto-Bernales.

En sus intervenciones, el Ministro Dueñas reafirmó la necesidad de continuar el proceso de reforma agrícola mundial a través de las negociaciones de la OMC, mediante la eliminación de los subsidios a la exportación y de todas las prácticas con efecto equivalente a los mismos que otorgan los países desarrollados.

Señaló la necesidad de establecer normas más estrictas para regular otros tipos de subsidios que distorsionan el comercio de productos agrícolas y abogó por condiciones de acceso a los mercados más equitativas para los productos agrícolas. En particular, el Ministro Dueñas indicó que aún cuando los subsidios a la exportación son las medidas de política agrícola más distorsionantes y son solamente 25 Miembros de la OMC - en su mayor parte países desarrollados- quienes todavía los aplican, no se ha podido acordar su eliminación total.

El Ministro expresó vehementemente la necesidad que los países desarrollados asuman compromisos para la eliminación total de los subsidios a la exportación en el más corto plazo.

Los Miembros del Grupo Cairns manifestaron su satisfacción por los avances alcanzados hasta ahora en el proceso de las negociaciones agrícolas; sin embargo hicieron un llamado para que se inicien cuanto antes discusiones sobre un calendario para la segunda etapa de negociaciones en el seno de la OMC, que permita finalizarlas en el menor plazo posible, que podría ser el año 2003. A este respecto los Ministros apoyaron que "...el inicio de las negociaciones no es suficiente. La OMC necesita trabajar con celeridad hacia una conclusión y conceder la máxima prioridad a las negociaciones agrícolas."

Los Ministros indicaron que en las negociaciones agrícolas debe eliminarse la discriminación contra estos productos que sigue existiendo en las reglas internacionales del comercio y agregaron que "ha llegado el tiempo para volver realidad el objetivo de la Ronda Uruguay de corregir e impedir restricciones y distorsiones" en el comercio agrícola.

Los Ministros del Grupo Cairns observaron con satisfacción el papel de liderazgo que ha jugado el Grupo mediante la presentación de propuestas de negociación sobre subsidios a las exportaciones y otras medidas de apoyo con efectos de distorsión del comercio en las negociaciones que se están realizando en la OMC.

Se indicó además que "la reforma fundamental de los mercados agrícolas y agroalimenticios es necesaria para asegurar el mejoramiento sostenido en el bienestar de todos los pueblos del mundo. Esto es una responsabilidad política y moral". En este sentido, se destacó el papel central que juega el Grupo Cairns en el empuje de las negociaciones en esta materia.

La participación en esta Reunión del Ministro de Economía y [Comercio de Egipto](#) fue muy importante para el Grupo Cairns, por tratarse de un importante país en desarrollo importador neto de alimentos. El Ministro de Comercio Exterior egipcio apoyó los objetivos del Grupo Cairns de eliminar las distorsiones al comercio de productos agrícolas y coincidió con la necesidad de integrar plenamente la agricultura a las reglas multilaterales de comercio para resolver muchos de los problemas que enfrentan los países en desarrollo, en particular los importadores netos de alimentos. En este sentido, apoyó la idea de eliminar los subsidios a la exportación y otras medidas que afectan la competitividad de los productos agrícolas en el mercado mundial.

Igualmente importante fue la participación del Comisario Fischler de la Unión Europea en esta Reunión por cuanto permitió intercambiar opiniones con este importante socio comercial sobre el futuro de las negociaciones agrícolas en la OMC. El Comisario Fischler debió enfrentar los argumentos de los Ministros del Grupo Cairns contra las políticas proteccionistas europeas en el sector agrícola.

En forma paralela a la reunión Ministerial, se llevó a cabo una reunión del Cairns Group Farm Leaders. Este grupo está conformado por representantes del sector privado agrícola de cada uno de los 18 países Miembros del Grupo Cairns. En la reunión del sector privado, tuvo una activa participación la Cámara Nacional de Agricultura y Agroindustria (CNAA) de Costa Rica, representada por el señor Fernando Apéstegui, Vicepresidente de la misma. Los líderes de los sectores agrícolas del Grupo Cairns confirmaron su compromiso en "lograr un sistema justo y equitativo, basado en reglas transparentes, para el comercio de productos agrícolas." Los productores destacaron que los altos niveles de subsidios en ciertos países desarrollados "crean desventajas injustas para los productores más eficientes de alimentos, sobre todo los que provienen de nuestros países miembros en vías de desarrollo" e instaron a los Ministros a demostrar el liderazgo del Grupo Cairns para "guiar al resto del mundo hacia una reforma del comercio agrícola basado en un sistema de reglas más transparentes".

