



Facultad de Ciencias Empresariales

Sede Rosario – Campus ROCA

Carrera: Licenciatura en Comercio Internacional

Trabajo final de carrera título:

PROYECTO DE PRIMERA EXPORTACION A ANGOLA

Alumnos: Juan Martin Cuesta

Tutor de contenido: PAULO LANZA.

Año: 2023

Contenido

EMPRESA SENSOR AGRI	1
REGION QUE BRINDA MAYORES OPORTUNIDADES PARA NUESTRO PRODUCTO	1
PAÍS QUE BRINDA MAYORES OPORTUNIDADES PARA NUESTRO PRODUCTO	2
ANGOLA	3
MARCO POLÍTICO	4
ENTORNO ECONOMICO:	4
La Demanda en Angola	6
INTERCAMBIO COMERCIAL BILATERAL ARGENTINA-ANGOLA	7
CONJUNTURA POLITICA-ECONOMICA	8
ENTORNO PARA INVERSIONES:	13
ASPECTOS SOCIO - CULTURALES:	14
PRODUCTO A EXPORTAR:	16
FACTORES DE RIESGO Y OPORTUNIDADES:	18
ANÁLISIS DEL SECTOR ARGENTINO AL QUE PERTENECE LA EMPRESA ANALIZADA	20
FACTORES DETERMINANTES SECTOR ARGENTINO:	21
CONDICION DE LOS FACTORES:	23
RECURSOS (Humanos, Fisicos, De conocimiento, De Capital):	25
CONDICION DE LA DEMANDA:	30
ANALISIS FODA DE LA EMPRESA Y DEL SECTOR:	33
ESTRATEGIA DE COMERCIAIZACION :	35
DESARROLLO PLAN DE INTERNACIONALIZACION :	38
OFERTA EXPORTABLE:	41
COSTO DE EXPORTACION:	44
DOCUMENTACION:	51
DESTINACION ADUANERA:	56
CONCLUSION:	58
Bibliografía:	59

EMPRESA SENSOR AGRI



Sensor Agri es una empresa dedicada a diseñar, desarrollar y producir todo tipo de equipos electrónicos relacionados con la automatización de los procesos realizados por las maquinarias agrícolas. Desde 1993 se dedica al diseño, desarrollo y producción de equipos electrónicos para automatización. Además de esto la empresa brinda los siguientes productos y servicios:

- Diseño y desarrollo de automatización para maquinas agrícolas, viales y equipos móviles en general.
- Desarrollo de sensorizaciones.
- Instalaciones eléctricas integrales para maquinas auto motivas.
- Agricultura de precisión.
- Tableros, módulos de control, consolas y joysticks a pedido del cliente par a los más diversos usos.

El contacto se hizo a través de un operario de la empresa, de manera telefónica, el cual nos pudo comunicar con la parte administrativa de la empresa, la cual nos brindó la información necesaria para la realización del trabajo. Esta empresa solo ha realizado exportaciones esporádicas pre-pandemia Covid-19, y ninguna al continente africano, el cual es un mercado apuntado por la parte empresarial de Sensor Agri.

DATOS REFERIDOS A LA EMPRESA

- Nombre de fantasía: Sensor Agri
- Nombre completo de la empresa: Sensor Automatización Agrícola S.A.
- Domicilio: Ruta nacional N° 34 Km. 54 Totoras, Santa Fe, Argentina.
- Teléfonos: +54 3476 461 416/361/358
- E-mail corporativo: Info@sensoragri.com.
- Pagina Web: www.sensoragri.com

REGION QUE BRINDA MAYORES OPORTUNIDADES PARA NUESTRO PRODUCTO

Según un estudio realizado por Thomas Jayne (Profesor de Economía Agrícola, Alimentaria y de Recursos de la Fundación Universitaria en la Universidad Estatal de

Michigan (MSU), el rápido crecimiento agrícola apunta a la gran parte de los recientes logros económicos de África. No obstante, seguir dependiendo de la expansión de la superficie cultivada no es un camino sostenible para el desarrollo futuro: los encargados de la formulación de políticas deben centrarse más bien, en mejorar los rendimientos. Se deben tomar medidas para fomentar el crecimiento de la productividad en la agricultura africana, incluida la necesidad de un compromiso serio con la investigación y el desarrollo agrícola. Si bien el sector privado será el motor de la inversión para la transformación agrícola, será decisiva la acción gubernamental para determinar el ritmo de la inversión privada. La producción agrícola ha crecido más rápidamente en África subsahariana en estos últimos 20 años, que en cualquier otra región del mundo. Eso es remarcable y debe ser ampliamente reconocido. El crecimiento agrícola además ha contribuido en gran medida a la diversificación económica de África y al crecimiento del empleo no agrícola, gracias a los importantes vínculos económicos entre la agricultura y el resto de la economía.

La maquinaria agrícola la compran los productores y los prestadores de servicio; esas personas son a las que interesa que avance en beneficios toda la cadena de agro alimentos. Debido a la alta población de estas zonas, la necesidad de importar alimentos, en conjunto con los territorios que poseen inutilizados estos países, lleva a la posibilidad de que la exportación de estos productos aumente en gran nivel y sea un aspecto y una oportunidad clave para analizar.

Cobra relevancia el hecho de que se trata de países donde existen grandes extensiones de cultivo, y donde se cultiva con el sistema de siembra directa son aspectos fundamentales de ambos continentes.

Como una ventaja competitiva, Argentina es reconocida tecnológicamente por ser el país de máxima eficiencia productiva y muy bajos costos operativos, teniendo algunas particularidades en su sistema productivo que lo caracteriza. Ese desarrollo tecnológico es demandado por varios países de África y Asia.

Uno de los factores más limitantes para el crecimiento de las exportaciones del sector es la falta de una línea de crédito que financie las exportaciones de máquinas agrícolas en mercados internacionales con alto impacto para la producción como serían los casos de África y Asia.

Según el informe de la OMC “El fortalecimiento de la capacidad de África” el comercio mundial abierto ha tenido efectos positivos para la industrialización y el desarrollo africanos. En este informe se examinan los esfuerzos realizados para ayudar a los países africanos a fortalecer su capacidad comercial y aprovechar más plenamente los beneficios que aporta el comercio.

Para reactivar la inversión en África y apoyar la recuperación económica del continente tras la pandemia de COVID-19, será fundamental que los mercados se mantengan abiertos y se fomente un entorno empresarial favorable.

PAÍS QUE BRINDA MAYORES OPORTUNIDADES PARA NUESTRO PRODUCTO

Pudimos observar gracias a estudios realizados por el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) ,agencia especializada de las Naciones Unidas, cuyo objetivo es

proporcionar fondos y movilizar recursos adicionales para promover el progreso económico de los habitantes en situación de pobreza de zonas rurales, que en Angola estos préstamos de la organización se van a basar en respaldar iniciativas encaminadas a mejorar la seguridad alimentaria y reconstruir los medios de vida de la población rural pobre a través del desarrollo agrícola y rural.

Las actividades se centran en las zonas más pobres de la meseta central. Los proyectos se dirigen a los grupos vulnerables, como las mujeres y los hogares encabezados por mujeres, así como a los jóvenes, los soldados desmovilizados y los desplazados.

Las principales actividades están destinadas a:

- aumentar la producción de cultivos alimentarios básicos de los pequeños agricultores y fomentar la pesca y la acuicultura continentales;
- reforzar las organizaciones rurales y la representación de los grupos vulnerables;
- garantizar el acceso de los grupos más desfavorecidos a los servicios y las infraestructuras rurales básicas, y
- promover políticas favorables a los pobres basadas en el conocimiento de las necesidades de la población rural pobre en localidades específicas.

Las más de 150 millones de hectáreas cultivables que posee el continente africano son una gran oportunidad de desarrollo para la maquinaria y los insumos agropecuarios.

La calidad en las tecnologías empleadas por Angola no son las mejores y los empleados que realizan las tareas son poco especializados, un rasgo distintivo de la Argentina que en este sector se destaca por las tecnologías y su personal capacitado. Es importante citar que Angola cuenta con la mayor cantidad de cuencas fluviales de todo el África, lo cual torna bastante fácil desarrollar producciones que tengan rápido rendimiento y que en un tiempo relativamente corto pueda convertirse en exportador dentro de los países de la región. Se puede ayudar a Angola a transformar su capacidad productiva con esta tecnología implementada en dichos productos.

Cabe destacar que los problemas más urgentes que tiene África están relacionados con la pobreza y marginalidad, el desempleo y la seguridad alimentaria y esto sería una gran oportunidad ya que con la utilización de la maquinaria agrícola se podría aprovechar las tierras del continente generando una grandísima oportunidad de puestos de trabajo y también la posibilidad de desarrollar alimentos para abastecer al pueblo africano.

Con la realización de algunos estudios por parte del INTA, que es un organismo especializado en el sector agropecuario, se puede afirmar que el futuro agropecuario está en África y se están haciendo contactos para poder empezar a comercializar productos argentinos.

ANGOLA

Como mencionaba anteriormente en las regiones en cual podía ser más oportuna dicha operación comercial, nos centramos en el estudio de Angola principalmente por las razones que mencionare posteriormente.

En este punto hemos recurrido principalmente a las citas de las fuentes secundarias, para poder realizar la evaluación de la zona seleccionada con un breve análisis de los siguientes aspectos:

Diamantes y otros	0,67	0,54	0,90
Petróleo	19,70	19,59	27,80
Industria transformadora	6,73	7,12	6,24
Construcción	15,21	14,18	13,14
Energía	0,58	0,57	0,53
Servicios	38,49	38,96	34,65
Otros	8,61	9,45	8,48

Fuente: Banco Nacional de Angola. “Relatório Anual e Contas 2019”. Mayo 2020

Como se puede observar en el cuadro adjunto, la agricultura ha recaído desde el año 2019 en su aportación al PIB junto con la construcción y el sector servicios (comercio), esto es clave para el producto que queremos introducir al mercado. Los principales sectores industriales son el petrolero, di amantero, cervecero, tabaquero, azucarero, textil, el del cemento, el de productos de metales básicos, el de procesamiento de pescados y alimentos. El rápido decrecimiento de Angola se ha visto sin duda estimulado por decisiones políticas empleadas a partir de la pandemia que está acechando al mundo.

A continuación, se verá reflejada la importancia que tiene la agricultura en el sector y así el afecto que tendrá el producto en el país.

La agricultura continúa siendo un sector poco esgrimido pese al potencial que presenta ya que se estima que Angola posee una superficie cultivable de 5 a 8 millones de hectáreas. Efectivamente, un país que se autoabastecía de productos básicos, en la actualidad importa estos artículos para satisfacer la mayor parte de su demanda a consecuencia de:

- años de guerra;
- el abandono de las tierras por parte de los agricultores;
- los campos minados, lo que inutiliza parcialmente el aprovechamiento de las tierras;
- la destrucción de la estructura productiva
- el éxodo masivo de mano de obra calificada luego de la independencia, entre otros factores.

