



Estudios de Mercado

El mercado de la maquinaria agrícola en Angola Mayo 2015

Este estudio ha sido realizado por
Jaime Bernal Alcalá-Galiano, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Luanda.

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	7
4. DEMANDA	13
5. PRECIOS	15
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	16
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	17
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	19
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	21
10. OPORTUNIDADES	23
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	25

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene por objeto **analizar y describir el mercado de maquinaria agrícola en Angola**, así como ofrecer a los profesionales del sector la información necesaria para valorar las oportunidades existentes en el mercado angoleño para su venta.

Angola es un país política, social y económicamente estable, que ha experimentado un fuerte crecimiento desde el fin de la guerra en 2002.

Su principal **fuerza de riqueza es el petróleo**; es el 8º exportador mundial.

Es un **país abierto**, que **importa la mayor parte de lo que consume**, y que mantiene una excelente relación con España.

El sector primario representa casi un 8% del PIB y supone un 42% del empleo total. Además, las mujeres aportan el 70% de la mano de obra.

Se estima que la **superficie potencialmente cultivable** del país son 350.000 km² pero sólo un 10% está siendo cultivada.

Se está produciendo una **transición** desde la **agricultura de subsistencia** a la agricultura de **mercado**. Los datos muestran que los recursos agrícolas no están plenamente explotados y por lo tanto existe una **necesidad** real de implementar técnicas más modernas de cultivo y de utilización de **maquinaria agrícola**.

En la actualidad y a pesar de la inmensa riqueza natural del país, Angola todavía no produce alimentos suficientes para satisfacer las necesidades de la población. El país depende de importaciones alimentarias. La mayoría procedentes de Sudáfrica y de Portugal.

Por ello, para reducir la dependencia alimentaria del exterior, frenar la inseguridad alimentaria y promover el empleo el Gobierno angoleño ha puesto en marcha el **Plan Nacional de Desarrollo**, que tiene por objetivo **aumentar la producción agrícola**, promover los productos locales y desarrollar el sector del pequeño productor.

El mercado exterior de la maquinaria agrícola en Angola es exclusivamente de importación. En estos momentos **no existe producción nacional**.

Las máquinas de **mayor importación** en 2014 fueron, con diferencia, los **tractores** de la partida 8701 con 249.412 miles de dólares.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Durante los últimos 5 años, **China** ha sido el **principal socio comercial** de Angola en este sector, acaparando un 22% de cuota de mercado. Le siguen Bélgica, Brasil y Portugal (19%, 11% y 10% respectivamente), España ocupa una discreta 8ª posición.

El **principal cliente** de maquinaria agrícola es el propio **Estado**, que compra a través de su empresa pública, *Mecanagro*. El resto de **importadores** que intervienen en la comercialización son distribuidores exclusivos.

Respecto a la organización del **mercado**, en líneas generales, existen dos perfiles de consumidores finales de maquinaria agrícola:

Exploraciones Agrícolas Familiares (EAF): pequeños-medianos productores que acaparan la mayoría de la producción nacional (80%) y producen en régimen subsistencia con técnicas de secano.

Exploraciones Agrícolas Empresariales (EAE): empresas o particulares que demandan maquinaria que después emplean en la producción de distintos terrenos. Representan el 20%, predomina el uso del regadío y el cultivo de rendimiento.

El **producto español** es apreciado y considerado como un producto de calidad. Desafortunadamente no hay mucha presencia de empresas españolas que exporten maquinaria agrícola de manera habitual.

El **arancel** que aplica Angola a la maquinaria agrícola es considerablemente bajo, del 2%. Sin embargo, se requiere pagar una serie de impuestos a la hora de exportar como el despacho de aduanas, el de timbre o el impuesto al consumo entre otros.

Las necesidades de maquinaria agrícola, derivada del desarrollo del sector agrícola, se traducen en **oportunidades** para el empresario extranjero que quiera **exportar** debido a la falta de fabricantes locales, la dificultad de obtener piezas de repuesto y la escasez de técnicos cualificados en Angola.

Para **implantarse**, además de **Luanda**, se recomienda **Huambo o Benguela**, regiones agrícolas bien comunicadas y con menos competencia.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

La finalidad de este Estudio es la de dar a conocer todos los aspectos concernientes al mercado de la maquinaria agrícola en Angola. Para ello, se han tenido en cuenta las partidas arancelarias que se han considerado de mayor relevancia en el sector, teniendo en cuenta los intereses y posibilidades de los productores españoles.

2.1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El sector de la maquinaria agrícola está estrechamente relacionado con el de la agricultura. Comprende la fabricación y comercialización de los equipamientos, vehículos y aperos empleados en la producción agrícola.

Hay varios tipos de máquinas y aperos agropecuarios:

- Máquinas para la preparación del suelo y cuidado agrícola.
- Máquinas sembradoras.
- Máquinas especiales para el tratamiento de las semillas y de cereales.
- Tractores agrícolas.
- Otra maquinaria.

Este sector comprende dos tipos de productos:

- Aperos agropecuarios, instrumentos utilizados en la agricultura y en la ganadería con una o ambas manos, estos equipos se acoplan a las máquinas agrícolas, especialmente a los tractores.

Cada máquina, equipo o apero, tiene características particulares de acuerdo al cultivo y la tarea a la que se aplique.

Son necesarios para llevar a cabo tareas como desbrozar, labrar, cavar, preparar y acondicionar la tierra; mover, cargar y transportar materiales; sembrar y plantar, regar, abonar, limpiar y mantener; podar, segar, cosechar y recolectar; trillar, cribar, seleccionar, desecar y moler, entre otras.

No deben confundirse con la maquinaria agrícola, normalmente de gran complejidad técnica.

- La maquinaria agrícola, aquella que tiene autonomía de funcionamiento y, por tanto, está dotada de un motor de combustión y unos mecanismos de transmisión que la permiten desplazarse por el campo cuando desarrolla el trabajo.

El sector también incluye una gran variedad de accesorios o partes de maquinaria, como los arados o las gradas así como otros equipamientos diversos como los invernaderos o los aparatos de riego.

2.2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En cuanto a la clasificación seleccionada para la siguiente nota se estudiarán las principales partidas arancelarias, entre los capítulos 84 y 87.

84.32. Máquinas, aparatos y artefactos agrícolas, hortícolas o silvícolas, para la preparación o el trabajo del suelo o para el cultivo, rodillos para césped o terrenos de deporte.

- 84.32.10. Arados.
- 84.32.21. Gradas, cultivadores, extirpadores, azadas, rotativas, escardadoras.
- 84.32.30. Sembradoras, plantadoras, y trasplantadoras.
- 84.32.40. Esparcidores de estiércol y distribuidores de abonos.
- 84.32.80. Las demás máquinas, aparatos y artefactos.
- 84.32.90. Partes de máquinas.

84.33. Máquinas, aparatos y artefactos para cosechar o trillar, incluidas las prensas para paja o forraje; cortadoras de césped y guadañadoras; máquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas, excepto las de las partidas 84.37.

- 84.33.20. Guadañadoras, incluidas las barras de corte para montar sobre un tractor.
- 84.33.40. Prensas para paja o forraje, incluidas las prensas recogedoras.
- 84.33.51. Cosechadoras-trilladoras.
- 84.33.52. Las demás máquinas y aparatos de trillar.
- 84.33.53. Máquinas de cosechar raíces o tubérculos.
- 84.33.60. Máquinas para limpieza o clasificación de frutos y otros productos agrícolas.
- 84.33.90. Partes.