El Ministro Dueñas manifestó su complacencia por los logros alcanzados en esta reunión y subrayó la importancia para Costa Rica de participar activamente en el Grupo Cairns, por cuanto le permite plantear con mejor receptividad sus posiciones en la OMC y de esta forma lograr una mejor defensa de sus intereses en materia agrícola en el plano multilateral.

<http://www.comex.go.cr/difusion/comunicados/CP-089.htm>

Anexo 2

Principales indicadores macroeconómicos reales y proyectados, 2006 – 2011

Reales y proyectados, en millones	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Crecimiento del PIB (%)	6.8	6.6	5.8	5.1	5.0	5.2
Inflación (promedio; %)	7.3	6.5	3.8	3.5	3.9	3.7
Balance sobre el presupuesto (% sobre PIB)	-8.7	-8.0	-7.6	-7.3	-6.4	-5.3
Balance de cuenta corriente (% sobre PIB)	2.8	3.2	2.9	3.2	3.3	3.2
Tasa de interés de los préstamos bancarios (promedio; %)	12.6	12.8	13.3	13.0	12.7	12.5
Tipo de cambio E£:US\$ (promedio)	5.73	5.71	5.73	5.75	5.76	5.78

Fuente: www.economist.com, 11 de febrero de 2006

Anexo 3 Estadísticas resumen de Egipto

Capital	El Cairo
• Población	15,2 millones
• Coordenadas	30°5' N 31°25' E
Mayor ciudad	El Cairo
Idiomas oficiales	Árabe
Forma de gobierno	República
Presidente	Hosni Mubarak
Primer ministro	Ahmed Nazif
Independencia parcial	Del Reino Unido
• Reconocida	28 de febrero de 1922
Superficie	Puesto 29º
• Total	1.001.450 km²
• % agua	0,6%
Fronteras	2.689 km
Costas	2.450 km
Población	Puesto 15º
• Total	77.505.756 (2004 est.)
• Densidad	75 hab./km²
PIB (PPA)	Puesto 32º
• Total (2005)	US\$ 302.803 millones
• PIB per cápita	US\$ 4.282
IDH	n/d
Moneda	Libra (LE, £E, EGP) = 100 piastras
Gentilicio	Egipcio, -a
Huso horario	EET (UTC+2)
• en verano	EEST (UTC+3)
Dominio Internet	.eg
Código telefónico	+20
Prefijo radiofónico	6AA-6BZ, SSA-SSM, SUA-SUZ
Código ISO	818 / EGY / EG
Miembro de: Liga Árabe, ONU, UA	

¹ No verificado.

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Egipto>

Anexo 5

Banco Mundial

Doing business, www.doingbusiness.com

Esta página muestra un resumen de los datos del *Doing Business 2008* para la economía seleccionada de Egipto. La primera tabla presenta la clasificación global de la “Facilidad de hacer negocios” (entre 178 economías) y la clasificación por cada tema. El resto de tablas resumen los principales indicadores por cada tema y tienen como punto de referencia a las medias regionales y a los países OCDE de altos ingresos.

Los temas	Posición Doing Business 2008	Posición Doing Business 2007	Var. Abs (cambio)
Hacer negocios	126	152	+26
Apertura de un negocio	55	126	+71
Manejo de licencias	163	165	+2
Contrato de trabajadores	108	106	-2
Registro de propiedades	101	147	+46
Obtención de crédito	115	156	+41
Protección de los inversores	83	105	+22
Pago de impuestos	150	152	+2
Comercio transfronterizo	26	86	+60
Cumplimiento de contratos	145	146	+1
Cierre de una empresa	125	124	-1

Nota: La clasificación Doing Business 2007 refleja los [cambios metodológicos](#) y la adición de tres países.

Comercio transfronterizo (2006)

Los costos y procedimientos relacionados con la importación y exportación de un embarque estándar de mercancías en República Árabe de Egipto se detallan bajo este tema. Cada procedimiento oficial se registra comenzando desde el acuerdo final entre las dos partes y terminando con la entrega de las mercancías.

Indicador	Egipto	Región	OCDE
Documentos para exportar (numero)	6	7,1	4,5
Tiempo para exportar (días)	15	24,8	9,8
Costo de exportación (US\$ por contenedor)	714	992,2	905,0
Documentos para importar (numero)	7	8,0	5,0
Tiempo para importar (días)	18	28,7	10,4
Costo de importación (US\$ por contenedor)	729	1.128,9	986,1

Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=61>, 28 de enero de 2007

Anexo 6



Exportadores hacia Egipto en el año 2006 Elaborado el 26 de Enero, 2007

Exportador	Teléfono	Dirección Electrónica	Dirección	Representante	Partida	Producto
AGRIBIOTECNOLOGIA DE COSTA RICA, S.A	4423100	AGRIBIO@ICE.CO.CR	3.5K OESTE DEL AEROP.INT.J.STA MARIA, F.ZARAGOZA	OSCAR ARIAS MOREIRA	p0602909090	Los demás
AGRITA AGRICOLA TIERRA ADENTRO, S.A.	4458498	agritacr@racsa.co.cr	URBANIZACION EL SESTEO , SEGUNDA ENTRADA, PRIMERA CASA SAN RAMON ALAJUELA	PATRICIA NARANJO VARGAS	p0602909090	Los demás
COOPERATIVA AGRICOLA REGIONAL DE PRODUCTORES DE CAÑA INDIA R.L.	4520811	copindia@racsa.co.cr	75 MTS OESTE, ESCUELA DR RICARDO MORENO CAÑAS	MARIO ALBERTO VARGAS ROJAS	p0602909090	Los demás
D.K. PRODUCTOS TROPICALES, S.A.	2960349	dkproductos@amnet.co.cr	URBANIZACION LOS JARDINES, 125 MTS SUR	ERIC PAUL KUIJPERS	p0602909090	Los demás
FLORES Y FOLLAJES DEL CARIBE S.A.	7166036	agrobiot@racsa.co.cr	HOLA RENT A CAR	-	p0602909090	Los demás
FLORES Y FOLLAJES DEL CARIBE S.A.	7166036	agrobiot@racsa.co.cr	100 metros oeste y 100 metros sur del AYA Guácimo Centro	-	p0603109500	Orquídeas
FOLLAJE ORNAMENTAL DE COSTA RICA, S.A.	4380523	follaje@racsa.co.cr	100 metros oeste y 100 metros sur del AYA Guácimo Centro DE LA ENTRADA AL CAMPAMENTO BAUTISTA 1.5 KMS.OESTE	HORACIO HERRERA MURILLO	p0602909090	Los demás
LUCHA ORNAMENTAL, S.A.	4742464	lornamental@latinmail.com	125 NORTE DEL BANCO NAL. DE COSTA RICA AGUA ZARCAS	FERNANDO CHAVES JIMENEZ	p0602909090	Los demás
PLANT EXPORTATION CR S.A.	4453101	info@plantexpocr.com	200 MTS SUR DE LA PLAZA DE DEPORTES DE CALLE ZAMORA SAN RAFAEL DE SAN RAMON DE A	-	p0602909090	Los demás
SAWTEK, S.R.L	2932374	-	P.I.Z.F.METROPOLITANA	WALTER ALPIZAR ZUÑIGA	p8529909010	Circuitos modulares

Fuente: Procomer

Anexo 7

Registro de direcciones de entidades de interés en Egipto

En el registro de direcciones que a continuación se presenta; además de algunas de las direcciones enunciadas en secciones anteriores, se adiciona muchas más, con el objetivo de realizar un recuento general y pormenorizado.

[Aduanas Egipcias](#): página en árabe principalmente, con información en inglés sobre los aranceles aplicables a cada partida arancelaria, www.customs.gov.eg/index.html

[CAPMAS](#): Central Agency for Public Mobilization and Statistics, equivalente al Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica, www.capmas.gov.eg

Ministerio de Asuntos Exteriores: información sobre el propio ministerio, su política, acuerdos, prensa e información económica. www.mfa.gov.eg

Ministerio de Comercio e Industria: ofrece boletines estadísticos mensuales, información sobre los acuerdos comerciales bilaterales de Egipto, novedades en materia de legislación comercial, etc.

www.mfti.gov.eg

[Ministerio de Finanzas \(Dpto. Impuesto sobre Ventas\)](#): información sobre la estructura del impuesto, legislación, etc. www.salestax.gov.eg/eindex.htm

[Ministerio de Inversión](#): portal del Ministerio de Inversión con información sobre oportunidades de negocio, anexos estadísticos, legislación relacionada con la inversión en Egipto, entre otras.

www.investment.gov.eg/MOI_Portal

[Servicio de Información Estatal de Egipto \(SIS\)](#): ofrece información de actualidad y facilita resúmenes de prensa, así como una amplia variedad de aspectos y

características del país, presta especial énfasis a las políticas económicas de cara al exterior. www.sis.gov.eg

Ministerio de Turismo: [HTTP://www.egyptbot.com](http://www.egyptbot.com)

Centro de Investigación Estadística, Económica y Social de los Países Islámicos (SESRTCIC), www.sesrtcic.org/

Ofrece información de carácter económico y social sobre los países de la Organización de la Conferencia Islámica (OIC). Incluye: informes, estadísticas, artículos, publicaciones, conferencias, etc.