Aunque la economía rural está muy debilitada, decenas de miles de personas están regresando a las zonas rurales ahora que son más seguras.

La Demanda en Angola

Las plazas en crecimiento, como la de Angola, no es necesario ahondar demasiado en la búsqueda de nuevos negocios ya que se caracteriza por ser un mercado en el que aún está todo por hacer, donde las chances son fácilmente detectadas y no existe un gran número de competidores.

En el futuro surgirán nuevas preferencias y factores que se desarrollarán en el mercado angoleño, las cuáles el exportador argentino deberá observar con atención para no desaprovechar las oportunidades comerciales emergentes. Entre las variables a tener en cuenta se halla el ingreso per cápita, que está en crecimiento en las áreas metropolitanas, mientras que la vida continúa siendo difícil para el resto de los angoleños con una pobreza omnipresente sumada al desempleo. Otro índice relevante es el número de habitantes de Angola, que según el Fondo de Naciones Unidas para la Población (UNFPA, por sus siglas en inglés) pasará de los casi 18 millones de personas a los 44,6 millones en el 2050. Las oportunidades de mercado están, en su mayoría, concentradas en Luanda; una ciudad con una población estimada de más de 4 millones de habitantes cuyo estándar de vida no es el óptimo a raíz del difícil acceso a los servicios básicos (incluyendo los sanitarios y el agua) y los altos precios de los productos y prestaciones.

Hay algunos programas que se están tratando de implementar en Angola para poder bajar el precio de los alimentos y expanda el mercado de comestibles local con el correr del tiempo.

Los bienes de capital han sido, tradicionalmente, los productos más demandados en Angola. La reconstrucción de las infraestructuras básicas y la recuperación del tejido productivo precisarán de tales bienes.

A la hora de buscar prospectos de clientes conviene fijarse en las oportunidades que emergen del proceso de privatización de las empresas estatales que gestionan los principales servicios públicos del país, así como las empresas estatales industriales más representativas. No obstante, para que la inversión en la actividad industrial sea posible, deben solucionarse dificultades en el sistema productivo angoleño como ser las de gestión, el mantenimiento de maquinaria y la adquisición de materias primas y bienes intermedios, que son importados. Asimismo, la mano de obra no está calificada y la infraestructura es deficiente.

Los conflictos antedichos presentan paralelamente oportunidades potenciales de compra si se llevan a cabo bajo un marco adecuado, atendiendo las demandas de los diferentes programas gubernamentales o de la cooperación internacional brindada a Angola.

En tanto, el relanzamiento de la silvicultura hacia el año 2020 implicó la puesta en marcha de importantes adquisiciones en los medios de tala e instalaciones industriales de transformación de madera, y la adopción de una política de repoblación forestal en consonancia con la tala.

La población se concentró principalmente en las zonas urbanas debido al conflicto bélico sufrió la nación. La mayor parte de los habitantes de Luanda son muy pobres y no poseen un título formal que certifique su propiedad sobre su tierra o vivienda. La escasez de moradas ha sido estimada en 800.000 casas, lo que se traduce a 4 millones de personas sin un sitio adecuado donde vivir. Al respecto, el gobierno aprobó planes para construir 200.000 viviendas de las cuales 120.000 se edificarán en Luanda. Para lograr dicho objetivo, recientemente 20.000 residentes pobres de la ciudad fueron desalojados forzosamente sin una compensación apropiada de las tierras donde se ejecutarán los proyectos de construcción.

INTERCAMBIO COMERCIAL BILATERAL ARGENTINA-ANGOLA

En cuanto al intercambio comercial entre Argentina y Angola, encontramos que en agosto de 2008 se aprobó un acuerdo de cooperación económica y comercial entre estos dos países (Ley 26.399).

El fortalecimiento y la expansión de la Cooperación Económica y Comercial entre las partes contribuirá al bienestar general de los pueblos de cada uno de los Estados, afirmando el deseo de ambas Partes de desarrollar sus relaciones comerciales en base a los principios de la nación más favorecida y de tratamiento nacional, teniendo en cuenta el carácter de Miembros de la Organización Mundial de Comercio que ambas revisten, siendo los vínculos económicos un elemento importante y necesario en el fortalecimiento de sus relaciones bilaterales, convencidos de que un acuerdo de Cooperación Económica y Comercial entre las Partes constituye un importante instrumento para la promoción de los intereses mutuos. Esta ley se renueva automáticamente cada 5 años salvo que algunas de las partes no decida continuar con este acuerdo.

Algunos artículos que pudimos destacar de la ley son:

Artículo 1: Las Partes promoverán el desarrollo de la cooperación económica y comercial y de otras formas de cooperación económica entre los dos países conforme a las disposiciones del presente Acuerdo y los principios y normas del derecho internacional aplicables.

Artículo 2: 1.- Las Partes se otorgarán mutuamente el trato de nación más favorecida con respecto a los derechos de aduana y cargas de cualquier clase que impongan a las importaciones o a las exportaciones, como asimismo con relación a las normas y formalidades atinentes al transporte de mercaderías, de conformidad con las obligaciones estipuladas en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994.

2.- Las disposiciones del párrafo 1 de este artículo no deberán interpretarse en el sentido de que las Partes quedan obligadas a extenderse mutuamente toda ventaja, preferencia, concesión o privilegio que una de las Partes pudiere otorgar a un tercer Estado en virtud de:

(a) cualquier acuerdo sobre zonas de libre comercio, unión aduanera, mercado común o unión económica en los que alguna de las Partes es o pudiere ser Parte,

(b) cualquier acuerdo o arreglo celebrado con países limítrofes con el objeto de facilitar el tráfico fronterizo, o

(c) disposiciones otorgadas en favor de cualquier país en desarrollo, de conformidad con los principios de la Organización Mundial de Comercio y otros acuerdos internacionales aplicables.

Artículo 3: Las Partes alentarán y facilitarán los contactos directos entre sus operadores, e instituciones económicas.

Artículo 4: Los pagos de las transacciones llevadas a cabo dentro del marco de este Acuerdo se efectuarán en monedas de libre convertibilidad, salvo que las Partes interesadas lo acuerden de otro modo en una transacción especial conforme a la legislación vigente en cada país.

Artículo 5: Las Partes promoverán la cooperación económica y comercial entre ellas en todos los campos considerados de interés mutuo, inclusive fomentando un clima favorable para las inversiones, uniones transitorias de empresas, subcontrataciones y facilitando actividades de promoción comercial

CONJUNTURA POLITICA-ECONOMICA

Angola es un país rico en recursos naturales (petróleo, diamantes, minerales, pesca), con una economía típica de país en vías de desarrollo, con serios problemas estructurales que el reciente gobierno intenta subsanar.

El país tiene una estructura económica escasamente diversificada, totalmente dependiente del petróleo y de las importaciones de todo tipo de insumos. El sector público es el principal agente económico. El coste de vida es muy elevado, especialmente en la capital. A pesar de tener una renta per cápita que supera los 6.000 USD, la distribución de la renta es absolutamente dispar, con una minoría con rentas elevadísimas y una mayoría que vive en el umbral de la pobreza. La clase media es prácticamente inexistente.

En términos de crecimiento económico, fue una de las economías de mayor crecimiento en el mundo en entre los años 2002-2008, si bien partía de niveles muy bajos tras la guerra civil. Tras este periodo, la economía entró en crisis en 2014, provocando una recesión económica que sigue latente actualmente. Esta situación se vio agravada por la escasez de reservas generada por la caída de ingresos provenientes del petróleo, restringiendo la capacidad de realizar transferencias al exterior. El resultado ha sido un parálisis de más de 2 años en los pagos internacionales, lo que ha redundado en una incapacidad para afrontar los pagos de suministros regulares imprescindibles en una economía absolutamente dependiente de las importaciones.

Entre los problemas estructurales a los cuales se enfrenta el país, el más complicado de solucionar a corto plazo es que no posee industria (lo cual le hace depender de las importaciones). Adicionalmente, hay un gran despilfarro de recursos debido a la falta de organización, la deficiente gestión de los servicios públicos, la escasa formación, la corrupción, la falta de mantenimiento de las infraestructuras, las complejas gestiones para realizar cualquier actividad económica, las dificultades para crear PYMES y el escaso acceso de éstas a la financiación bancaria. Estos inconvenientes quedan patentes en el ranking del “Doing Business” del Banco Mundial que en el 2019 sitúa a Angola en el puesto 173 de 190 países.

Desde las elecciones de agosto de 2017, se vienen sentando las bases para el paso a un entorno de estabilización macroeconómica, con el objetivo de conseguir un crecimiento sostenible. Tras las elecciones, el nuevo presidente, João Lourenço impulsó un ambicioso programa de reformas estructurales, dio instrucciones a su equipo económico para llegar a un acuerdo con el FMI para la firma de un programa financiero, que

finalmente se produjo de diciembre de 2018, y emprendió una campaña de transparencia y lucha contra la corrupción.

Producto Bruto Interno

El producto interior bruto de Angola en 2022 ha crecido un 3% respecto a 2021. Se trata de una tasa 19 décimas mayor que la de 2021, que fue del 1,1%.

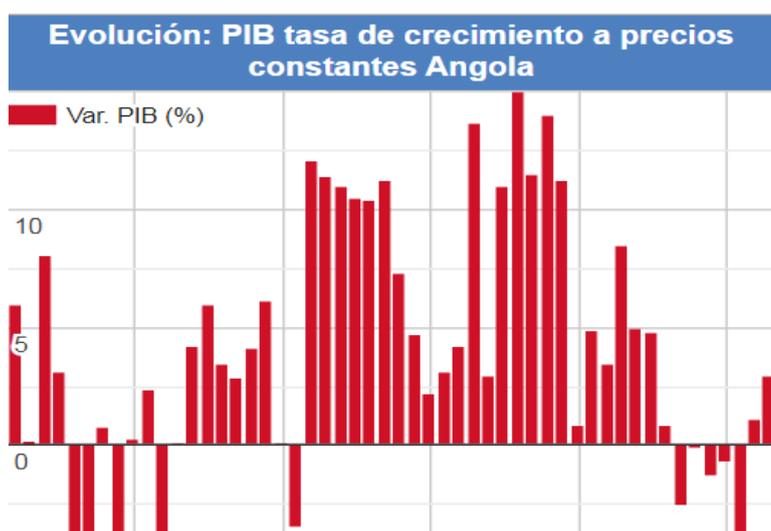
En 2022 la cifra del PIB fue de 110.043 M€, con lo que Angola es la economía número 63 en el ranking de los 196 países de los que publicamos el PIB. El valor absoluto del PIB en Angola creció 46.850 M€ respecto a 2021.

El PIB Per cápita de Angola en 2022 fue de 3.189 €, 1.358 € mayor que el de 2021, que fue de 1.831 €. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2012 cuando el PIB per cápita en Angola era de 3.954.

Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB per cápita, Angola se encuentra en el puesto 131, por lo que sus habitantes tienen, según este parametro, un bajo nivel de riqueza en relación a los 196 países de los que publicamos este dato.