84.37. Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina seca; máquinas y aparatos para la molienda o tratamiento de cereales u hortalizas de vaina seca.

- 84.37.10. Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina seca.
- 84.37.80. Las demás máquinas y aparatos.
- 84.37.90. Partes.

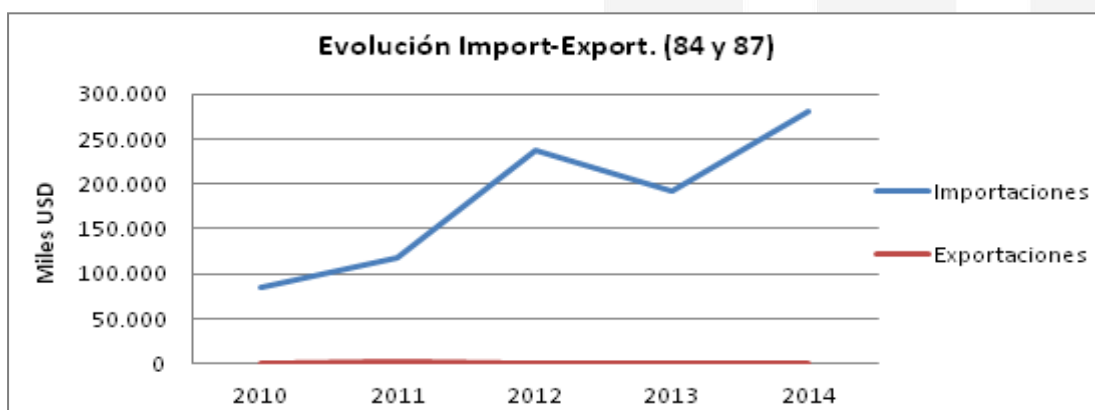
87.01. Tractores y motocultores.

- 87.01.10. Motocultores.
- 87.01.20. Tractores de carretera para semirremolques.
- 87.01.30. Tractores de orugas.
- 87.01.90. Los demás tractores agrícolas y forestales.

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

3.1. TAMAÑO DEL MERCADO

La siguiente tabla refleja las estadísticas de **importación y exportación** de las partidas 84 y 87 (maquinaria y aperos agropecuarios) en miles de USD, en los últimos cinco años.



Total (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Valor importaciones	85.091	117.525	238.682	191.961	280.304
Valor exportaciones	41	1.885	974	104	1

Fuente: Elaboración propia. Datos de UN Comtrade, 2015.

DESGLOSE DE LOS CAPÍTULOOS 84 Y 87

8432 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Valor importaciones	8.300	12.287	22.052	19.655	15.716
Valor exportaciones	3	18	0	9	1

Fuente: Elaboración propia. Datos de UN Comtrade, 2015.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

8433 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Valor importaciones	2.589	4.096	10.528	9.415	9.562
Valor exportaciones	0	0	144	0	0

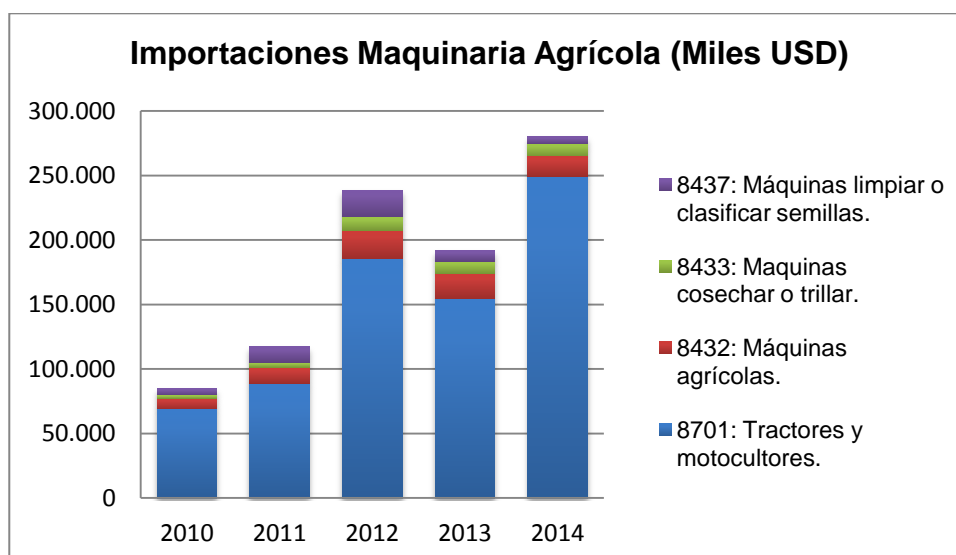
8437 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Valor importaciones	5.149	12.102	20.786	8.318	5.614
Valor exportaciones	-	-	-	-	-

8701 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Valor importaciones	69.053	89.040	185.316	154.573	249.412
Valor exportaciones	38	1.867	830	95	0

Fuente: Elaboración propia. Datos de UN Comtrade, 2015.

En su conjunto, la partida más relevante es la de “Tractores y motocultores” (8701), la cual ha representado entre el 75% y el 89% del valor total de las importaciones en este sector durante los últimos cinco años. En todos los casos se observa una tendencia general ascendente desde 2009 de las importaciones de maquinaria agrícola. Se puede observar un pico en la tendencia durante el año 2012 cuando se puso en marcha el Plan Nacional de Desarrollo y se anunció la compra de maquinaria agrícola.

Las exportaciones, como se puede apreciar, tienen un valor casi residual y por regla general se tratan de re-exportaciones.



Fuente: Elaboración propia. Datos de UN Comtrade, 2015.

En su estrategia de futuro relativa al sector agrícola, Angola pretende reducir la dependencia alimentaria del exterior, frenar la inseguridad alimentaria y promover el empleo. Para alcanzar estos

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

objetivos, el Gobierno de Angola ha desarrollado diversos programas con vistas a aumentar la producción agrícola, promover los productos locales y desarrollar el sector del pequeño productor.

Para ello, el Estado va a destinar, de acuerdo con el **Plan Nacional de Desarrollo 2013-17**, un presupuesto cercano a los 2.200 millones de dólares por año, (236.953.480.179 AKZ), hasta 2017 para implementar los 19 proyectos de desarrollo, como la adquisición de equipamiento pesado (tractores) y la formación de sus operarios.

PAPAGRO: Programa de Adquisición de Productos Agropecuarios excedentes de la producción familiar campesina, de las cooperativas y asociaciones agrícolas. Se desarrolla en 10 provincias y está financiado con 4,8 millones de dólares; tiene como objetivo reducir la pobreza, generar empleo y organizar los canales de comercialización a través de la creación de infraestructuras y una red de transportes que permita reducir las pérdidas después de la recolección y controlar la calidad de los alimentos.

3.2. PRODUCCIÓN LOCAL

La industria de la **fabricación de maquinaria agrícola no existe en Angola**. Por lo tanto no hay producción local y la demanda se abastece exclusivamente de las importaciones. La **totalidad** de maquinaria es **importada**.

Son numerosas las oportunidades que presenta el mercado angoleño en este sector para el empresario extranjero. La dificultad de obtener piezas de recambio de la maquinaria, y la de encontrar técnicos cualificados en Angola, así como la falta de fabricantes locales de maquinaria, despierta la necesidad de acudir a otros mercados para abastecerse. Por ello, la opción más habitual es la de importar a través de un distribuidor local.