EGYPTIAN CHAMBER OF FOOD INDUSTRY

1195 Cornishe El-Nil St. – Cairo

Tel.: +202 579 73 31

Fax: +202 574 8312

Web: www.egyctfi.org.eg

MINISTRY OF AGRICULTURA, LIVESTOCK, FISHERY, ANIMAL WEALTH AND LAND RECLAMATION

71 Wezaret El Zeraa St. – Dokki – Cairo

Tel.: +202 337 33 88

Fax: +202 749 81 28

CENTRAL LAB FOR PESTICIDES

7 Nadi El Seid St. – Dokki – Cairo

Tel.: +202 748 61 63

Fax: +202 761 12 16

CENTRAL LAB FOR FOOD AND FEED

9 El Gamaa St. – Giza

Tel: +202 573 19 89

Fax: +202 573 22 80

AGRICULTURAL RESEARCH CENTER

9 El Gamaa St – Orman – Giza

Tel.: +202 572 20 69

Fax: +202 572 39 06

MINISTRY OF HEALTH (MOH)

3 Maglis El Shaab St. – Cairo

Tel.: +202 795 76 89

Fax: +202 795 39 66

CENTRAL LABORATORY (MOH)

3 Maglis El Shaab St. – Cairo

Tel.: +202 794 72 71

Fax: +202 796 22 48

GENERAL ORGANIZATION FOR EXPORT AND IMPORT CONTROL (GOIEC)
1 Ramsis St. – Cairo
Tel.: +202 575 61 30
Fax: +202 795 68 35

Mundo Árabe On-line. Exportaciones y oportunidades de inversión referidos a
Egipto

www.arabdatanet.com/country/profiles/profile.asp?CtryName=Egypt&CtryAbrv=eg

Incluye información de interés sobre Egipto, con noticias económicas, informes del país y productos, oportunidades comerciales, promoción comercial e información comercial que contiene un registro de empresas y eventos.

Asociación Empresarios Egipcios, www.eba.org.eg

Página de la Asociación de Empresarios Egipcios, en la que se puede encontrar una base de datos de sus miembros (ordenada por sectores de actividad económica), oportunidades de negocio, anuncios de licitaciones.

Cairo Fairs Ground, www.cairofair.com

Cairo Fairs Ground es una de los dos organizadores de ferias en Egipto. En su página Web se puede hallar información sobre los eventos organizados y calendario de ferias.

Ferias

Nombre	Lugar	Fecha inicio	Fecha fin
<u>The 3rd Cairo Int'l Exhibition & Conference for Gas Technology, oil & Petrochemicals</u>	Cairo	11/12/06	13/12/06
<u>SMETECH</u>	EGIPTO	14/06/06	16/06/06

[Cairo International Convention Center www.cicc.egnet.net](http://www.cicc.egnet.net)

Detalles sobre las ferias organizadas por Cairo International Convention Center.

[Programa de Financiación del Comercio Árabe, www.atfp.org.ae](http://www.atfp.org.ae)

Contiene un potente directorio de importadores y exportadores de los países incluidos, además de información de interés sobre estos países, información de mercado, estadísticas, oportunidades comerciales, estudios e investigaciones y eventos.

[Proyecto Emed, www.emed-tds.com/](http://www.emed-tds.com/)

Proyecto piloto de desarrollo de una plataforma B2B para crear un market place de productos agroalimentarios en la región euro-mediterránea. Participan 15 países, como socios.

PRESTIGE EVENT MANAGEMENT: empresa organizadora de eventos en la rama de la industria de alimentos.

Dirección: 16, Mesaha Square, Dokki, Giza, Tel.: +202 336 33 17 - +202 336 33 18,
Fax: +202 336 33 16. E-mail: prestige@link.net, Web: www.prestige.egypt.com,
Página Web de la feria: www.supermarketexpo.com

AL MANSOUR CO. FOR TRADE & DISTRIBUTION
Producto: lácteos (leche, yogur y quesos principalmente).
El Ras El Soda, Moustafa Kamel St. – Alejandría
Tel.: +203 535 89 94 / +203 535 90 99
Fax: +203 534 98 70
Web: www.mansourgroup.com

ARMA FOOD INDUSTRIES
Producto: aceites vegetales.
52 Thawra St. – Heliopolis – Cairo
Tel.: +202 418 40 40
Fax: +202 415 59 72
Web: www.arma.com.eg

BASMA (ORUBA AGRI FOODS COMPANY)

Producto: verduras congeladas.

55 El Montaza St. – Heliopolis – Cairo

Tel.: +202 642 11 18

Fax: +202 642 11 16

Web: www.mbiinternational.com

BELCO

Producto: verduras frescas.

19 Aboul Feda St. – Zamalek – Cairo

Tel.: +202 735 72 13

Fax: +202 737 00 37

Web: www.belco.com.eg

THE EGYPTIAN CANNING COMPANY

Producto: zumos de frutas.

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

Tel: +202 735 82 76

Fax: +202 735 44 08

Web: www.best4juice.com

THE ALEXANDRIA CONFECTIONERY & CHOCOLATE COMPANY “CORONA”

Producto: chocolate, galletas y productos de cacao.