Precios:

La política monetaria tiene un corte moderadamente restrictivo (el FMI recomienda mayor rigor). El factor clave en 2018 y 2019 ha sido la importante depreciación del tipo de cambio que ha presionado al alza los precios. El abandono en la segunda mitad de 2018 del tipo de cambio fijo (con bandas del 2% respecto al euro), ha llevado a una importante depreciación del Kwanza. Una vez alcanzado su valor de mercado, su comportamiento está en línea con la inflación. Hay que tener presente que el BNA ha tenido (y tiene) que gestionar una multiplicidad de objetivos: control de precios, estabilidad del tipo de cambio, gestión de las insuficientes reservas sin perder de vista el débil crecimiento económico. En este sentido, el impacto sobre el crecimiento económico del severo ajuste fiscal probablemente ha llevado al Banco Central a atenuar el carácter contractivo de su gestión monetaria.



Tipo de cambio y reservas de divisas:

El mercado cambiario ha vivido grandes convulsiones en los últimos años. Hasta 2017, existía un régimen de tipo de cambio fijo, ligado al dólar (en el entorno de 100 Kz/\$). El 4 de enero de 2018 el Comité de Política Monetaria del Banco Nacional de Angola (BNA) decidió tomar el euro como referencia del valor del Kwanza, adoptando un sistema de bandas del 2% dentro del cual se movía el Kwanza. Ante la ingente pérdida de reservas, finalmente, en la segunda mitad de 2018, se abandonó este sistema, permitiendo desde entonces una flotación sucia del Kwanza. En todo caso, el mercado cambiario sigue sometido a un funcionamiento anómalo dada la escasez de reservas del país, la cual, junto con la inflación de dos dígitos, mantiene las presiones depreciatorias en la moneda nacional. En la actualidad, el tipo de cambio oficial con el dólar se encuentra en el entorno de 635 Kz/\$, mientras que el cambio con el euro está alrededor de 750 Kz/€. Es probable que las presiones sobre el Kwanza persistan debido a la falta de divisas de la que adolece el país hasta el momento y que ha provocado un racionamiento de las mismas

Balanza de pagos:

La balanza de pagos por cuenta corriente lleva arrojando saldos deficitarios desde 2014. Esto se debe a que a pesar del permanente superávit comercial debido esencialmente a las exportaciones de petróleo, su magnitud ha caído notablemente por la crisis petrolífera, con lo que desde 2014, no se consigue compensar los déficits permanentes de las balanzas de servicios y rentas. En 2018 se consigue superávit de la cuenta corriente, así como en 2019. Sin embargo, esta tendencia fue transitoria y en el año 2020 volvió a la senda deficitaria. La tremenda crisis económica, unida a las enormes dificultades cambiarias generaron la práctica imposibilidad de realizar pagos y transferir beneficios al extranjero, lo que forzó la salida ingente de empresas instaladas. En consecuencia, el saldo de la cuenta de liquidaciones oficiales ha sido negativo desde 2014, lo que se ha traducido en una permanente pérdida de reservas del país.



Deuda pública:

Angola cerró el último año con una ratio deuda/PIB entorno al 90%. Dado el impacto del COVID y la caída de los precios del petróleo sobre el PIB y sobre el Kwanza, la previsión para 2020 es que aumente por encima del 100%. A pesar de que dicho comportamiento va en sentido contrario a los compromisos contraídos por el gobierno con el FMI en el marco del programa financiero firmado en diciembre de 2018, la evaluación que hace el propio Fondo es positiva, considerando que el objetivo de sostenibilidad a medio plazo se puede seguir cumpliendo. En términos de reparto de dicho endeudamiento entre tenedores residentes y no residentes, dos tercios de la misma es deuda externa, mientras que el tercio restante es deuda interna. Según la información más reciente, los principales acreedores de Angola son China con el 19%, Portugal (17%), Estados Unidos, (7%) y Brasil (6%). En este sentido, cabe señalar que parte de las ventas de petróleo han estado comprometidas por la deuda con estos tres socios financieros.

Saldo presupuestario:

Sistema de Pagos en Angola:

El Sistema de Pagos Nacional de Angola (SPA) es un conjunto estructurado de pago instrumentos, procesos y subsistemas, reguladas por el Banco Nacional de Angola (BNA), cuyo objetivo es garantizar la circulación de dinero en la economía angolana, el cumplimiento de los objetivos de seguridad, la fiabilidad operacional, la eficiencia y la transparencia consagrado en la Ley 05/2005, de 29 de julio, Ley de SPA.

El SPA se basa en el uso de instrumentos de pago sin dinero en efectivo como los cheques, transferencias y tarjetas de créditos y consiste en tres pagos subsistemas que son: Operaciones de sistema de pagos principales (SPTR), Sistema de Compensación (CVS) y MultiCaixa (MCX). El SPA es responsable de asegurar el cumplimiento de los objetivos de interés público contemplados en la Ley 05/2005, el uso de instrumentos de pago

Los instrumentos de pago:

Régimen de cobros y pagos al exterior. Control de cambios

La Ley de Control de Cambios, aprobada por la Ley nº 5/97 de 27 de Julio, regula los actos y las operaciones comerciales y financieras que repercutan de forma efectiva o potencial en la balanza de pagos de Angola.

No obstante, en los últimos años se han ido publicando diferentes avisos que modifican algunos de los puntos que se contemplan dentro de la ley de Control de Cambios. Esta última modificación fue hecha pública el 14 de abril de 2021 a través del Diario de la República de Angola.

La Ley de Control de Cambios y su normativa de desarrollo regulan la realización de operaciones de control de cambios y de comercio de divisas.

El Banco Nacional de Angola (BNA) es la autoridad de control de cambios de Angola. En un intento de igualar el cambio de la calle y el de los bancos, el BNA, establece un cambio en la normativa (n.º 10/2019, de 6 de noviembre) sobre los procedimientos para la realización de transacciones de divisas por personas físicas. Surge de la necesidad facilitar los procedimientos para la compra de divisas por parte de personas físicas. El

documento establece que no es necesario presentar documentación de respaldo para la realización de transacciones privadas de cambio de divisas, es decir, aquellas relacionadas con gastos de viaje, transferencias unilaterales de carácter privado, incluso para el apoyo familiar. El límite anual para las operaciones privadas, mediante la compra de moneda, no debe exceder el monto acumulado del equivalente de 120 mil dólares.

Conforme a la Ley de Control de Cambios, se consideran residentes en territorio angoleño:

- a) las personas físicas que tengan su residencia habitual en el país;
- b) las personas jurídicas que tengan su domicilio social en el país; y
- c) las filiales, sucursales, agencias o cualesquiera formas de establecimiento en el país de personas jurídicas con domicilio social en el extranjero.

Se consideran no residentes en territorio angoleño, entre otros:

- a) las personas físicas con residencia habitual en el extranjero;
- b) las personas jurídicas que tienen su domicilio social en el extranjero; y
- c) las filiales, sucursales, agencias o cualesquiera formas de establecimiento en territorio extranjero de personas jurídicas domiciliadas en el país.

Se consideran operaciones cambiarias, a efectos de la Ley de Control de Cambios:

- a) La adquisición o enajenación de oro en monedas, lingotes o en cualquier forma no trabajada.
- b) La adquisición o enajenación de moneda extranjera.
- c) La apertura y movimiento de cuentas en moneda extranjera en Angola, tanto por residentes como por no residentes.
- d) La apertura y movimiento de cuentas en moneda nacional por no residentes.
- e) La liquidación de cualesquiera transacciones de mercancías, operaciones corrientes de invisibles o capitales.

Las operaciones de control de cambios solo pueden realizarse a través de una institución financiera autorizada para ejercer el comercio de divisas. Están definidos por decreto los principios generales que deben cumplir las operaciones de importación, exportación o repatriación de mercancías, así como las operaciones corrientes de invisibles y de capitales.

En todas las transacciones de divisas (importaciones y exportaciones) podrán ser admitidas en las modalidades de liquidación siguientes:

1. **Crédito documentario a carta de crédito**

Un acuerdo por el cual el Banco emisor actúa siguiendo las instrucciones de un cliente, estando obligado a:

- i. Hacer un pago a un tercero (el beneficiario);
- ii. Aceptar y pagar las letras de cambio giradas por el beneficiario;
- iii. Autorizar a otro banco para hacer dicho pago, o aceptar y pagar dichos efectos comerciales;
- iv. Autorizar a otro banco a negociar, contra la presentación de los documentos estipulados, cumplidas las condiciones del crédito documentario.

El plazo máximo de validez será de 360 días.

2. **Pago anticipado (Prepago)**

El importador paga al exportador antes de enviar la mercancía, corriendo por su cuenta el riesgo de la falta de entrega de las mercancías o de su entrega fuera de las normas acordadas. El plazo máximo para la entrada de la mercancía en el país tras el pago es de 90 días.

3. **Pago Pospuesto**

La liquidación se realiza en su totalidad o en parte, por el cambio de residencia cambial a no residente, o viceversa, y que el resultado de la importación/exportación de productos sea en una de las siguientes maneras:

- (i) Cobros documentales: el exportador envía los bienes y reenvía la documentación al banco, que lo entregará al importador una vez recibido.
- (ii) Las remesas documentales: los documentos se envían directamente a importador y sin retiro, pudiendo realizar el pago después del desembarco aduanero de la mercancía.

ENTORNO PARA INVERSIONES:

El país africano es uno de los pocos que cuenta con tierras de aptitud agropecuaria disponibles para producción de distintos cultivos y la cría de animales.

Antonio Henriques Da Silva, Presidente de la Agencia de Promoción de Inversiones y Exportaciones de Angola (APIEX) expuso el caso de su país como destino de las inversiones agroindustriales y explicó las condiciones que ofrece el país africano.

Angola tiene una política nacional de inversiones cuyo propósito es romper la dependencia que la economía del país tiene respecto del petróleo y cubrir la necesidad de diversificarla con la intención de ampliar el mercado interno, incrementar las exportaciones no petrolíferas y crear una clase empresarial de la que participen los angoleños, de manera de lograr una mejor distribución de la riqueza”.

En tal sentido en los últimos años se adecuaron los incentivos a la inversión, tales como la liberación de los derechos de giro de ganancias y dividendos, y de obtención de créditos a nivel local e internacional. Los derechos para los inversionistas están garantizados en Angola, sin perjuicio de otros tratados bilaterales preexistentes entre los países intervinientes en un emprendimiento.

Entre las ventajas del nuevo ordenamiento, que regula el Ministerio de Comercio angoleño figura la quita del límite mínimo, que no permitía incentivos a las inversiones extranjeras menores al millón de dólares. Al mismo tiempo, se creó un comité de evaluación de proyectos, para su aprobación y acompañamiento. También se establecieron sectores prioritarios: agricultura, animales de cría, pesca e industria forestal y maderera.

Para dar incentivos se evalúa la creación de empleo, el monto y localización de la inversión, la producción que generará en la actividad de que se trate (agricultura, forestación, pesca y sus respectivas agroindustrias conexas.) Los incentivos en materia impositiva parten del 15% y pueden llegar a 100%, para proyectos de gran envergadura, en todos los casos por un plazo determinado de años.