En la actualidad **no existe** una **asociación de Maquinaria Agrícola** que agrupe a los principales distribuidores. Sin embargo, se pretende crear una que llevará por nombre **AFIMEIA**.

UNACA: Asociación de Cooperativas Agrarias. Está compuesta por 8.000 asociaciones y 2.000 cooperativas. (Es muy grande y no está bien organizada).

3.3. IMPORTACION POR PAÍS DE ORIGEN

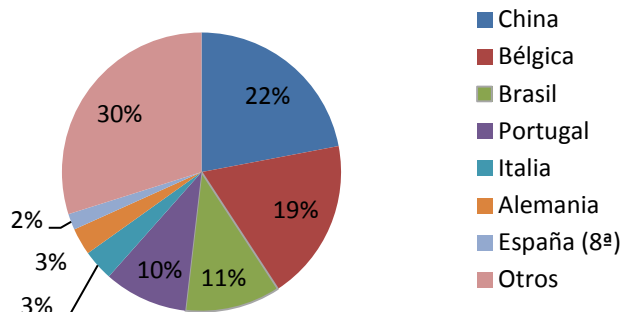
Tal y como se ha mencionado antes, el altísimo porcentaje de las importaciones en maquinaria agrícola corresponden a tractores y motocultores principalmente. El siguiente paso es analizar la procedencia de dichas importaciones y la participación de España en las mismas. Lo que hacemos en primer lugar para el conjunto de las partidas seleccionadas y para el periodo 2010-2014.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Si atendemos a la aglomeración de los últimos 5 años observamos que el mayor exportador a Angola es China, seguido de Bélgica, Brasil y Portugal. España ocupa una discreta 8ª posición.

Resulta interesante observar la concentración que existe en las importaciones de maquinaria agrícola ya que los tres primeros países proveedores suman más del 70% del total.

SOCIOS COMERCIALES 2010-14



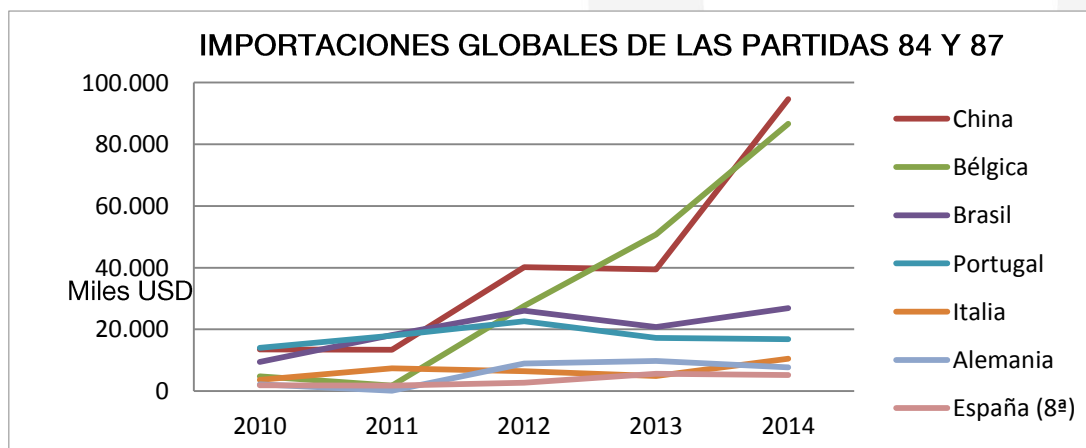
Si atendemos a la procedencia del total de las importaciones a lo largo de los años llama la atención el incremento pronunciado de las importaciones procedentes de China y Bélgica a partir del año 2011. Dichas importaciones se corresponden casi exclusivamente con la partida 8701: tractores y motocultivos.

IMPORTACIONES GLOBALES 84 Y 87 (Miles USD)

Socios Comerciales	2010	2011	2012	2013	2014
China	13.495	13.406	40.156	39.439	94.606
Bélgica	4.746	1.774	27.586	50.701	86.653
Brasil	9.435	18.109	26.008	20.696	26.918
Portugal	14.007	17.929	22.638	17.242	16.798
Italia	3.577	7.392	6.390	4.874	10.449
Alemania	2.162	62	8.912	9.736	7.694
España (8ª)	1.830	1.732	2.693	5.625	5.169
Otros	35.839	57.121	104.299	43.648	32.017
TOTAL	85.091	117.525	238.682	191.961	280.304

Fuente: Elaboración propia. Datos de UN Comtrade, 2015.

IMPORTACIONES GLOBALES DE LAS PARTIDAS 84 Y 87



EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

La evolución de las cifras de importación de las distintas partidas por países en fue la siguiente:

8432 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Portugal	4.170	5.940	7.107	6.326	4.904
Brasil	1.178	2.197	7.121	5.432	4.333
China	327	949	2.707	1.870	2.152
Italia	970	1.427	1.812	1.583	2.029
España (5ª)	75	2	1.512	344	758
Resto Mundo	1.580	1.772	1.793	4.100	1.540
Total	8.300	12.287	22.052	19.655	15.716

8433 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Brasil	579	954	2.154	946	4.452
Portugal	918	1.220	2.190	2.557	1.095
Sudáfrica	104	194	1.202	1.369	1.050
Italia	16	16	301	234	801
China	168	76	2.023	874	567
España (8ª)	52	0	0	0	214
Resto Mundo	752	1.636	2.658	3.435	1.383
Total	2.589	4.096	10.528	9.415	9.562

8437 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
Zambia	782	1.617	10.688	3.840	3.598
China	131	500	2.813	1.906	466
Italia	169	2.819	120	15	437
Portugal	87	4.662	2.805	899	315
Brasil	2.338	412	1.453	651	294
España (22ª)	0	64	0	364	0
Resto Mundo	1.642	2.028	2.907	643	504
Total	5.149	12.102	20.786	8.318	5.614

8701 (Miles USD)	2010	2011	2012	2013	2014
China	12.869	11.881	32.613	34.789	91.421
Bélgica	4.746	1.774	27.586	50.701	86.653
Brasil	5.340	14.546	15.280	13.667	17.839
Portugal	8.832	6.107	10.536	7.460	10.484
Alemania	2.162	62	8.912	9.736	7.694
España (10ª)	1.703	1.666	1.181	4.917	4.197
Resto Mundo	33.401	53.004	89.208	33.303	31.124
Total	69.053	89.040	185.316	154.573	249.412

Fuente: Elaboración propia. Datos de UN Comtrade, 2015.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Una vez desglosadas las importaciones por producto y procedencia, observamos que los principales competidores que encuentran los productos españoles en Angola son los que proceden de Brasil y Portugal, países lusófonos y con acuerdos comerciales más favorables, y China con sus tradicionales bajos precios.

Otros, como Bélgica, Italia y Alemania, que también aparecen mejor posicionados en las estadísticas, son países con los que España puede competir en igualdad de condiciones.

China es un importante socio comercial por los precios competitivos de sus productos aunque la calidad percibida es inferior.

España como exportadora ocupa un discreto lugar aunque el **producto** español se aprecia y se percibe de **calidad**.

3.4. PRINCIPALES AGENTES DEL MERCADO

GESTERRA: Empresa estatal creada en 2006 con capital público, para promover el apoyo de la agricultura a gran escala, especialmente del subsector del cereal. La agencia se centra en cuatro cultivos principales: maíz, soja, arroz y alubia.