8 Mansoureya Road – Cairo

Tel.: +202 389 12 80

Fax: +202 389 12 82

Web: www.corona1919.com

EDITA FOOD INDUSTRIES

Productos: pastelería industrial.

6 Mohamed Salem St. – Warak El Hadar – Imbaba – Cairo

Tel.: +202 540 08 88

Fax: +202 540 50 92

Web: www.berzigroup.com

EGYSWISS FOOD CO.

Producto: embutidos, carne de ave.

Plot 167 Industrial Zone – Belbes El Asher Road – Sharkeya

Tel.: +2055 288 04 15

Fax: +2055 288 12 04

Web: www.egyswiss.com

INTEGRATED OIL INDUSTRIES

Producto: grasas y aceites vegetales.

Tel.: +202 402 04 50

Fax: +202 260 34 90

Web: www.ioi-edible-oil.com

CAIRO POULTRY PROCESSING CO., KOKI

Producto: carne congelada de pollo.

10th of Ramadan – El Robeky Road Km. 2 – Sharkeya

Tel.: +2015 410 721

Fax: +2015 410 720

MOM'S FOOD, UPDATE FOR FOOD PROCESSING

Producto: mermeladas, confituras y conservas de frutas.

30 Melsa Towers – Ard El Golf – Heliopolis – Cairo

Tel.: +202 415 05 14

Fax: +202 418 51 40

Web: www.momfood.com

NAHDET MISR

Producto: frutas y verduras frescas.

70 Gameat El Dowal Al Arabia St. – Mohandessen – Cairo

Tel.: +202 760 83 85

Fax: +202 748 20 66

Web: www.nahdet-misr.com

RICH BAKE, MODERN BAKERIES CO.

Producto: pan y productos derivados

Plot A – 1st & 2nd Service Center – 6th of October – Giza

Tel.: +202 836 05 10

Fax: +202 836 05 17

Web: www.richbake.com

Lista de empresas importadoras en Egipto

ALAMIA IMPORT & EXPORT

Actividad: importación, exportación y agentes de productos alimenticios.

22 Ahmed Sannan St. – Heliopolis – Cairo

Tel.: +202 637 98 38 / +202 635 57 42

Fax: +202 637 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.: +202 588 71 00 / +202 588 16 55

Fax: +202 588 16 55

EGYPTIAN UNITED INDUSTRIES- AZIZ & CO.

Actividad: importador, distribuidor y catering para hoteles.

26 Sherif St. – 115 Inmobilia Bldg. – Cairo

Tel.: +202 392 55 02 / +202 393 81 08

Fax: +202 393 25 51

INTEGRAL GROUP

Actividad: importador y distribuidor.

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

Tel.: +202 423 02 37

Fax: +202 425 22 80

ISLAMIC FOREIGN TRADE

Actividad: importador, exportador de alimentos.

162 Pyramids St. – Giza – Cairo

Tel.: +202 740 49 27 / +202 740 49 29

Fax: +202 740 49 41

MIDO INT'L TRADING

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

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

Tel.: +202 258 04 69 / +202 451 32 08

Fax: +202 258 04 69

NICE TRADING

Actividad: importación de alimentos.

511 Port Said – Bab El Sharia Square – Cairo

Tel.: +202 588 16 55

Fax: +202 588 71 00

NOURAN MULTITRADING CORPORATION

Actividad: importador y distribuidor de alimentos.

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

Tel.: +202 637 41 66 / +202 240 48 00

Fax: +202 635 18 66 / +202 487 31 31

SAMAHA MISR TRADING

Actividad: importador de alimentos.

22 El Thawra St. – Dokki – Giza

Tel.: +202 760 63 72 / +202 760 96 82

Fax: +202 760 55 39

SAMU TRADING CO.

Actividad: importadores de frutos secos y productos enlatados.

9 Abas il Alabad St.- Masr Gidida- Cairo

Tel.: +202 275 09 45 / +202 275 20 45

Fax: +202 275 09 46

SANABEL IMPORT & EXPORT AND COMERCIAL AGENCIES

Actividad: importador y distribuidor de alimentos.

59 Khalifa Maamoun St. – Roxy – Heliopolis – Cairo

Tel.: +202 258 45 77

Fax: +202 258 45 77

SUPERMARKET SEOUDI

Actividad: agentes comerciales, distribuidores.

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

Tel.: +202 748 84 40 / +202 748 84 41 / +202 748 84 42

Fax: +202 749 24 77

TRADEX INT'L TRADE

Actividad: agente comercial, importador y distribuidor.