Solo en determinados sectores económicos como electricidad, agua, transportes, logística, hotelería, turismo, telecomunicaciones y construcción se exige un 35% de participación de capitales angoleños en los proyectos con mayoría accionaria extranjera. Con estas radicaciones se busca un aumento de las exportaciones, mayor presencia de productos angoleños en el mundo, un incremento de las reservas líquidas del Estado y mayores presupuestos para proyectos nacionales de carácter social. Las oportunidades en la región son amplias. Existe gran cantidad de tierra disponible para la agricultura, un mar rico en recursos pesqueros y están en marcha 88 proyectos mineros que requieren inversión privada en oro, cobre, hierro, uranio, níquel y manganeso, entre otros. Los sectores de la construcción, industria, energía, transportes, turismo, educación, salud y telecomunicaciones también presentan oportunidades para los inversores. Angola tiene recursos naturales y está creando las bases de infraestructura. Una alianza con la Argentina puede ser estratégica y con resultados garantidos

ASPECTOS SOCIO - CULTURALES:

Se encuentra influida por todas aquellas etnias que existen en el país.

A pesar de la presencia portuguesa desde el siglo XVI, y la ocupación colonial desde inicios del siglo XX, la cultura angoleña es principalmente nativa, propia de los pueblos bantúes, mezclados habitualmente con la cultura portuguesa. Las diversas comunidades étnicas han conseguido mantener sus propias tradiciones e idiomas como el umbundu, kimbundu, kikongo o uchokwe.

Lo más relevante de las manifestaciones culturales de Angola son los restos de las construcciones coloniales portuguesas.

Entre las manifestaciones culturales actuales hay que resaltar los trabajos artesanales de las etnias bantús, quioco y mbundu, y la danza de guerra o Capoeira, exportada y desarrollada aún más en Brasil.

Si bien sus características son diferentes al de nuestro país vecino como Brasil hay bastante y variadas similitudes que podemos llegar a tener en cuenta a la hora de realizar negocios.

Una de las principales similitudes puede ser que la gran masa de sus habitantes vive en bajas condiciones y por lo cual tienen a solo obtener necesidades básicas como las de alimento, vestimenta.

- **Horarios:** los horarios de trabajo son de lunes a jueves de 7.30 a 15.30, con un intervalo de una hora para el almuerzo aproximadamente, los días viernes es normal que las personas dejen de trabajar luego del almuerzo. Los días sábados en general las oficinas no abren.

Respecto a los horarios los angoleños son flexibles, es común que las reuniones de trabajo y eventos sociales comiencen tarde.

No obstante, la agenda de reuniones siempre debe hacerse con la mayor antelación posible, y siempre llamar cerca de la fecha acordada para confirmar.

- **Reuniones:** los títulos son muy importantes y se utilizan para mostrar respecto a las autoridades. Por ejemplo: las autoridades del Gobierno son tratadas como “Su Excelencia”.

En los encuentros de trabajo y sociales, los saludos iniciales son muy importantes y muy formales. El apretón de manos al inicio y al final de una reunión no puede obviarse.

En general, las primeras reuniones sirven para el establecimiento de una relación personal y desarrollo de confianza mutua, que son elementos vitales en la cultura empresarial de Angola. La construcción de relaciones y redes es fundamental para garantizar el éxito comercial a largo plazo en Angola.

- **Vestimenta:** los angoleños son muy elegantes al vestir y siempre suelen estar bien presentados; los hombres usan traje y corbata, y las mujeres comúnmente vestidas o polleras largas, para reuniones formales está muy mal visto que las mujeres usen ropa muy corta o transparente y los hombros descubiertos. No obstante, el hábito de la formalidad en la vestimenta en sector privado está relajándose y cada vez son más los empresarios que no visten corbata.

- **Relaciones de trabajo:** como hemos mencionado las relaciones personales son vitales, los angoleños prefieren siempre hacer negocios con personas de confianza. Por ello, es recomendable que antes de hablar de negocios, se tome algún tiempo para conocer a su interlocutor.

Es importante remarcar también que en la cultura angoleña, los antepasados y los ancianos son muy respetados y por lo tanto es visto como muy ofensivo si no se demuestra el debido respeto a estas personas.

• **Reglas de Etiqueta:** se debe llegar a tiempo a las reuniones, pero como regla general no es de esperar que el colega angoleño llegue a horario; para ellos es común llegar con 10 a 15 minutos de atraso.

Durante los eventos sociales no se debe hablar de negocios, es fundamental separar negocios de la vida social.

No se deben sacar fotos de los edificios de Gobierno a menos que sus colegas angoleños lo inviten a hacerlo.

El momento del saludo no debe ser apurado, a los angoleños les gusta tomarse su tiempo para conversar al momento de saludar.

Es probable que su par angoleño le haga preguntas personales, en general son personas amigables y cercanas.

Principales días festivos:

Fecha	Nombre
1 de enero	Año nuevo
4 de enero	Día de los mártires de la represión colonial
4 de febrero	Día nacional de la lucha armada
8 de marzo	Día internacional de la mujer
4 de abril	Día de la paz
1 de mayo	Día del trabajo
1 de junio	Día del niño
17 de septiembre	Día de los héroes nacionales
2 de noviembre	Día de todos los santos
11 de noviembre	Día de la independencia
25 de diciembre	Navidad
31 de diciembre	Ultimo día del año

Como vimos en el análisis los angoleños tienen una población muy pobre por la cual la mayoría de las personas tienen pautas de consumos básicas; es decir, tratar de solventar sus necesidades básicas como alimentos, vestimenta, educación, etc.

Casi en un 70% de la población gastan la gran parte de sus ingresos en alimentos, por eso es importante que se aproveche al máximo y exploten los recursos naturales, para producir alimentos para toda la población.

Los angoleños son muy creyentes y los días festivos son muy importantes en su cultura, por la cual las familias realizan reuniones importantes en todas las ocasiones especiales. Esto quiere decir que sus hábitos de consumos varían en estas ocasiones, otorgando vital importancia a hacer regalos o determinadas ofrendas a sus dioses.

Una característica que he notado en este análisis es que los días domingos, ellos tienen el hábito de consumir los alimentos que no consumen en la semana. Este día llenan sus mesas de comidas típicas que no consumen diariamente un ejemplo claro sería el asado de los domingos al medio día en la Argentina.

Algunos tips que pueden ser importantes, un apretón de manos firme es la manera de saludarse más habitual. Si se utiliza el portugués la expresión de saludo más usual es

Bom día (Buenos días) o Boa tarde (Buenas tardes). Mas informalmente se dice Olá! (Hola).

Para dirigirse a las personas se utiliza el apellido, precedido por la palabra Señor (pronunciado Senor) o Señora (Senora). Para profesionales y directivos de alto nivel se utilizan títulos como Doctor o Engenheiro. A los altos cargos del Gobierno se les da el tratamiento de Excelencia.¹

El uso de las tarjetas es esencial para desarrollar relaciones comerciales, si bien no hay que extrañarse de que en algunos casos no disponga de ellas. Es importante conservar las que nos entreguen, ya que será difícil encontrar sus datos de contacto por otros medios.

Antes de empezar la reunión conviene dedicar un tiempo a saludar a las personas presentes y a una charla informal. Temas de conversación favorables son el fútbol (son grandes aficionados), la familia y las bellezas turísticas del país.

Deben evitarse temas de conversación sensibles como la esclavitud -desde Angola se enviaron muchos esclavos a Brasil para trabajar en la caña de azúcar- o las guerras civiles.

El ambiente de negocios es cordial. Los angoleños se caracterizan por su gran hospitalidad, si bien con algunos formalismos heredados de la época colonial portuguesa.

Angola tiene una de las gastronomías más ricas del África Subsahariana. Uno de los platos más típicos es el cacusso, un pescado cocinado con aceite de palma y acompañado de judías.

La bebida más popular es la cerveza, de la que existen varias marcas locales como Cuca y Eka.

Los regalos son bienvenidos y se abren inmediatamente. Si la situación es apropiada, objetos de alta calidad y artículos de lujo son la mejor opción.

PRODUCTO A EXPORTAR:

El producto a colocar en el mercado angoleño es él: Equipo Vasalli Axial 7500 full.



De Posición arancelaria 8433.51.00.000

Canales de distribución

Nos vamos a enfocar en este caso en los canales internos de distribución, aquellos que llevan los productos hasta el consumidor final y por lo cual son muy importantes. Estos canales de distribución son diferentes en cada país por lo tanto es bueno estar bien informado antes de tomar cualquier tipo de decisión.

Al elegir la exportación como la forma para penetrar el mercado como mencionamos anteriormente, debido a que es la primera vez que la empresa va a realizar transacciones con este mercado, no es necesario contar con distribuidores dentro del mercado Angoleño, ya que aún no se sabe si va hacer solo una venta o en realidad van negociar con mayor frecuencia.

Si la venta resulta factible y la empresa desea seguir exportando a dicho mercado la empresa, tendrá que hacer a través de distribuidores, para esto es necesario visitar varias veces el país y tratar de cultivar una buena relación personal y crear confianza con los mismos para tratar de realizar los mejores y efectivos negocios posibles.

La infraestructura de transporte en el interior de Angola hace que la demanda existente se centre principalmente en productos que no requieran refrigeración, ya que para estos no están bien desarrollados y son precarios los servicios que brinda. Como nuestra mercadería no requiere de un servicio demasiado importante para ser transportada, las empresas que realizan los servicios son demasiadas y no hay problemas en la respectiva movilidad.

Otro aspecto importante es que los caminos en Angola según el estudio realizado no son de óptimo nivel y esto puede dejar alguna discrepancia. Esto se debe a que las algunas rutas son de piedras y tierra, por lo que puede causar algún tipo de problema en épocas temporal y demás causas meteorológicas que imposibiliten la correcta movilidad de los medios de transporte y por consecuencia la mercadería no llegue a destino en los plazos indicados en los primeros términos.

Aeropuertos Angola

El aeropuerto de Luanda se ubica 4 km (2.5 millas) al sur del centro de la ciudad.

El aeropuerto de Lubango, 4 km (2.5 millas) al este de la ciudad.

Aerolíneas populares que vuelan a Angola

- Lufthansa (LH)
- Air France (AF)
- Qatar Airways (QR)
- Emirates (EK)
- Ethiopian Airlines (ET)
- Royal Air Maroc (AT)
- TAP Air Portugal (TP)
- Brussels Airlines (SN)
- Kenya Airways (KQ)
- TAAG Angola Airlines (DT)

Líneas marítimas:

- HAMBURG SUD
- MAERSK SEALAND
- Niledutch
- CMA CGM

Puertos

- Luanda
- Soyo
- Porto Amboim
- Namibe
- Lobito

FACTORES DE RIESGO Y OPORTUNIDADES:

En este caso nos tomamos la libertad de análisis las posibles y potables oportunidades y riesgos del sector en estudio; La agricultura y la agroindustria específicamente:

Agroindustria

Principales productos agrícolas:

- Caña de azúcar
- Café
- Sisal
- Maíz
- Algodón
- Tabaco
- Legumbres

Invertir en:

- Industria agroalimentaria: transformación y envasado de productos Agrícolas, cárnicos o pesqueros
- Acuicultura
- Distribución de productos de consumo
- Comercialización de productos manufacturados
- Transporte
- Cadena de frío
- Asesoría, maximizar producción.