El principal papel de Gesterra es identificar tierras para la producción agrícola, a las que después confiere el título de “Reserva Estratégica del Estado”. Tras ello, se identifican asociaciones y financiación para el desarrollo de la capacidad productiva de estas reservas. Los proyectos de Gesterra son financiados en su gran mayoría por líneas de crédito bilaterales.

Instituto de Desarrollo Agrario (IDA): Ofrece asistencia técnica y material a agricultores de subsistencia que producen cultivos alimentarios (maíz, mandioca y judía). Ofrece además insumos agrícolas (simientes, herramientas, fertilizantes, pesticidas) y servicios (trabajo mecanizado), a través de crédito a los pequeños agricultores.

MECANAGRO: Agencia estatal responsable de la maquinaria, reparación y mantenimiento, así como la preparación mecánica de los suelos.

INSTITUTO NACIONAL DEL CAFÉ: Dada la importancia del café en cuanto a la cultura de exportación anterior a la independencia, se creó el Instituto Nacional del Café.

El principal importador es el propio Estado que compra y distribuye la maquinaria a través del distribuidor estatal, Mecanagro.

Las principales **marcas extranjeras** en el mercado se han introducido mediante un **distribuidor local** que las representa son: Jonh Deere a través de la empresa Lonagro, Case IH a través de Multi-auto, Massey Ferguson mediante ImporMáquinas y Valtra con Agrozootec.

4. DEMANDA

El sector **Agrícola** en Angola es un Sector con gran potencial y en **transición** desde la **agricultura de subsistencia** a la **de mercado**.

En tiempos de la colonización portuguesa, Angola era de los mayores productores subsaharianos y autosuficiente en cultivos a excepción del trigo.

Durante la guerra civil, el sector se desmoronó. Se produjo una migración masiva de la población rural hacia los centros urbanos, buscando más seguridad.

En la **actualidad** y a pesar de la inmensa riqueza natural del país, Angola todavía **no produce** alimentos suficientes **para satisfacer las necesidades de la población**. El país depende de las importaciones alimentarias. La mayoría procedentes de Sudáfrica y de Portugal.

Los recursos agrícolas no están plenamente explotados. Se estima que la **superficie** potencialmente **arable** del país son **35 millones de hectáreas** y de esa superficie tan solo un **10%** está siendo **cultivada**, según el Gabinete de Gestión de Tierras Arables (GGTA). Por lo tanto, existe un **enorme potencial** para la agricultura extensiva en Angola.

El Gobierno pretende reducir la dependencia alimentaria del exterior, frenar la inseguridad alimentaria y promover el empleo.

TABLA DE PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA (2012-2017).

Cultivo	2013 (Tn)	2014 (Tn)	2015 (Tn)	2016 (Tn)	2017 (Tn)
Cereales	2.292.334	2.602.320	2.872.681	3.176.762	3.520.990
Legumbres	630.935	836.103	1.033.588	1.192.041	1.368.298
Tubérculos	24.072.833	26.865.240	30.621.555	34.161.578	37.815.136
TOTAL	26.996.102	30.303.663	34.527.824	38.530.381	42.704.424

Fuente: Elaboración propia con últimos datos disponibles en GEPE.

El Gobierno tiene la **necesidad** coordinar la implementación de **técnicas más modernas de cultivo** y aumentar la **utilización de maquinaria agrícola**.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Para alcanzar estos **objetivos**, el Gobierno de Angola ha desarrollado diversos programas dentro del **Plan Nacional de Desarrollo**, con vistas a **aumentar la producción agrícola**, promover los productos locales y desarrollar el sector del pequeño productor.

En 2012, *Mecanagro*, empresa pública encargada de preparar las tierras agrícolas, preveía mecanizar cerca de 100 mil hectáreas para la práctica de la agricultura. Para llevar a cabo este proyecto se estima que necesita al menos 1.000 tractores de 80-150 caballos de potencia al año.

Por otra parte, el Ministerio de Comercio está desarrollando dos iniciativas para desarrollar el sector:

- **PAPAGRO: Programa de Adquisición de Productos Agropecuarios** excedentes de la producción familiar campesina, de las cooperativas y asociaciones agrícolas.
- **CLOD: Centros Logísticos y de Distribución** donde se almacenan y conservan los alimentos para posteriormente distribuirlos por la región.

Todas estas medidas sustentan la idea de un desarrollo esperado y un crecimiento de la demanda en el sector de la maquinaria agrícola en Angola durante los próximos años. Supone una **oportunidad de negocio** para las empresas españolas relacionadas con la fabricación, la logística y el transporte de maquinaria agrícola.

4.2. LA ESTRUCTURA DEL MERCADO

En líneas generales, existen dos perfiles de consumidores finales de maquinaria agrícola:

Exploraciones Agrícolas Familiares (EAF): pequeños-medianos productores que acaparan la mayoría de la producción nacional (80%) y producen en régimen subsistencia con técnicas de secano.

Exploraciones Agrícolas Empresariales (EAE): empresas o particulares que demandan maquinaria que después emplean en la producción de distintos terrenos. Representan el 20%, predomina el uso del regadío y el cultivo de rendimiento.

4.3. FACTORES ASOCIADOS A LA DECISIÓN DE COMPRA

Los rasgos fundamentales del consumidor de maquinaria agrícola angolano:

Fidelidad de marca, especialmente a marcas de gran prestigio tradicionalmente vinculadas al sector. Valoran mucho la **calidad** y el **servicio pre y post-venta**. A la hora de decantarse por una marca u otra es importante que ésta disponga de **piezas de repuesto**. Además, sienten **orgullo** por las **marcas nacionales**, lo que puede suponer una oportunidad en caso de que las hubiera.

Mucha importancia al **precio** del producto y el **acceso a la financiación** en las condiciones deseadas. Debido al alto precio, muchos agricultores optan por su arrendamiento o leasing.

La **asistencia a ferias** es importante en este sector, permite poner en contacto a compradores y vendedores de maquinaria, realizar encargos y cerrar contratos.

5. PRECIOS

5.1. DESCRIPCIÓN Y SU EVOLUCIÓN

En Angola el Estado, a través de Mekanagro, tiene bastante poder de negociación en la fijación de precios debido a gran demanda que aglutina. En este sector son muy importantes las subvenciones puesto que la mayoría de los pequeños agricultores no tienen la capacidad financiera necesaria para poder acometer la adquisición por ellos mismos. Dado que la variación de precios según el producto, la complejidad y otros factores no permite dar una orientación en el precio, lo recomendable es consultar y negociar con cada distribuidor el precio establecido.

Según fuentes del sector los precios fueron subiendo hasta la segunda mitad del año 2014 debido al aumento de demanda de maquinaria agrícola en el sector. Sin embargo, desde el segundo semestre del 2014 hasta la actualidad se ha ido observando un pequeño descenso en los precios fomentado por el exceso de oferta, coincidiendo con el inicio de las compras de maquinaria agrícola llevada a cabo por el Gobierno (Mekanagro). Algunos distribuidores, aseveran que han visto reducidos sus márgenes de beneficios antes de ventas de un 60% a un 30% del valor de venta.

En general debe tenerse en cuenta que los precios pueden ser considerablemente más altos que en los mercados de origen debido a los sobrecostes que afronta el distribuidor angolano y a las dificultades logísticas (especialmente cuando se tiene que transportar la maquinaria a las provincias del interior).