7 Ahmed Orabi St. – 5th floor – Mohandessin – Cairo
Tel.: +202 304 05 02 /+202 302 11 21
Fax: +202 306 33 44

Listado de cadenas de supermercados e hipermercados

ALFA MARKET

157, El-Madares St. - Zahraa El-Maadi behind USAID - Maadi – Cairo
Tel.: +202 521 88 44
Fax: +202 521 88 55

HYPER ONE

Entrance of El-Sheikh Zayed City - Ent. No. 1 - 6th of October – Giza
Tel.: +202 850 47 78
Fax: +202 850 85 20

METRO SUPERMARKETS

Industrial Zone Zahraa El Maadi – New Maadi – Cairo
Tel.: +202 754 83 75
Fax: +202 519 33 51

SEOUDI SUPERMARKETS

195, 26th of July St. – Zamalek – Cairo
Tel.: +202 748 84 40
Fax: +202 748 84 42

Para finalizar la lista de contactos propuesta, se propone visitar Egyptian Trading Directory (www.egtrade.com), pues resume en su contenido: compañías, importadores y exportadores, bancos, aseguradoras, hoteles, agentes y empresas marítimas, entre mucha otra información de interés para quien piense en el mercado egipcio como un destino para sus bienes y servicios.

Anexo 10 Registro de direcciones de entidades de interés en Egipto

En el registro de direcciones que a continuación se presenta; además de algunas de las direcciones enunciadas en secciones anteriores, se adiciona muchas más, con el objetivo de realizar un recuento general y pormenorizado.

Aduanas Egipcias: página en árabe principalmente, con información en inglés sobre los aranceles aplicables a cada partida arancelaria

www.customs.gov.eg/index.html

CAPMAS: Central Agency for Public Mobilization and Statistics, equivalente al Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica

www.capmas.gov.eg

Ministerio de Asuntos Exteriores: información sobre el propio ministerio, su política, acuerdos, prensa e información económica.

www.mfa.gov.eg

Ministerio de Comercio e Industria: ofrece boletines estadísticos mensuales, información sobre los acuerdos comerciales bilaterales de Egipto, novedades en materia de legislación comercial, etc.

www.mfti.gov.eg

Ministerio de Finanzas (Dpto. Impuesto sobre Ventas): información sobre la estructura del impuesto, legislación, etc.

www.salestax.gov.eg/eindex.htm

Ministerio de Inversión: portal del Ministerio de Inversión con información sobre oportunidades de negocio, anexos estadísticos, legislación relacionada con la inversión en Egipto, entre otras.

www.investment.gov.eg/MOI_Portal

Servicio de Información Estatal de Egipto (SIS): ofrece información de actualidad y facilita resúmenes de prensa, así como una amplia variedad de aspectos y características del país, presta especial énfasis a las políticas económicas de cara al exterior.

www.sis.gov.eg

Ministerio de Turismo: [HTTP://www.egyptbot.com](http://www.egyptbot.com)

Centro de Investigación Estadística, Económica y Social de los Países Islámicos (SESRTCIC)

www.sesrtcic.org/

Ofrece información de carácter económico y social sobre los países de la Organización de la Conferencia Islámica (OIC). Incluye: informes, estadísticas, artículos, publicaciones, conferencias, etc.

EGYPTIAN CHAMBER OF FOOD INDUSTRY

1195 Cornishe El-Nil St. – Cairo

Tel.: +202 579 73 31

Fax: +202 574 8312

Web: www.egyctfi.org.eg

MINISTRY OF AGRICULTURA, LIVESTOCK, FISHERY, ANIMAL WEALTH AND LAND RECLAMATION

71 Wezaret El Zeraa St. – Dokki – Cairo

Tel.: +202 337 33 88

Fax: +202 749 81 28

CENTRAL LAB FOR PESTICIDES

7 Nadi El Seid St. – Dokki – Cairo

Tel.: +202 748 61 63

Fax: +202 761 12 16

CENTRAL LAB FOR FOOD AND FEED

9 El Gamaa St. – Giza

Tel: +202 573 19 89

Fax: +202 573 22 80

AGRICULTURAL RESEARCH CENTER

9 El Gamaa St – Orman – Giza

Tel.: +202 572 20 69

Fax: +202 572 39 06

MINISTRY OF HEALTH (MOH)

3 Maglis El Shaab St. – Cairo

Tel.: +202 795 76 89

Fax: +202 795 39 66

CENTRAL LABORATORY (MOH)

3 Maglis El Shaab St. – Cairo

Tel.: +202 794 72 71

Fax: +202 796 22 48

GENERAL ORGANIZATION FOR EXPORT AND IMPORT CONTROL (GOIEC)

1 Ramsis St. – Cairo

Tel.: +202 575 61 30

Fax: +202 795 68 35

Mundo Árabe On-line. Exportaciones y oportunidades de inversión referidos a
Egipto

www.arabdatanet.com/country/profiles/profile.asp?CtryName=Egypt&CtryAbv=eg

Incluye información de interés sobre Egipto, con noticias económicas, informes del país y productos, oportunidades comerciales, promoción comercial e información comercial que contiene un registro de empresas y eventos.