Angola tiene un considerable potencial agrícola. De su superficie total de 124 millones de hectáreas, 54 millones son tierras de pastoreo y 35 millones, tierras cultivables. Hay tres zonas agrícolas y ecológicas principales: una de ellas depende de las lluvias estacionales; otra es una zona de transición, apta para cultivos resistentes a la sequía, y la tercera es una zona árida en la que la agricultura requeriría vastos sistemas de regadío.

Antes de lograr la independencia, Angola era un importante productor agrícola, autosuficiente en lo que a alimentos se refiere y exportador sustancial de muchos productos agrícolas. Los daños causados por la guerra civil, redujeron al país a la condición de sustancial importador neto de productos alimenticios y agrícolas y receptor de ayuda alimentaria, aunque esas necesidades están disminuyendo. La existencia de minas terrestres en ciertas zonas del país, pese al activo programa de remoción de minas, ha constituido un importante obstáculo para la rehabilitación de las zonas rurales, aunque también en este caso se están haciendo muchos progresos.

En la actualidad, la mayor parte de la producción agropecuaria (un 80 por ciento) es de subsistencia o de pequeña escala, por lo que se utilizan métodos manuales o tecnologías

de poca complejidad y la productividad es baja. Se estima que el 18 por ciento de la producción procede de explotaciones de mediano tamaño y sólo el 2 por ciento, de explotaciones comerciales. No obstante, el potencial de explotación agrícola comercial, siempre que se actualicen las infraestructuras, es considerable.

La pobreza rural está muy extendida. La mal nutrición afecta al 50 por ciento de la población y la tasa de mortalidad infantil es elevada. Se considera que el 78 por ciento de las familias rurales son "pobres" y el 70 por ciento, "extremadamente pobres". El desplazamiento de la población desde los pueblos rurales principalmente hacia zonas urbanas, ha agravado el problema de la pobreza rural al disminuir la capacidad productiva y el acceso a alimentos.

Tomando en cuenta estos parámetros cabe citar que los productos darían ese toque de calidad a sus operaciones y les permitiría producir en óptimas calidades.

Además, el Gobierno reconoce que no posee recursos suficientes para intervenir activamente en el sector agrario. Está tratando de desarrollar políticas, estrategias y recursos para estimular la participación del sector privado y revitalizar las instituciones públicas. El Gobierno se concentra en las funciones básicas, interviniendo directamente sólo cuando no es probable que el sector privado haga inversiones debido a la posibilidad de un rendimiento más bajo o de mayores riesgos.

Una significativa oportunidad de inversión la mejora de la infraestructura para la agricultura, la mecanización agrícola y la asistencia técnica y, sobre todo aquellas tecnologías relacionadas con los cultivos más propagados hoy en día como el maíz, la mandioca, el poroto y el sorgo, servicios que podrán brindar nuestros productos.

Los posibles riesgos se verán reflejados principalmente en la estabilidad macroeconómica de Angola; sin embargo, se considera que las actuales políticas macroeconómicas, especialmente el mantenimiento de un tipo de cambio "firme" en una situación inflacionaria, son un obstáculo para el desarrollo agropecuario.

Desde el punto de vista del Ministerio de Agricultura, es importante que el tipo de cambio esté de acuerdo con la tasa de inflación.

Otras limitaciones identificadas son la cantidad y los precios de los alimentos importados, a menudo subvencionados, y sus efectos en la reestructuración del sector agropecuario; las subvenciones de los precios internos y el control de los márgenes de beneficio, que reducen los incentivos para el comercio rural. Otro aspecto fundamental las redes de caminos y líneas ferroviarias gravemente dañadas y la limitada infraestructura; la necesidad de restablecer la capacidad de almacenamiento y la necesidad de crear sistemas financieros y de crédito adecuados para fomentar la producción y el comercio rurales.

Las principales redes de comunicación en ANGOLA se encuentran saturadas en las principales ciudades del país por lo cual será complicado, establecer negociaciones con los distintos puntos y regiones.

A pesar de todo esto el gobierno argentino está tratando de establecer negociaciones comerciales con Angola.

Angola es un país importante en términos estratégicos. Argentina y Angola son dos de las principales economías y estados organizados al sur del Sahara.

Por otro lado, Argentina tiene para ofrecer a Angola la posibilidad de desarrollar y profesionalizar su sector agropecuario. Argentina, entonces, tiene enormes posibilidades de exportar manufacturas agropecuarias y no solo commodities. Argentina también les puede exportar knowhow. Es bien conocida la productividad del sector agropecuario argentino.

En tanto, en Angola es muy baja falta tecnología y personal preparado como existe en Argentina. Además, cuenta con la mayor cantidad de cuencas fluviales del todo el África.

Tiene una extensión parecida a Bolivia y agua por todos lados lo cual torna bastante fácil desarrollar producciones que tengan rápido rendimiento y que en un tiempo relativamente corto pueda convertirse en exportador dentro de los países de la región. Argentina puede ayudar a Angola a transformar su capacidad productiva, vender servicios, vender knowhow, vender tecnología agropecuaria.

Por lo que se podría decir que nuestros serian de una gran Importancia para su país

ANÁLISIS DEL SECTOR ARGENTINO AL QUE PERTENECE LA EMPRESA ANALIZADA

SECTOR ARGENTINO

El sector que nos toca analizar en relación a la empresa y el producto seleccionado se encuentra en el marco de la industria metalmeccánica argentina. Esta comprende la fabricación de una diversa gama de productos que van desde las formas básicas de metal hasta las maquinarias más complejas.

De esta forma estos productos constituyen una parte fundamental en la producción de la nación, no sólo por su contenido tecnológico y valor agregado, sino también por su articulación con distintos sectores industriales.

Forman parte del sector metal mecánico todas aquellas industrias manufactureras dedicadas a la fabricación, reparación, ensamble y transformación del metal para las siguientes aplicaciones:

Fabricación y preparación de productos para la industria metalmeccánica:

- Preparación, corte y plegado de chapa y perfilaría
- Recubrimientos y terminados metálicos.

Fabricación de productos de hierro y acero:

- Fabricación de productos metálicos, forjados y troquelados.
- Herramientas de mano sin motor y utensilios de cocina metálicos.
- Carpintería metálica.
- Herrería.

Industrias metálicas básicas:

- Moldeo por fundición de piezas metálicas.
- Industria básica del aluminio.
- Industrias básicas de otros metales no ferrosos.

- Herraes y cerraduras.
- Alambre, productos de alambre y resortes.
- Piezas metálicas y fabricación de tornillos.

Algunas empresas agropartes que se encuentran en la zona:

- Agrometal: mantiene el liderazgo con la participación del 25% del mercado argentino en la venta de sembradoras. Sus productos mas destacados son las sembradoras.
- New Holland-Case (CNH): New Holland está controlada por el grupo Fiat y adquirió la mayoría de Case. New Holland tiene gran presencia en Europa y Asia, mientras Case la tiene en EEUU. New Holland agrupó a los productos Fiatagri y la parte agrícola de Ford, y posee acciones en Flexicoil, Laverda, Manitou (palas cargadoras) y Ag Chem (fertilizadoras y pulverizadoras). Case tiene acciones en firmas europeas de cosechadoras de grano y forraje, Hesston de forraje, Tyler de pulverizadoras, DMI de labranza, Concord de sembradoras, Steyr de tractores, y algunas empresas de software de agricultura de precisión.
- Apache: localidad de Las Parejas, Santa Fe, iniciando sus actividades como fabricante de diversos implementos agrícolas. Actualmente tiene una producción anual de quinientas unidades e implementos, y más de mil toneladas de fundición. Asimismo, exporta sus maquinarias a países de América, África y Oceanía.
- Giorgi: nació en la década del 30 con su primer taller en Fuentes, localidad de La Pampa. Con su vasta trayectoria ha desarrollado hasta el día de hoy diversos modelos de sembradoras, su último producto es la sembradora; hoy en día sus sembradoras son muy conocidas y sus productos se comercializan en una gran forma.
- Vasalli;Nació en Firmat en el año 1949. Su fundador, Roque Vassalli, traslado ese año su taller de reformas ubicado en Cañada de Gómez con la ayuda de unos accionistas comenzó a desarrollar una planta modelo que, se fue convirtiendo en una empresa destacada como verdadero polo de desarrollo tecnológico y productivo, y referente ineludible a la hora de señalar los puntos clave de la evolución del sector de maquinaria agrícola en el país.
- John Deere: es la empresa con mayor facturación mundial dedicada a máquinas agrícolas y tractores. Originalmente de capitales norteamericanos, tiene un acuerdo comercial con la checa Zator y con Goldoni de Italia para la producción de 17 tractores.

FACTORES DETERMINANTES DE PORTER EN ARGENTINA PARA EL SECTOR AGROINDUSTRIAL

Porter analiza a la productividad nacional, porque es el principal determinante, en el largo plazo, del estándar de vida de un país. En su teoría se ocupo en explicar porque una nación alcanza el éxito en un sector en particular, donde la respuesta la encontraremos en cuatro atributos genéricos de una nación que conforman el entorno en que han de competir las empresas locales y que fomenta la creación de la ventaja competitiva.

La presente teoría detalla por qué empresas de una nación, desarrolla mejores estrategias que las de otros países, así como también por qué una determinada nación es

escogida como sede principal de compañías globales exitosas. Más aún, explicaría por qué algunas naciones son mejores que otras en la creación de ventajas que son esenciales para alcanzar una alta productividad y, finalmente, cómo una nación crea un entorno donde las empresas de una industria en particular, están en capacidad de mejorar e innovar más rápidamente que sus rivales extranjeros.



- Condiciones de los factores: Esta es la posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado.
- Condiciones de la demanda : demanda interna de los productos o servicios del sector.
- Sectores conexos y auxiliares la presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos.
- Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica.

Hay otras dos variables que pueden influir de forma muy importante en el sistema nacional y que son necesarias para completar la teoría. Son la casualidad y el gobierno. Los acontecimientos casuales suceden fuera de control de las empresas (y normalmente fuera también del control del gobierno) tales como, nuevos inventos, perfeccionamientos en las tecnologías básicas, guerras, acontecimientos políticos externos, y cambios sustanciales en la demanda de los mercados extranjeros.

El gobierno, puede mejorar o deteriorar la ventaja nacional, las políticas influyen en cada uno de los determinantes. Por ejemplo, la política antitrust afecta la rivalidad doméstica, la regulación oficial puede alterar las condiciones de la demanda interior, las inversiones en formación puede cambiar las condiciones de los factores, las compras gubernamentales pueden estimular los sectores afines y de apoyo.