5.2. MEDIOS DE PAGO MÁS UTILIZADOS

Angola es un mercado donde es imprescindible **utilizar medios de pago seguros**. Básicamente, se recomienda el uso de la carta de crédito o bien de compañías de cobertura de riesgo comercial (Coface, Cesce, Crédito y Caucción, etc.) en el caso de que la anterior no sea posible. Conviene tener mucha prudencia y tomar todas las medidas preventivas al alcance del empresario para evitar la aparición de conflictos.

Normalmente las operaciones de comercio exterior se realizan en divisa, en este caso en dólares americanos. Si bien es verdad que los euros empiezan a ser aceptados también.

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La maquinaria española, en todo caso, es percibida como de buena calidad y precio razonable y se elogia el crecimiento y especialización experimentada por las empresas españolas del sector en los últimos años.

Especialmente en materia de agricultura, España goza en Angola de una **imagen** muy **positiva** y el sector agrícola observa muy de cerca las evoluciones de la agricultura y técnicas españolas. Sin embargo tiene una cuota de mercado aún muy discreta.

En temas como la irrigación, las empresas españolas llevan años instalando equipos y generando una imagen de confianza para los agricultores angoleños aunque su presencia sigue siendo bastante exigua.

Para los inversores extranjeros, Angola es un mercado que ofrece muchas oportunidades para la implantación de plantas productivas.

El principal obstáculo a dichas implantaciones es la dificultad para comprar tierras debido a la inseguridad jurídica que existe. Lo recomendable es contar con el respaldo de algún gran latifundista.

Ahora bien, se trata de un mercado en desarrollo, con las oportunidades que esto conlleva, pero de difícil acceso a los nuevos competidores, ya que los compradores angoleños se muestran reticentes a cambiar de proveedor, especialmente si ya tienen confianza con su proveedor habitual.

Por otro lado, tal y como se ha apuntado en apartados previos, Angola dispone de una serie de proveedores tradicionales como China, Brasil y Portugal, con un fuerte peso en el mercado. España no aparece hasta el 8º puesto dentro del ranking de proveedores de maquinaria agrícola en Angola.

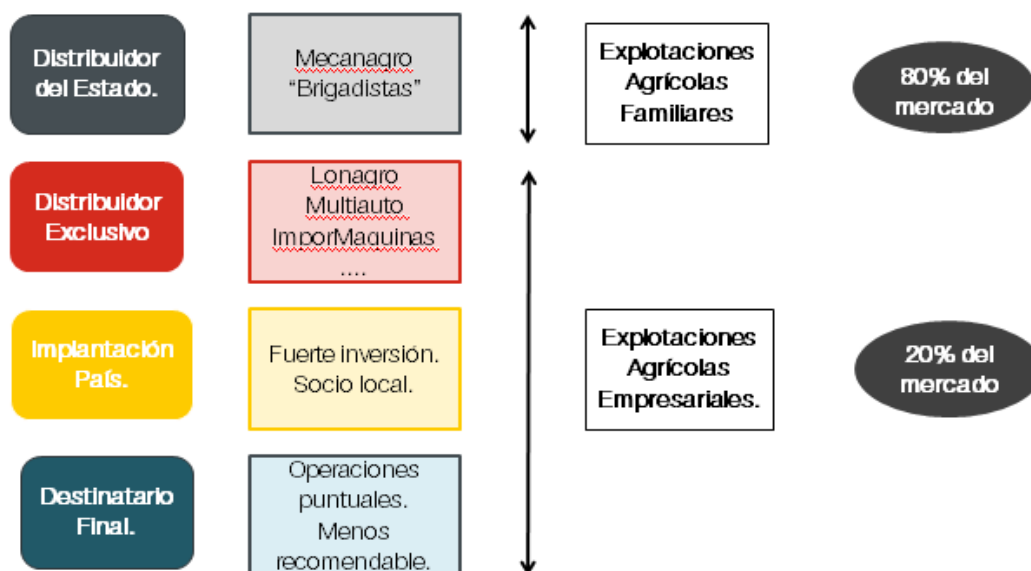
Algunas empresas españolas presentes en el mercado son:

- **AUSA:** exporta maquinaria agrícola y dumpers.
- **TRAGSATEC:** empresa de la matriz TRAGSA. Ofrece soluciones de riego y agropecuarias.
- **INCATEMA:** consultora e ingeniería que realiza algunos proyectos en Angola.

7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En Angola podemos encontrar varios mecanismos para la distribución de los productos. En todos ellos es muy importante tener un buen conocimiento del mercado, ya que las complicaciones del mismo requieren de experiencia en el terreno. El contacto personal y comercial, a veces es más importante que el prestigio de la marca a nivel internacional, por eso debe realizarse con continuidad en el tiempo y con un acercamiento físico del importador a la región productiva donde residen los productores cuando sea posible.

No debemos olvidar a la hora de comercializar nuestros productos, que el **mayor cliente** de maquinaria agraria es el propio **Gobierno** de Angola.



La mejor forma de comercializar es vendiendo al **distribuidor del Estado** de maquinaria agrícola, Mecanagro, que suministra maquinaria agrícola a las Explotaciones Agrícolas Familiares (EAF) y representan el 80% del mercado total. Recientemente ha aparecido la figura de los "Brigadistas", que son particulares que realizan la misma función que Mecanagro.

Otra manera de entrar es a través de un **distribuidor exclusivo** que suministran maquinaria a las Explotaciones Agrícolas Empresariales (EAE) y que representan el otro 20% del mercado. De esta

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

manera empresas extranjeras como Jonh Deere, Case IH, Massey Ferguson y Valtra trabajan en exclusiva con Lonagro, Multiauto, ImporMaquinas Lda y Agrozootec respectivamente. Están empezando a ganar más cuota de mercado en detrimento de Mecanagro y los “Brigadistas”.

PRINCIPALES EMPRESAS DISTRIBUIDORAS EN ANGOLA.

EMPRESA	MARCA COMERCIALIZADA	WEB
Lonagro	Jonh Deere	www.lonrho.com
Multiauto	Case IH	www.multiauto.co.ao
ImporMaquinas Lda	Massey Ferguson	www.impor-maquinas.com
Agrozootec	Valtra y Mahindra	agrozootec-lda.com
Tractormak Lda.	Varias	www.tractormak.com
Campotec Lda	Varias	No tiene.
Comfabril Maquinas e Equipamentos Lda	Varias y New Holland (Exclusiva)	No tiene.

La **implantación** en el país, es recomendable a las empresas que puedan permitirse realizar una inversión fuerte, ya que para constituir la empresa se necesita al menos un millón de dólares y contar con un socio local. Por otro lado, además de venta, alquiler o leasing de maquinaria agrícola, se podría ofrecer a los clientes: formación, reparación (por el uso de carburantes de baja calidad las maquinarias tienden a averiarse con frecuencia) y servicio pre y post-venta para fidelizar a los clientes.

Por último, es posible, aunque menos recomendable, comercializar el producto vendiendo al **destinatario final** en operaciones puntuales y a pequeña escala. Esta forma de comercializar entraña más dificultades por la fuerte competencia y el tamaño del mercado de las EAE.

Los distribuidores en el sector de la maquinaria agrícola tratan de ofrecer cada vez más servicios relacionados con el mantenimiento de la maquinaria, la venta de máquinas de segunda mano o de piezas de recambio, contratos multi-servicio, etc. Además, la estrategia comercial y de marketing de los actores del mercado de maquinaria agrícola consiste en fidelizar al cliente, por lo que resulta clave satisfacer todas sus necesidades. Los concesionarios, por su parte, venden tanto maquinaria nueva como de segunda mano con el fin de ampliar su oferta.