Asociación Empresarios Egipcios

www.eba.org.eg

Página de la Asociación de Empresarios Egipcios, en la que se puede encontrar una base de datos de sus miembros (ordenada por sectores de actividad económica), oportunidades de negocio, anuncios de licitaciones.

Cairo Fairs Ground

www.cairofair.com

Cairo Fairs Ground es una de los dos organizadores de ferias en Egipto. En su página Web se puede hallar información sobre los eventos organizados y calendario de ferias.

Ferias

Nombre	Lugar	Fecha inicio	Fecha fin
The 3rd Cairo Int'l Exhibition & Conference for Gas Technology, oil & Petrochemicals	Cairo	11/12/06	13/12/06
SMETECH	EGIPTO	14/06/06	16/06/06

Cairo International Convention Center

www.cicc.egnet.net

Detalles sobre las ferias organizadas por Cairo International Convention Center.

Programa de Financiación del Comercio Árabe

www.atfp.org.ae

Contiene un potente directorio de importadores y exportadores de los países incluidos, además de información de interés sobre estos países, información de mercado, estadísticas, oportunidades comerciales, estudios e investigaciones y eventos.

Proyecto Emed

www.emed-tds.com/

Proyecto piloto de desarrollo de una plataforma B2B para crear un market place de productos agroalimentarios en la región euro-mediterránea. Participan 15 países, como socios.

PRESTIGE EVENT MANAGEMENT: empresa organizadora de eventos en la rama de la industria de alimentos.

Dirección: 16, Mesaha Square, Dokki, Giza, Tel.: +202 336 33 17 - +202 336 33 18,
Fax: +202 336 33 16. E-mail: prestige@link.net, Web: www.prestige.egypt.com,
Página Web de la feria: www.supermarketexpo.com

AL MANSOUR CO. FOR TRADE & DISTRIBUTION
Producto: lácteos (leche, yogur y quesos principalmente).
El Ras El Soda, Moustafa Kamel St. – Alejandría
Tel.: +203 535 89 94 / +203 535 90 99
Fax: +203 534 98 70
Web: www.mansourgroup.com

ARMA FOOD INDUSTRIES
Producto: aceites vegetales.
52 Thawra St. – Heliopolis – Cairo
Tel.: +202 418 40 40
Fax: +202 415 59 72
Web: www.arma.com.eg

BASMA (ORUBA AGRI FOODS COMPANY)
Producto: verduras congeladas.
55 El Montaza St. – Heliopolis – Cairo
Tel.: +202 642 11 18
Fax: +202 642 11 16
Web: www.mbiinternational.com

BELCO
Producto: verduras frescas.
19 Aboul Feda St. – Zamalek – Cairo
Tel.: +202 735 72 13
Fax: +202 737 00 37
Web: www.belco.com.eg

THE EGYPTIAN CANNING COMPANY
Producto: zumos de frutas.
157, 26th of July St. – Zamalek – Cairo
Tel.: +202 735 82 76
Fax: +202 735 44 08
Web: www.best4juice.com

THE ALEXANDRIA CONFECTIONERY & CHOCOLATE COMPANY "CORONA"

Producto: chocolate, galletas y productos de cacao.

8 Mansoureya Road – Cairo

Tel.: +202 389 12 80

Fax: +202 389 12 82

Web: www.corona1919.com

EDITA FOOD INDUSTRIES

Productos: pastelería industrial.

6 Mohamed Salem St. – Warak El Hadar – Imbaba – Cairo

Tel.: +202 540 08 88

Fax: +202 540 50 92

Web: www.berzigroup.com

EGYSWISS FOOD CO.

Producto: embutidos, carne de ave.

Plot 167 Industrial Zone – Belbes El Asher Road – Sharkeya

Tel.: +2055 288 04 15

Fax: +2055 288 12 04

Web: www.egyswiss.com

INTEGRATED OIL INDUSTRIES

Producto: grasas y aceites vegetales.

Tel.: +202 402 04 50

Fax: +202 260 34 90

Web: www.ioi-edible-oil.com

CAIRO POULTRY PROCESSING CO., KOKI

Producto: carne congelada de pollo.

10th of Ramadan – El Robeky Road Km. 2 – Sharkeya

Tel.: +2015 410 721

Fax: +2015 410 720

MOM'S FOOD, UPDATE FOR FOOD PROCESSING

Producto: mermeladas, confituras y conservas de frutas.

30 Melsa Towers – Ard El Golf – Heliopolis – Cairo

Tel.: +202 415 05 14

Fax: +202 418 51 40

Web: www.momfood.com

NAHDET MISR

Producto: frutas y verduras frescas.