Las ventajas, en todos los determinantes o componentes del diamante, son necesarias para alcanzar y mantener dicho éxito. Sin embargo, gozar de condiciones favorables en cada atributo no es algo indispensable para poder conseguir ventajas competitivas en una industria.

La competencia interna promueve la innovación constante en el resto de los atributos; la concentración o proximidad geográfica, magnifica o acelera la interacción de los cuatro diferentes atributos.

Una nación generalmente alcanza el éxito en un sector en particular gracias a los cuatro componentes que conforman el Diamante de Michael Porter los cuales determinan el entorno en que han de competir las empresas locales que fomentan o entorpecen la creación de la ventaja competitiva.

CONDICIÓN DE LOS FACTORES:

Cada nación posee, en mayor o menor grado, factores de producción. Los factores de producción no son nada más que los insumos necesarios para competir en cualquier sector, tales como mano de obra, tierra cultivable, recursos naturales, capital e infraestructura.

Una nación exportara aquellos bienes que hagan un uso intensivo de los factores de que esta relativamente bien dotada. Está claro que la dotación de factores con que cuente una nación tiene un papel que desempeñar en la ventaja competitiva de las empresas de una nación y que el rápido crecimiento y también y rápido crecimiento de la mano de obra barata debido a una dotación de factores humanos.

Los factores más importantes para la ventaja competitiva en la mayoría de los sectores, especialmente en los sectores más vitales para el crecimiento de la productividad en las economías más avanzadas, no son cosa que pueda heredarse si no que se crean dentro de una nación, mediante procesos que difieran considerablemente de unas a otras naciones y entre los sectores de estas.

La Red del Maquinaria Agrícola y Agropartes de baja y alta complejidad desarrollada en

Argentina se considera exitosa y por el crecimiento y desarrollo alcanzado merece ser analizada y estudiada como un modelo organizacional para tomar como ejemplo para otros sectores estratégicos de Argentina, como ser el sector agropecuario que merece también un trabajo en Red donde los verdaderos actores articulen, opinen y tomen decisiones estratégicas con una mirada larga, teniendo como objetivo mejorar el valor agregado de los granos en origen con mayor integración del productor primario a la cadena de agroalimentos desarrollados en origen de manera asociativa. El sector de la Maquinaria Agrícola y Agropartes de baja y alta complejidad en Argentina funciona bajo la órbita de una **Red público/privada** con objetivos comunes, que no es otro que el crecimiento de la competitividad de las **730 Pymes** que integran el sector involucrando **90.000 puestos de trabajo** de manera directa e indirecta. El sector está compuesto por 730 Pymes todas con más de 10 empleados y menos de 600. 290 de las Pymes son agropartistas y 17 de alta complejidad. Esta distribución garantiza una **equidad en la distribución de la riqueza**.

La radicación está en un 85% en pequeñas ciudades del interior, esta distribución geográfica y ubicación en pequeñas ciudades tiene una **importancia estratégica en el desarrollo del territorio**.

El funcionamiento en Red público/privada otorga sinergismo de crecimiento con desarrollo, comprometiendo estratégicamente a todos los sectores necesarios en lo público desde la formación de recursos humanos con modificación de currículos, hasta la generación de políticas de estado que favorezcan el logro de los objetivos del sector y del país.

Referente a lo privado, la búsqueda permanente de innovaciones estratégicas, decisión de inversiones y capacitaciones con un amplio espíritu de cooperación inter empresarial tratando que todas **las empresas se internacionalicen** y logren la tan mentada **competitividad global**, tan necesaria para crecer en un mundo globalizado.

Alcanzar la competitividad global significa defender el mercado interno. Internacionalizar las empresas del sector es el objetivo de la Red, solo el logro de este objetivo común garantiza el crecimiento de la demanda laboral del sector y con ello el desarrollo territorial.

- Innovación y capacitación permanente.
 - Inversión estratégica.
 - Funcionamiento eficiente de la Red público/privada.
 - Formación de recursos humanos acordes a las necesidades.
 - Empresarios con alto compromiso social empresarial.
- ...Estrategia de superación permanente y desarrollo sustentable del sector son y serán los factores prioritarios que guíen el accionar de la Red.

El sector de la Maquinaria Agrícola y de Agrocomponentes en Argentina en los últimos años ha experimentado un fuerte crecimiento acompañado de un desarrollo cualitativo muy significativo (tecnología de producto y proceso), lo cual permitió que **más de 50 empresas del sector adquirieran la tan mentada competitividad global**.

Esto coloca a nuestro país frente a un análisis y planificación muy distinta mirando hacia los próximos 20 años.

La Argentina debe evolucionar de un país generador y proveedor de alimentos primarios hacia un país agroindustrial, donde los granos (cereales y oleaginosas), pasturas y cultivos regionales sean transformados e industrializados y agregando valor en origen permitiendo el desarrollo local de los pueblos del interior con potencialidad agropecuaria (desarrollo local inclusivo).

Argentina evidenció un espectacular crecimiento de productividad ya que en los últimos 17 años aumentó 135% la producción con solo un 91% de incremento de área.²

DOTACION DE LOS FACTORES:

Para estudiar el papel de los factores en la ventaja competitiva de una nación, conviene aclarar el concepto de competencia sectorial.

Los factores de producción se describen frecuentemente en términos muy genéricos como la tierra, mano de obra, capital, que son demasiados generales para aplicarlos a la

²“Desarrollo industrial de la maquinaria agrícolas y agropartes en Argentina”
Impacto económico y social 07-02-2012 Ing. Agr. M.Sc. Mario Bragachini INTA Manfredi

ventaja competitiva en diferentes sectores. Los factores pueden agruparse en unas cuantas categorías genéricas:

Claramente vemos que la provincia de Santa Fe abarca la porción más grande de producción de agro partes en la Argentina, por eso para analizar con más precisión tomamos las 10 empresas más importantes del sector, que se encuentran en la provincia que son: Agrometal, Mainero y Cia, New Holland-Case, Gherardi, Giorgi, Vasalli, John Deere, Pla S.A, Metalfor, Conecar.

RECURSOS:

RECURSOS HUMANOS:

La cantidad, cualificación y coste del personal, teniendo en cuenta las horas normales de trabajo y también la ética de trabajo para las personas que lo realicen. Dentro de los recursos humanos podemos encontrar:³

Personas especializadas: El sector en estudio cuenta con personal altamente calificado como Ingenieros Agrónomos, ingenieros electromecánicos, personal altamente calificado en manejos de software y programación contable. Un importante staff de apoyo administrativo, judicial y también contable.

Mano de obra: productores, recolectores, operarios, mecánicos, técnicos, personal a cargo de la maquinaria, a cargo del envasado y etiquetado. Mano de obra calificada o no calificada. **Personal responsable del almacenamiento, conservación y transporte.**

Además cuanta con el servicio del mantenimiento de la maquinaria y también y servicio permanente de limpieza.

El sector se caracteriza por producir bienes altamente diferenciados y ser intensivo en mano de obra calificada, tanto técnicos como ingenieros por ejemplo, esto es importante a la hora de una constante capacitación, ya que estos productos son innovadores e altamente diferenciados por eso requiere de este tipo de personal.

La industria de maquinaria agrícola y agrocomponentes relacionada directa e indirectamente con el sector está constituida por 730 empresas, donde las más grandes superan levemente las 500 personas ocupadas en forma directa y las más chicas más de 5 empleados, y de ellas más del 80% se encuentran radicadas en pequeñas localidades del interior productivo del país, constituyendo un objetivo estratégico su crecimiento competitivo como herramienta de desarrollo local con enfoque territorial.

Distribución territorial de las empresas de maquinaria agrícola y agropartes: 730 totales. 44% en Santa Fe, 24% en Córdoba, 21% en Buenos Aires y el 11% restantes están distribuidas en Entre Ríos, Mendoza, Misiones, Tucumán, Río Negro, La Pampa, Salta, San Juan, San Luis, Santiago del Estero, Chaco, Corrientes y Jujuy. (Dato de Valor Agregado: la tonelada promedio exportada por Argentina es de un valor de 470 U\$\$/t, mientras que la tonelada promedio de maquinaria agrícola exportada está Entre 5.000 y 10.000 U\$\$/t).

Claramente vemos que la provincia donde se localiza la empresa es la que abarca la porción más grande de producción de agro partes.⁴

La exportación de maquinaria agrícola y agro componentes argentinos posee el valor

³ Michael E Porter, "La ventaja competitiva de las naciones", Apunte de Clase.

⁴ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, "Argentina Productos Lácteos, una elección natural", 2011

Agregado del “know how” del conocimiento de su aplicación en Siembra Directa (agricultura sin labranza y con cobertura de residuos) con una gran eficiencia productiva y sustentabilidad.

RECURSOS FISICOS:

La abundancia, calidad, accesibilidad y cote de la tierra, agua yacimientos minerales , reservas madereras , fuentes de energía hidroeléctrica , zonas pesqueras y otros recursos materiales. Las condiciones climatológicas pueden considerarse una gran parte de los recursos físicos.

La evaluación de la aptitud física o cualitativa de un mapa de suelos define el grado de adaptabilidad de las tierras para un determinado uso. El objetivo de evaluar tierras según su aptitud es proporcionar una categorización de acuerdo a su capacidad para obtener los mayores rendimientos por unidad de superficie, preservando, en lo posible, la integridad del recurso suelo bajo condiciones climáticas normales, con un determinado nivel de manejo y un definido contexto socioeconómico. Cuando las limitaciones o riesgos de deteriorar el suelo son de tal magnitud que hacen imposible el uso propuesto, se considera no apto y por lo tanto no se justifica análisis económico alguno.

Una evaluación física de las condiciones para la agricultura enfatiza los aspectos relativamente estables determinantes de la aptitud, como el clima, el relieve y las condiciones físicas y químicas más constantes del suelo. En este sentido es que los relieves llanos, con disponibilidad de agua -de lluvia o para riego desde los ríos- en climas templados o sin condiciones extremas, y suelos oscuros y profundos son los más aptos. Las llanuras son los relieves óptimos pues son cuencas de sedimentación donde se depositaron los materiales sueltos y se formó suelo. Por ello es que la región Pampeana reúne las mejores condiciones para el desarrollo de los cultivos, sobre todo en sectores del norte, centro y sur de la provincia de Buenos Aires, sur de Santa Fe y centro sur de Córdoba; también los fondos de los valles son apropiados para emprender actividades agropecuarias, más aún si van acompañados por un curso de agua. Algunos cultivos se pueden realizar sólo con la provisión de agua de lluvia (agricultura en seco), pero en otros casos es imprescindible contar con agua de riego –ya sea por la escasez de lluvias o por los requerimientos del cultivo. Ambientes con suelos sin desarrollo de horizontes, con afloramiento de rocas o donde domina el suelo congelado, no reúnen los requisitos mínimos para poder cultivar, ni siquiera en cortos períodos durante el año.⁵

El sector analizado se encuentra dentro de la región pampeana húmeda argentina. La empresa SENSOR S.A está situada en la provincia de Santa Fe, gozando de grandes instalaciones para poder probar sus maquinas en sus campos y así obtener los mas confiables productos.