Comunicaciones aéreas

El aeropuerto principal del país es el de Luanda (Aeropuerto 4 de Fevereiro), que además conecta con las principales regiones del país: Namibe, Cabinda, Huambo, Malange y Lubango. Se está construyendo un nuevo aeropuerto en las cercanías de Luanda para acoger el tráfico internacional de pasajeros y mercancías.

El trayecto Madrid-Luanda lo realizan las compañías: Iberia (Vía directa con dos vuelos semanales), TAP (Vía Lisboa), TAAG (Vía directa Madrid-Luanda (operado por Iberia)), Air France (Vía París), British Airways (Vía Londres), Bruxelles Airlines (Vía Bruselas) y Lufthansa (Vía Frankfurt).

Comunicaciones marítimas.

También existen líneas regulares de mercancías que unen los principales puertos españoles con Angola. Los principales puertos angoleños son los de Luanda, Lobito y Namibe en el sur.

8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

En Angola, el tipo de gravamen del Impuesto sobre el Valor Añadido (Imposto de Consumo) aplicable a la maquinaria agrícola es el tipo general del 10%.

Por otro lado, las **normas técnicas** de fabricación y **homologación** para el mercado angoleño se encuentran reguladas por la ANIP (Agencia Nacional de Inversión Privada) y el Ministerio de agricultura. La normativa aplicable varía en función de si se trata de tractores o del resto de maquinaria agrícola.

Desde el 2011, la “**Lei do Investimento Privado (LIP)**” en Angola está exigiendo una inversión mínima de un millón de dólares para que la ANIP autorice la inversión y se pueda acceder a los diversos incentivos, lo que en la práctica ha constituido una barrera y ha evitado numerosas inversiones extranjeras.

La nueva normativa, aprobada en la reunión del Consejo de Ministros en 2015, permitirá “reducir el exceso de burocracia” y facilitar las inversiones a pequeñas y medianas empresas para que puedan invertir en el país. La revisión de la legislación también enuncia que en los sectores prioritarios, los inversores extranjeros deberán tener un socio local, con un porcentaje mínimo del 35% del capital.

DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DE PRODUCTOS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA.

Producto	Código TARIC	Arancel
Sembradoras, plantadoras y trasplantadoras mecánicas.	84323	2%
Distribuidores de abonos minerales o químicos.	84324	2%
Escarificadores y cultivadores.	84322	2%
Arados.	84321	2%
Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina secas.	8437	2%
Tractores.	8701	2%

Fuente: Elaboración propia con datos de Market database

Además, existen los siguientes impuestos adicionales:

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

- Impuesto al consumo: Se aplica un impuesto al consumo del 10% del valor.
- Honorario de despacho en aduanas: Se aplica un impuesto del 2% del valor en aduanas.
- El impuesto del timbre (STD): Se aplica un impuesto del 1% del valor en aduanas.
- Contribución de la Comunidad de Integración (CCI): Se aplica un impuesto del 0,4% del valor en aduana.

Según el portal de la Comisión Europea para el comercio, *Trade Market Access Database*, solamente existe un requisito específico a la importación de maquinaria agrícola, y es su prohibición en el caso de que se tratase de desechos o chatarra peligrosa.

Inspección pre-embarque.

La obligatoriedad de llevar a cabo una Inspección Pre-Embarque para ciertos productos importados por Angola ha desaparecido con la publicación del Decreto Presidencial 63/13 de 11 de junio, publicado en el Diario da República en 2013. Dicho decreto enmienda el Decreto del Consejo de Ministros 41/06 de 17 de julio de 2006 que regulaba esa obligatoriedad.

La Inspección Pre-Embarque obligatoria de mercancías importadas es por tanto, facultativa (voluntaria) y su realización no tendrá ningún tipo de efecto frente a la Administración de Angola. La IPE voluntaria podrá tener efectos solamente para la relación entre exportador e importador. De todas formas continúa siendo recomendable realizarla.

La IPE obligatoria pasa a ser substituida por los análisis realizados en Angola a la llegada de las mercancías. Aduanas de Angola ha designado un laboratorio, Bromangol, para llevar a cabo estos análisis cuando sea pertinente. Bromangol hace análisis de alimentos, así que esta medida en principio no debería afectar a la importación de maquinaria agrícola.

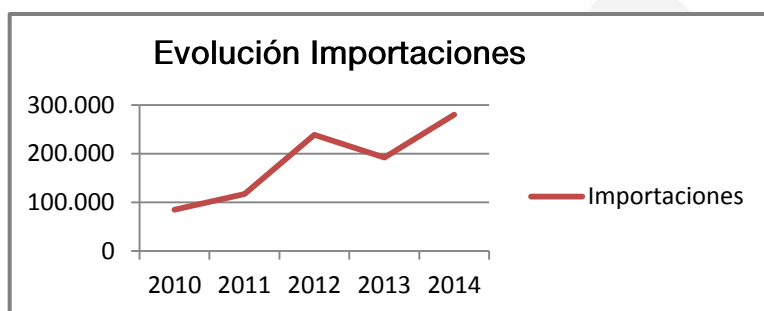
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Este sector se encuentra en un periodo de **transición** desde la **agricultura de subsistencia** a la **agricultura de mercado**. El sector primario constituye casi un 8% del PIB y un 42% del empleo total, aportando las mujeres el 70% de la mano de obra. La agrícola en Angola constituye un sector clave para el desarrollo económico y social del país.

En su estrategia de futuro relativa al sector agrícola, Angola tiene por objetivo reducir la dependencia alimentaria del exterior, frenar la inseguridad alimentaria y promover el empleo

La recuperación del sector, a pesar de los esfuerzos del Gobierno, continúa encontrando dificultades debido al aislamiento de las zonas rurales y la falta de infraestructuras. Sin embargo, el Ejecutivo sigue apoyando el desarrollo del sector, comprando y distribuyendo semillas y fertilizantes, material de cultivo y equipos mecanizados para aumentar la productividad.

Actualmente el mercado de la maquinaria agrícola se encuentra en una fase de crecimiento en la que la cuantía de las importaciones está aumentando, como se muestra en la siguiente gráfica.



Las proyecciones para los años venideros son muy optimistas debido a que el mercado agrícola se encuentra aún por desarrollar. Este año las compras de maquinaria han descendido afectadas por la caída generalizada de los precios del petróleo que ha tenido repercusiones negativas en las economías exportadoras de petróleo sin diversificar. Sin embargo, esta situación es temporal y no va a cambiar la tendencia alcista de los próximos años.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Según el Gabinete de Gestión de Tierras Arables (GGTA) tan solo un 10% de la tierra arable está siendo cultivado, por tanto, el potencial para la agricultura extensiva en Angola es enorme.

Tabla de proyección de la producción agrícola (2012-2017).

Cultivo	2013 (Ton)	2014 (Ton)	2015 (Ton)	2016 (Ton)	2017 (Ton)
Cereales	2.292.334	2.602.320	2.872.681	3.176.762	3.520.990
Legumbres	630.935	836.103	1.033.588	1.192.041	1.368.298
Tubérculos	24.072.833	26.865.240	30.621.555	34.161.578	37.815.136
TOTAL	26.996.102	30.303.663	34.527.824	38.530.381	42.704.424

Fuente: Elaboración propia con últimos datos disponibles en GEPE.

Por otra parte, el mercado cada vez es menos concentrado por lo que puede resultar interesante hacerse hueco en dicho mercado si la empresa acomete grandes inversiones y se da a conocer en el país.