70 Gameat El Dowal Al Arabia St. – Mohandessen – Cairo

Tel.: +202 760 83 85

Fax: +202 748 20 66

Web: www.nahdet-misr.com

RICH BAKE, MODERN BAKERIES CO.

Producto: pan y productos derivados
Plot A – 1st & 2nd Service Center – 6th of October – Giza
Tel.: +202 836 05 10
Fax: +202 836 05 17
Web: www.richbake.com

Lista de empresas importadoras en Egipto

ALAMIA IMPORT & EXPORT

Actividad: importación, exportación y agentes de productos alimenticios.
22 Ahmed Sannan St. – Heliopolis – Cairo
Tel.: +202 637 98 38 / +202 635 57 42
Fax: +202 637 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.: +202 588 71 00 /+202 588 16 55
Fax: +202 588 16 55

EGYPTIAN UNITED INDUSTRIES- AZIZ & CO.

Actividad: importador, distribuidor y catering para hoteles.
26 Sherif St. – 115 Inmobilia Bldg. – Cairo
Tel.: +202 392 55 02 / +202 393 81 08
Fax: +202 393 25 51

INTEGRAL GROUP

Actividad: importador y distribuidor.
4 Fathala Rafaat St. – 3rd floor – Nasr City – Cairo
Tel.: +202 423 02 37
Fax: +202 425 22 80

ISLAMIC FOREIGN TRADE

Actividad: importador, exportador de alimentos.
162 Pyramids St. – Giza – Cairo
Tel.: +202 740 49 27 / +202 740 49 29
Fax: +202 740 49 41

MIDO INT'L TRADING

Actividad: agente e importador de alimentos, suministros para hoteles y representante autorizado para marcas como Farm Frites, Montana, Halwani y Juhayna.
Km 40 Cairo- Ismaleya Road – 10th of Ramadan – Sharkeya
Tel.: +202 258 04 69 / +202 451 32 08
Fax: +202 258 04 69

NICE TRADING

Actividad: importación de alimentos.
511 Port Said – Bab El Sharia Square – Cairo
Tel.: +202 588 16 55
Fax: +202 588 71 00

NOURAN MULTITRADING CORPORATION

Actividad: importador y distribuidor de alimentos.
237 El Hegaz St. – 6th floor – Heliopolis - Cairo
Tel.: +202 637 41 66 / +202 240 48 00
Fax: +202 635 18 66 / +202 487 31 31

SAMAHA MISR TRADING

Actividad: importador de alimentos.
22 El Thawra St. – Dokki – Giza
Tel.: +202 760 63 72 / +202 760 96 82
Fax: +202 760 55 39

SAMU TRADING CO.

Actividad: importadores de frutos secos y productos enlatados.
9 Abas il Alabad St.- Masr Gidida- Cairo
Tel.: +202 275 09 45 / +202 275 20 45
Fax: +202 275 09 46

SANABEL IMPORT & EXPORT AND COMERCIAL AGENCIES

Actividad: importador y distribuidor de alimentos.
59 Khalifa Maamoun St. – Roxy – Heliopolis – Cairo
Tel.: +202 258 45 77
Fax: +202 258 45 77

SUPERMARKET SEOUDI

Actividad: agentes comerciales, distribuidores.
195, 26th of July St. – Zamalek – Cairo
Tel.: +202 748 84 40 / +202 748 84 41 / +202 748 84 42
Fax: +202 749 24 77

TRADEX INT'L TRADE

Actividad: agente comercial, importador y distribuidor.
7 Ahmed Orabi St. – 5th floor – Mohandessin – Cairo
Tel.: +202 304 05 02 / +202 302 11 21
Fax: +202 306 33 44

Listado de cadenas de supermercados e hipermercados**ALFA MARKET**

157, El-Madares St. - Zahraa El-Maadi behind USAID - Maadi – Cairo
Tel.: +202 521 88 44
Fax: +202 521 88 55

HYPER ONE

Entrance of El-Sheikh Zayed City - Ent. No. 1 - 6th of October – Giza
Tel.: +202 850 47 78
Fax: +202 850 85 20

METRO SUPERMARKETS

Industrial Zone Zahraa El Maadi – New Maadi – Cairo
Tel.: +202 754 83 75

Fax: +202 519 33 51

SEOUDI SUPERMARKETS

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

Tel.: +202 748 84 40

Fax: +202 748 84 42

Para finalizar la lista de contactos propuesta, se propone visitar Egyptian Trading Directory (www.egtrade.com), pues resume en su contenido: compañías, importadores y exportadores, bancos, aseguradoras, hoteles, agentes y empresas marítimas, entre mucha otra información de interés para quien piense en el mercado egipcio como un destino para sus bienes y servicios.