Santa Fe se inserta geográficamente en la región productiva más importante de la Argentina. Es una extensa planicie con suelos fértiles, abundancia de recursos naturales y diversidad de climas. Respecto a la industria, son destacables entre otros, los emprendimientos agroindustriales, siderúrgicos, metalmecánicos y automotrices.

La provincia cuenta con favorables recursos físicos a saber:

- Una zona protegida de vientos fuertes pero a su vez aireada, esto permite la protección de los cultivos y también facilita a la ganadería.

⁵ *Página oficial del Gobierno de la Provincia de Santa Fe.* www.sanfe.gov.ar, 20/05/2022

- Terrenos secos, no inundable y por sobre todo bien drenado.
- El clima de la provincia se caracteriza por su transición entre cálido al norte y templado al sur, húmedo al este y subhúmedo al oeste. El carácter benigno del clima permite altos rendimientos en la producción agropecuaria. La temperatura media anual oscila entre los 15°C al sur y los 21°C al norte.
- Los suelos se consideran entre los mejores y más valorizados de la Argentina.⁶

Dados todos estos datos, es importante ya que los demandantes que poseen de estas innumerables ventajas naturales con la ayuda de estos aparatos de última tecnología, podrán optimizar la mayor cantidad de beneficios posibles.

De esta forma vemos como contribuye a la cadena de valor agregado de la nación y que todos cooperan en sus distintos sectores.

Hay que tener en cuenta que estos no aportan una ventaja competitiva a la Argentina, estos son recursos heredados.

Es importante saber cómo son esos recursos, para ver en que los utiliza. Además la gran mayoría no tiene en cuenta algunas cuestiones como la localización, la zona horaria, las cuales son interesantes a la hora de realizar un negocio y tienen cierta influencia.

RECURSOS DE CONOCIMIENTO:

La dotación que la nación que tenga de conocimientos científicos, técnicos, y de mercado que importen para los bienes y servicios. Las fuentes de conocimiento se encuentran en universidades, organismos estatales de investigación, las entidades privadas de investigación, las instituciones oficiales de estadística, las obras científicas y empresariales, los informes y bases de datos sobre la investigación de mercado, las asociaciones gremiales y otras fuentes. Los recursos científicos y de conocimiento de una nación pueden subdividirse en una mirada de disciplinas como ciencia de materiales y química del suelo.⁷

En la provincia de Santa Fe podemos encontrar universidades que brinden conocimientos técnicos, científicos y de mercado que importen para la industria de chacinados. Destacaremos en cuanto las universidades públicas:

- Universidad Nacional de Rosario (UNR)
- Universidad Nacional del Litoral (UNL)
- Universidad Tecnológica Nacional (UTN)

Universidades privadas a saber:

- Universidad Católica de Santa Fe
- Universidad Austral

⁶ INDEC-IPEC. Censo Nacional Agropecuario, Provincia de Santa Fe.

⁷ Michael E Porter, “La ventaja competitiva de las naciones”

- Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
- Universidad Abierta Interamericana
- Universidad Católica Argentina
- Instituto Universitario Italiano de Rosario
- Instituto Universitario del Gran Rosario
- Universidad del Centro Educativo Latinoamericano
- Instituto Universitario IDEA

Las universidades nombradas anteriormente cuentan con carreras que son de gran utilidad para industrias de la zona. A saber:

Ingeniería Agronómica, ingenieros industriales, Ingeniería Agropecuaria y también hay que tener en cuenta a todas las personas especializadas que se utilizan en el sector, como contadores, abogados, personal de recursos humanos, etc.

Todas las empresas que estudiamos en el sector, ya sea, en forma directa o indirectamente utilizan a personas capacitadas por los institutos mencionados anteriormente. La gran mayoría de su núcleo operativo es especializado, por lo cual necesita de estas personas, como ingenieros agrónomos, mecánicos, principalmente para la producción de los productos. También necesitan de personas capacitados como staff de apoyo o tecno estructura y ahí encontramos a contadores, abogados utilizados para la parte administrativa y legislativa.

A continuación nombraremos organismos estatales, instituciones públicas, entidades de investigación, y otras fuentes con que cuenta la nación, para obtener conocimientos técnicos y de mercado, que ayudan al desarrollo de la industria en cuestión. Hay que destacar el importante papel que está tomando el sector y el apoyo de diversas universidades para que especialicen en temas vinculados con el sector:

- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA): organismo estatal descentralizado con autarquía operativa y financiera, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Fue creado en 1956 y desde entonces desarrolla acciones de investigación e innovación tecnológica en las cadenas de valor, regiones y territorios para mejorar la competitividad y el desarrollo rural sustentable del país

- Secretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar - Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca: creada en 2010, tiene como misión fundamental: elaborar, coordinar y ejecutar políticas, planes y programas para el desarrollo rural, atendiendo las necesidades específicas de los diversos actores, regiones y sectores agroproductivos de la agricultura familiar.

- Programa PROCAL II: Gestión de Calidad y Diferenciación de Alimentos: A cargo del mismo Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, es un programa específico – fondeado por BID, y coadministrador por el IICA- cuyo objetivo es la búsqueda de la adopción y desarrollo de sistemas de gestión de calidad y diferenciación de alimentos por parte de las empresas y productores individuales.

- Autoridad: Gobierno de la Provincia de Santa Fe: Funciones de promoción de sus sectores económicos provinciales.

Hay diversos organismos y también consejos que impulsan al sector:

- Organismos técnicos: Hay diferentes organismos estatales a nivel nacional que tienen competencias relacionadas a la inocuidad y calidad de los alimentos:

- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria-SENASA.
- Instituto de Tecnología Industrial – INTI
- Instituto Nacional de Alimentos- INAL

RECURSOS DE CAPITAL:

La cuantía y costo de capital disponible para financiar la industria. El capital no es homogéneo, sino que se ofrece en diversas formas como una deuda no garantizada.

La cuantía total de recursos de capital de un país y las formas que se aplican se ven afectadas por la tasa nominal de ahorro y por la estructura de los mercados nacionales de capital, aspectos ambos que harían mucho de uno a otros países.

La mundialización de los mercados de capital y los grandes flujos de capital entre las naciones están haciendo más similares las condiciones nacionales.⁸

Los principales instrumentos existentes para compensar a los fabricantes de maquinaria agrícola (generales a todos los exportadores y específicos para el sector de Bienes de capital), en general tienen efectos perjudiciales debido a las demoras y a la alta burocratización de los trámites. Los reintegros de exportación no alcanzan a cubrir los impuestos que deberían compensar en la actualidad. Además, tal como sucede con el IVA de exportación, existen importantes demoras para percibir estos fondos.

El IVA diferencial para bienes de capital genera el problema de los saldos técnicos, cuya devolución también presenta importantes demoras y provoca el crecimiento del problema del “saldo del saldo”. El Bono Fiscal para fabricantes de bienes de capital adolece de fallas en su aplicación y no compensa plenamente la reducción de aranceles a los bienes de capital importados.

La presión tributaria en las empresas industriales exportadoras se encuentra por encima de la que enfrentan las empresas en Brasil. En el caso de Argentina, el problema central para estas empresas lo constituyen los impuestos acumulativos que no se recuperan, dado que no existen mecanismos apropiados de débito y crédito, como el impuesto al cheque, ingresos brutos e impuestos municipales, entre otros. Por este aspecto, las empresas argentinas de manufacturas industriales se encuentran en desventaja frente las competidoras de otros países -cuando estas no enfrentan problemas similares dado el sistema impositivo de origen.

Se proponen diferentes líneas de reforma con las siguientes premisas: i) Mantener beneficios para la inversión en bienes de capital; ii) Utilizar instrumentos que ayuden a blanquear la economía; iii) Privilegiar la competitividad de la producción nacional.

Las propuestas en particular son: i) Respecto de la alícuota reducida de IVA se propone sustituir el mecanismo actual por uno basado en beneficios tributarios para los

⁸ Michael E Porter, “La ventaja competitiva de las naciones”, Apunte de Clase.

compradores de maquinaria: generalización de la depreciación acelerada y/o deducción de gastos en bienes de capital; ii) Respecto del Bono Fiscal a fabricantes de bienes de capital se propone retornar a la protección arancelaria, y otorgar beneficios al comprador de bienes de capital similares a los señalados anteriormente; iii) Respecto de los saldos de IVA de exportación y de los reintegros se propone evitar el costo de la inmovilización de fondos que se provoca por diferentes vías, a saber: reducir sustancialmente las demoras, generalizar la posibilidad de aplicar saldos a la cancelación de obligaciones con el Estado -impuestos, contribuciones, etc.-, y establecer una compensación a tasa de interés de mercado por la inmovilización de capital, como ocurre en otros ámbitos.

Argentina ha tenido niveles de financiamiento al sector privado relativamente bajos en los últimos diez años, comparado con otros países de la región. Brasil con el desarrollo de líneas de crédito subsidiadas a través del BNDES ha abaratado las compras de maquinaria brasilera, incluso para compradores de otros países, dando competitividad a su producción por esa vía. En Argentina, el Banco Nación lanzó una línea de crédito similar pero con condiciones no tan beneficiosas como en Brasil. Se propone la creación de un fondo para el desarrollo de líneas de financiamiento, a partir de una porción de los derechos de exportación.⁹

El proceso inflacionario existente en Argentina puede ocasionar que se pierdan mercados por quedar desfasados los costos de producción medidos en moneda internacional. Respecto a Brasil, en términos de costos salariales el sector perdió 6 competitividades en magnitudes menos significativas debido a la apreciación de la moneda brasilera. El riesgo que se enfrenta es que una reversión de esta tendencia podría dejar a Argentina en una posición desfavorable, con una dinámica salarial que imposibilita la competitividad a mediano y largo plazos.

CONDICIONES DE LA DEMANDA:

El segundo determinante genérico de la ventaja competitiva nacional de un sector son las condiciones de la demanda interior para el producto o el servicio del sector. La demanda interior por medio de su influencia mucho más importante es dinámica. Conforman el ritmo y carácter de la mejora y la innovación por parte de las empresas de una nación.

Tres atributos genéricos de la demanda interior son especialmente significativos: la composición de la demanda interior, la magnitud y pautas del crecimiento de la demanda anterior y los mecanismos mediante los cuales se transmiten a los mercados extranjeros las preferencias domésticas de una nación. La calidad de la demanda interior es más importante que la cantidad de la demanda interior a la hora de determinar la ventaja competitiva. El autor dice que una vez que satisface la demanda interna sale al mercado internacional y cuando más dura, ardua y exigente es esa demanda más fácil será su adecuación a los mercados internacionales.

⁹ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, “Argentina evolución en Agropartes, una elección natural”, 2011

ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LA EMPRESA:

Este cuarto determinante de la ventaja competitiva de una nación, está conformado por la manera como se crean, organizan y administran las empresas, así como por la naturaleza de la rivalidad entre ellas en el país.