Antes, Mecanagro aglutinaba el 90% del mercado, si bien se ha ido observando estos últimos años cómo la gestión de la empresa no está dando los resultados esperados. Este hecho está favoreciendo a los diferentes agentes ya existentes en el mercado y algunos particulares que han comenzado a ganar cuota de mercado, ofreciendo mejores servicios a los consumidores finales.

Podría llegar a decirse que este sector, al igual que otros muchos, se está abriendo poco a poco, desde el monopolio o hacia una competencia casi perfecta aunque todavía le queda un largo recorrido que realizar.

Además, el mercado de la maquinaria agrícola en Angola poco a poco se va diversificando a medida que las técnicas de cultivo dejan de ser menos rústicas, aunque la maquinaria más vendida siguen siendo los tractores y las motocultivadoras.

Muchos fabricantes españoles destacan en este mercado por la calidad de sus productos. Sin embargo, adolecen de presencia física en el país.

10. OPORTUNIDADES

El sector se encuentra en un periodo de **transición** desde la **agricultura de subsistencia** a la **agricultura de mercado**. Los recursos agrícolas no están plenamente explotados, para ello se necesita implementar técnicas más modernas de cultivo y utilización de maquinaria, lo que se considera como una **buena oportunidad de negocio para las empresas españolas que fabrican maquinaria agrícola**.

El **principal cliente es el Estado**, que convoca las correspondientes licitaciones para la ejecución de proyectos y el suministro de equipos y bienes. Su actividad viene enmarcada por el **Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017** y las operaciones deben estar incluidas en el Programa de Inversiones Públicas (PIP) de los Presupuestos Generales del Estado del año correspondiente. Dentro del variado abanico de las compras públicas, destacan las destinadas a la construcción de infraestructuras para los servicios básicos (agua y alcantarillado, suministro de energía eléctrica y sanidad), **proyectos agrícolas integrales**, consultoría e ingeniería, equipos médicos, temas relacionados con el medio ambiente y equipos para protección civil.

El **Gobierno desea atraer inversión directa extranjera** para producir localmente diversos artículos que se vienen importando, y ofrece para ello diversas facilidades e incentivos. Destacan, como localización para una posible inversión la Zona Económica Especial de Luanda-Bengo, y oportunidades de implantación para elaborar alimentos, agua, zumos, papel, materiales de construcción y eléctricos de baja y media tensión e **insumos para la agricultura** y la industria extractiva del petróleo.

Para **implantarse**, además de **Luanda**, se recomienda **Huambo o Benguela**, regiones agrícolas bien comunicadas y con menos competencia.

Por el gran potencial de desarrollo del sector agrícola, se presentan oportunidades para las empresas españolas que se dediquen a actividades relacionadas con la **logística y el transporte de maquinaria**. También en actividades relacionadas con el **riego de cultivos**.

El **producto español es apreciado** y considerado como un producto de **calidad**.

Según la mayoría de los distribuidores angoleños de maquinaria agrícola, un negocio muy rentable es el **“leasing”** de maquinaria con formación a los usuarios y asistencia técnica.

También para las empresas exportadoras de **maquinaria de conservación** interesadas en el **transporte y conservación y almacenaje de alimentos** perecederos o que precisen de unas condiciones térmicas determinadas. La **logística del frío** está aún **por desarrollar** en Angola.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Oportunidades de negocio en la **formación, reparación de maquinaria y suministro de repuestos** debido principalmente a la baja cualificación del personal local y a la larga vida de este tipo de maquinaria (20-30 años). El uso extendido de gasolina del tipo Tier-1 en Angola, cuando lo normal en Europa es Tier-4, genera el desgaste de la maquinaria, con el consiguiente recambio periódico de algunas de sus piezas, especialmente los filtros.

Para las empresas interesadas en implantarse en el país, la **construcción de una fábrica de ensamblaje de maquinaria agrícola** también se presenta como una oportunidad. La fabricación y producción nacional tiene muy buena acogida en Angola.

Se ha localizado un **nicho** para las empresas exportadoras de **máquinas para embalar y empaquetar**, y las **destinadas al proceso de transformación del café** debido al potencial de desarrollo de este mercado y la falta de oferta de maquinaria específica.

En general, se presentan **oportunidades** en sectores de exportación con comprador privado, como el de la **maquinaria agrícola, de construcción y conservación**.

11 . INFORMACIÓN PRÁCTICA

11.1. FERIAS

En Angola existen numerosas **ferias sectoriales**. La asistencia a ellas puede resultar interesante para darse a conocer, conocer el mercado y la competencia e identificar posibles socios comerciales. Las ferias más importantes son:

Feria Agro Angola, que se celebra por tercer año consecutivo del 21 al 24 de mayo en el mismo lugar que la FILDA, Estrada De Catete, 12 Km, Luanda, Angola. Es la feria más importante de agricultura del país. También tienen presencia el sector pecuario, de alimentación y forestal.

Feria Internacional de Luanda, FILDA, que se celebrará del 14 al 19 de junio. De carácter multisectorial: agrícola, agropecuario, alimentación y bebidas, automovilístico, banca y financiero, calzado y ropa, cerámica, construcción civil, consultoría, cosmética y belleza, educación y cultura, electrónico, energía y petróleo, inmobiliaria, industria transformadora, industria primaria, hospitalario y salud, hostelería y turismo, logística y transporte, maquinaria y equipamientos, muebles y decoración, papel y papelería, publicidad, marketing y diseño gráfico, químico y farmacéutico, seguridad, servicios, tabaco, textil y confección.

Otras ferias menores del sector Agropecuario e Industrial: **Expo Cabinda** (Mayo), **Expo Uige** (Mayo), **Expo Cacanda** (Noviembre) y **Feria Internacional de Benguela** (multisectorial).

11.2. PUBLICACIONES Y ASOCIACIONES DEL SECTOR

No existe una **revista especializada** en el sector de la agricultura agrícola pero a veces se encuentran reportajes en el suplemento del periódico “Expansão”, de tirada mensual, con información interesante sobre el sector.

Además, están surgiendo algunas **asociaciones sectoriales**:

UNACA: Asociación de Cooperativas Agrarias. Está formada por 8.000 asociaciones y 2.000 cooperativas. Es demasiado grande y no se organiza bien.

AFIMEIA: (En creación). Asociación que aglutinará a los mayores distribuidores de maquinaria agrícola de Angola.

11.2. CONSEJOS ÚTILES PARA EL EXPORTADOR.

Moneda

La unidad monetaria es el **Kwanza** (Kz). Existen billetes de 50, 100, 200, 500, 1.000, 2.000 y 5.000 Kwanzas en circulación. Las monedas de 0,50 1, 2, 5 y 10 Kz están prácticamente en desuso, por su falta de valor. Los dólares (emitidos después de 1996) y los euros son aceptados en el mercado cambiario. El cambio oficial se sitúa en torno a los 107kz/\$.

Sin embargo, este año el cambio es más favorable en el mercado informal donde es posible encontrar tipos de cambio alrededor de los 150 Kz/\$. En cualquier caso, se recomienda tomar las pertinentes medidas de precaución y sentido común si se decide cambiar en la calle.

Llamadas telefónicas

Para llamar de Angola a España hay que recordar marcar el +34 antes del prefijo de la ciudad y del número con el que deseamos contactar.

El prefijo telefónico internacional de Angola es el +244. Los prefijos de las principales provincias de Angola son: Luanda (222), Benguela (272), Huila (261), Cabinda (231), Huambo (241), Namibe (264). Para recibir llamadas desde España, la persona en España debe marcar +244-prefijo ciudad ó 00244 (si se trata de un móvil local) antes del número con el que se desea contactar.

Es posible comprar tarjetas-recarga de teléfono angoleñas para utilizar en un teléfono móvil español siempre que éste se encuentre liberado. Existen dos compañías de telefonía móvil: UNITEL y MOVICEL, funcionando la primera con una mayor cobertura y ambas con el sistema GSM (mismo que emplean los terminales españoles).

El servicio de Roaming funciona sólo para alguna de las operadoras de telefonía móvil de España.

Transporte por la ciudad

Los desplazamientos internos son muy difíciles. Recientemente se empiezan a ver taxis en la zona de llegas del aeropuerto internacional (funcionan desde las 6 am hasta las 23 pm, y a partir de las 18h cuestan el doble). Existe un sistema de minibuses privados (“*candongueiros*”) no frecuentados por extranjeros. En cualquier caso se recomienda el alquiler de coches con conductor para su recogida-entrega en el aeropuerto y los desplazamientos durante los días que dure la estancia. ***Es imprescindible para poder hacer algo en Luanda disponer de transporte privado o coche alquilado.***

En Luanda la circulación es caótica o altos niveles de tráfico existentes en la ciudad y sus vías de acceso. Se conoce popularmente como *engarrafamento*. Es algo inherente y cotidiano. Estos atascos marca muchas de las pautas de vida de la ciudad y sin duda afecta a los desplazamientos internos y de la periferia.

El *engarrafamento* en general afecta a los desplazamientos y nº de posibles encuentros en un día (2 por la mañana y 2 por la tarde en el mejor de los casos) y provoca con frecuencia retrasos y cancelaciones. Es preciso fijar encuentros con tiempo suficiente entre unos y otros y si es posible acordar encuentros seguidos en zonas próximas geográficamente.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

Horario local

GMT + 1 hora. Mismo horario que en España durante el invierno.

Horario laboral

Bancos: lunes a viernes, de 8:00 a 15:00 horas.

Comercios: lunes a viernes de 8 a 12 horas y de 14 a 18 horas.

Administración Pública: lunes a viernes de 8 a 15 horas ininterrumpidamente.

OFECOMES Luanda: de 8:00 a 15.30 horas (de lunes a viernes).

Vacaciones y festividades

Periodo anual de vacaciones: Treinta días.

Días festivos: 1 de enero (Año Nuevo), 4 de febrero (Día del Inicio de la Lucha Armada), martes de la semana de Carnaval, 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer), 4 de Abril (Día de la Paz y la Reconciliación Nacional), Viernes Santo, 1 de mayo (Día Internacional del Trabajador), 17 de septiembre (Día del Fundador de la Nación y del Héroe Nacional), 2 de noviembre (Día de los Difuntos), 11 de noviembre (Día de la Independencia Nacional), 25 de diciembre (Día de Navidad).

Precauciones sanitarias

Para la entrada en el país **es imprescindible la vacuna contra la fiebre amarilla** dado que se exige el certificado de vacunación antes de pasar la aduana. Es imprescindible portar el carné de vacunación internacional con las vacunas reflejadas en el mismo.

Para períodos cortos y cuando se viaje fuera de Luanda es recomendable realizar la profilaxis contra el paludismo y seguir las indicaciones de los médicos especializados. Se recomienda beber agua mineral, lavar verduras y frutas con agua hervida y clorada, y no comer comida cruda, hielo, etc.

Los hospitales públicos no cumplen los estándares europeos de atención sanitaria. En caso de necesidad médica, se recomiendan acudir a hospitales y clínicas privadas en Luanda.

11.3. CÓMO HACER NEGOCIOS EN ANGOLA.

Como en muchos otros países, pero aquí de manera mucho más acentuada, para hacer negocios en Angola es conveniente la visita física y la relación personal. Es muy común que en un país con tantas necesidades y recursos para cubrirlas, las primeras visitas generen expectativas muy prometedoras, sin embargo es también frecuente que esas expectativas no se concreten o que requieran repetidas visitas al país para que empiecen a surgir los frutos del trabajo.

En Angola es difícil encontrar información de mercado, salvo para algunos sectores muy específicos, como puede ser la banca o la extracción de hidrocarburos. Hay carencia de estudios de mercado. Cuando es necesario tomar decisiones éstas suelen demorarse.

Existen dificultades para hacer valer sus derechos **en caso** de disputas comerciales o de **litigios jurídicos**. Se recomienda mucha **prudencia** y tomar todas las **medidas preventivas** al alcance del empresario para **evitar** la aparición de **conflictos**.

EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA EN ANGOLA

El sector empresarial privado es muy estrecho en general y se limita casi siempre a la comercialización de productos, no existiendo apenas fabricación en ningún sector, aparte de la incipiente producción de algunos productos alimentarios procesados y algunos materiales de construcción.

El sector público es el protagonista de muchos proyectos de infraestructuras de transporte o agropecuarias, agua y electricidad, salud, etc., etc., y el responsable de la mayor parte del PIB angoleño. El propio Gobierno es el **mayor cliente** de maquinaria agraria. En este caso el proceso de toma de decisiones también resulta lento.

La figura del socio o representante es muy habitual, lo que no quiere decir que sea siempre necesario. Cuando se trata de impulsar proyectos ante la Administración pública, disponer de un socio puede ser conveniente, aunque a veces los socios aportan simplemente la capacidad de relación y no añaden valor técnico o comercial. En muchas ocasiones, esa capacidad de relación es más teórica que real, de manera que el socio es un elemento más en la ecuación del negocio, pero no implica que su presencia contribuya a facilitar las operaciones. Otras veces sí son capaces de abrir puertas, o al menos durante un período, pero un cambio político puede acabar con esa facilidad. Si la empresa posee un producto o servicio diferenciado y potente puede muy bien ser el caso de que le convenga más no disponer de ningún socio local. Si la empresa española simplemente pretende exportar productos o servicios al sector privado la necesidad de tener socios es menor y probablemente solo sea necesario realizar visitas frecuentes al país, a menos que el producto o servicio necesite de un servicio postventa y de mantenimiento.

Finalmente, hay que incorporar a la agenda de trabajo cantidad de tiempo extra para los numerosos imprevistos y circunstancias que se plantean a diario en el país, así como planes B y aún C, que adoptar cuando el plan A establecido falla.

La constitución de una empresa angoleña con capital extranjero, o la compra de capital de una empresa local por parte de una persona extranjera, es mucho más difícil desde el 20 de mayo de 2011, día en que se publicó la normativa que exige la inversión mínima de 1 millón de USD. Esta normativa impide la inversión de empresas pequeñas y muchas veces de servicios. Hay algunos mecanismos legales para constituir una empresa local en cuyo capital el socio extranjero no puede tener participación, pero sí puede llegar a alcanzar cierto grado de control que le permita contar con una base legal en Angola para realizar negocios en el país.

Como es costumbre y dadas las características especiales de la cultura empresarial en Angola, esta Oficina recomienda encarecidamente la visita al país para mantener un conjunto de entrevistas con algunas de las empresas incluidas en el presente documento. En Angola es muy difícil conseguir cerrar operaciones con éxito sin visitar físicamente a las contrapartes locales. Es muy importante, además, “estar” in situ o visitar el país de vez en cuando una vez se inician las relaciones comerciales.