Otros elementos que se deberán tener en cuenta para el buen funcionamiento de un frigorífico están relacionados con la parte organizacional. Esto se refiere a la planificación de las actividades, la asignación de funciones y la manera de registrar toda la información que se genere.

Cada método de programación de la producción debe ser adaptado a las condiciones propias de la industria que se desea proyectar y partir de índices productivos promedio, los cuales serán los índices de eficiencia, que sin ser excelentes deben ser aceptables para establecimientos a nivel nacional

El sector analizado está caracterizado por una estructura basada en prácticas y técnicas de gestión de empresas en áreas de capacitación y formación para que lleven con total profesionalismo cada una de sus metas propuestas a cumplir.

En nuestra nación debemos tener en cuenta que existen grandes, medianas y pequeñas empresas agroindustriales. Las empresas más destacadas se manejan desde la formación técnica y mecánica de muchos ejecutivos de alto nivel que dan lugar a la mejora de los productos y procesos; así como también las relaciones entre trabajadores y dirección son significativas ya que resultan decisivas para la capacidad de las empresas para mejorar e innovar. Por eso se ven muy debilitadas las empresas más que pequeñas pero son parte del sector.

Es importante conocer que en nuestro país existen muchas empresas que buscan la posibilidad de exportar sus productos para ello deben tener en cuenta la competencia interna entre sí, la disponibilidad de cada una de ellas para competir a escala mundial, la saturación del mercado interno o bien la rivalidad local y de la generación de la demanda internacional, es por eso que cada una de las industrias debe explotar su fuerte para lograr ser la más competente en todos los niveles y así ser la empresa de mayor demanda.

Dentro de la zona que se encuentra la empresa hay unos 70 competidores directos con los que Sensor debe lidiar y además trabajar arduamente para poder diferenciarse de ellos. Lo realiza con un valor agregado en sus productos, alta calidad y un buen servicio a sus clientes. Lo que esto lleva a que la empresa se ubique dentro de los principales exportadores en la zona y también en el país.

SECTORES CONEXOS Y AUXILIARES:

El tercer determinante genérico de la ventaja nacional de un sector es la presencia en la nación de sectores proveedores o sectores conexos que sean intencionalmente competitivos.

La ventaja competitiva en algunos sectores proveedores confiere ventajas potenciales a las empresas de muchos sectores de una nación, por que producen insumos que se emplea mucho y tienen una gran importancia en la innovación o la internacionalización.

La presencia en una nación de sectores conexos y auxiliares es bastante significativa. El conocimiento, las tecnologías brindan una ventaja competitiva para los sectores de proveedores.

En la provincia de Santa Fe se pueden encontrar proveedores de todos los insumos y servicios vinculados con la producción de agro partes.

Empresas de genética y proveedoras de algunos componentes utilizados para el montaje del producto final, se destacan por sus ofertas y su servicio posventa, lo que genera una ventaja competitiva en el sector.

Gracias al impulso de la zona la mayoría de los proveedores del sector se encuentran en las periferias de nuestra empresa, claramente esto nos beneficia acotando tanto tiempo como costos.

Las participaciones de estas empresas proveedoras de insumos y servicios, internacionalmente competitivas, son más marcada en la zona sur respecto a la zona centro de la provincia. Mencionaremos que el papel de los proveedores es importante en cuanto al envasado, etiquetado y embalaje y hasta en algunos aspectos pero con ínfima importancia en componentes para la composición del producto final, que dividen el trabajo a terceras empresas para que los haga por ellas.

Ventaja competitiva en sectores proveedores:

La presencia de una nación de sectores proveedores internacionalmente competitivos crea una ventaja en sectores que van tras los proveedores en la cadena producción-consumo. La ventaja que los proveedores establecidos en el propio país pueden aportar en el concerniente a una coordinación continuada. El establecimiento de tales enlaces se ve facilitado por la proximidad de las actividades esenciales y la alta dirección de los proveedores.

Sin embargo el beneficio más importante de los proveedores establecidos en el propio país es el proceso de innovación y perfeccionamiento. Los proveedores ayudan a las empresas a detectar nuevos métodos y oportunidades para la aplicación de la tecnología más avanzada.

Las empresas consiguen un rápido acceso a la información a nuevas ideas y percepción y a las innovaciones de los proveedores. Contar con un sector proveedor afincado en el propio país y competitivo es preferible a tener que depender de proveedores extranjeros por más calificados que estén.

Las empresas de una nación obtienen al máximo beneficio cuando sus proveedores son competidores a escala mundial. Solamente entonces poseerán los medios para perfeccionar de la mejor manera sus propias ventajas y facilitar posteriormente al necesario flujo de tecnologías a sus clientes.

EL PAPEL DEL GOBIERNO:

Finalmente, el papel del gobierno en lo que respecta a ventaja competitiva de una nación, tiene influencia sobre los cuatro determinantes, bien sea positiva o negativamente.

En el sector analizado, la influencia es relativa. Por un lado, se puede destacar una influencia positiva, puesto que la empresa cuenta con el respaldo de políticas públicas a

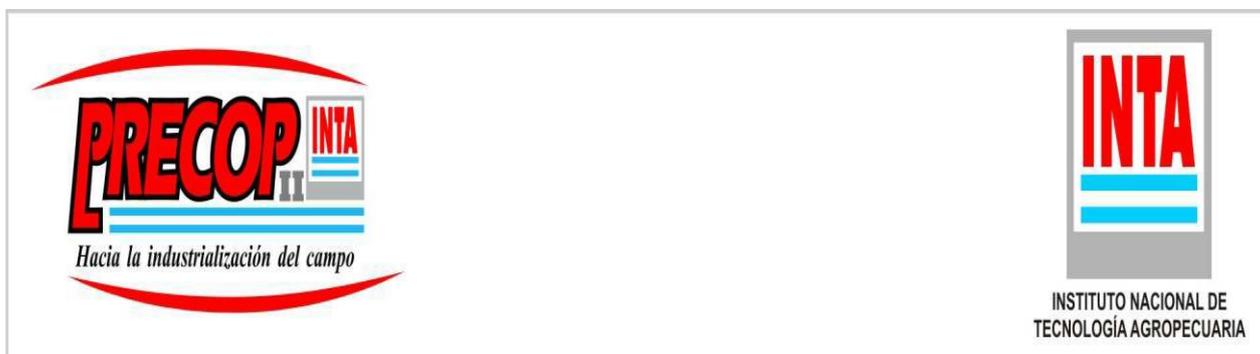
nivel provincial que alientan el desarrollo de sus estrategias de inversión en sus productos.

La estrategia productiva de la provincia de Santa Fe se estructura en torno a dos conceptos claves, los sistemas productivos y las cadenas de valor.

El Estado a través de la actividad de instituciones como INTA, INTI y Universidades aporta a la formación de recursos humanos que luego se desempeñan en las diferentes tareas empresariales. Para destacar la tarea, el INTA en el fomento y acompañamiento del sector en las salidas al mundo con el valor agregado del conocimiento agronómico muy valorado por una gran cantidad de países demandantes

Por otro lado, en el comercio interno, el Estado viene mejorando la competitividad de las fábricas nacionales mediante un decreto de competitividad que reintegra el 14% del valor de la Maquinaria Agrícola de producción nacional.

La maquinaria agrícola la compran los productores genuinos y los prestadores de servicio; esos actores son los que interesa que avance en los beneficios de la renta de toda la cadena de agroalimentos. La producción primaria solo recibe un 20% a 30% de la renta de la cadena de agroalimentación. El industrializador primario y transformador recibe un 30-40% y el transporte y comercializador otro 30-40%.



ANALISIS FODA DEL SECTOR Y DE LAS EMPRESAS RELACIONADAS

El objetivo principal de este análisis es examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el sector en el cual compiten.

A fin de resumir un poco estos aspectos voy a citar los puntos más significantes que e podido notar en mi trabajo de campo.

ANALISIS DE LA EMPRESA:

Fortalezas:

ANALISIS DEL SECTOR:

Fortalezas:

- Perfecta adaptación de los equipos a las características de nuestros suelos.

- Adecuado conocimiento en el desarrollo de tecnologías líderes de aplicación agropecuaria.
- Experiencias exitosas en entramados productivos del sector (clúster).
- Destacada cultura emprendedora.
- Buen posicionamiento e imagen de la Maquinaria Agrícola de Santa Fe en los productores agropecuarios.
- Conciencia de la necesidad de una estrategia para potenciar la competitividad.
- Desarrollo de conocimientos arraigados en el tiempo.
- Fuerte capacidad de adaptación a los cambios en las prácticas agrícolas y a las problemáticas de la coyuntura.
- Desarrollo de un entramado comercial de amplio alcance territorial.
- Liderazgo tecnológico del producto a nivel mundial en algunos segmentos.
- Articulación creciente entre los sectores público y privado.
- Fuertes lazos con el medio socioeconómico.

Oportunidades:

- Niveles de demanda interna sostenidos.
- Las políticas del sector público tienden a generar condiciones de integración de diversos sectores favoreciendo el desarrollo industrial.
- Apertura creciente en mercados externos a proyectos asociativos de empresas de la maquinaria agrícola nacional.

Debilidades:

- Importantes asimetrías con Brasil en el sistema de financiamiento, régimen de promoción fiscal, servicios de apoyo al desarrollo, escala de producción e intercambio comercial.
- Escalas de producción reducidas; necesidad de incrementar la capacidad instalada.
- Inadecuadas alternativas de financiamiento para inversiones, comercio exterior y compra de maquinaria.
- Inversión incipiente en tecnología (de producción y diseño), y en calidad de procesos.

- Producción orientada al mercado interno, bajo nivel de exportaciones y escasos conocimientos de las características técnicas utilizadas en el exterior para las prácticas agrícolas.
- Baja disponibilidad de mano de obra especializada, de capacitación y certificación de competencias. Escuelas técnicas con baja especialidad industrial.
- Incipiente grado de avance en prácticas asociativas.
- Baja estandarización de piezas, procesos, normalización y de protección de los activos intelectuales e intangibles.
- Acumulación de créditos fiscales (saldo técnico IVA).

Amenazas:

- Mantenimiento y/o profundización de las asimetrías con Brasil; apreciación del tipo de cambio real (pérdida de competitividad).
- Pérdida progresiva de rentabilidad del productor (vía retenciones, otros impuestos o por incrementos de costos de producción).
- Existencia de ventajas impositivas para los productos importados (aduana factoría y depósito fiscal).
- Régimen promocional provisorio.
- Reducción de la protección a la industria vía acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales.
- Aumento de las barreras para-arancelarias en mercados desarrollados.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL PROPUESTA PARA EL NUEVO PROYECTO DE INTERNACIONALIZACION

EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE INGRESO AL MERCADO ANGOLEÑO

Cuando realizamos el análisis externo del mercado Angoleño llegamos a la conclusión de que la información que obtuvimos en el transcurso de la investigación nos mostraba que las empresas extranjeras productoras de maquinaria agrícola recurrían a las siguientes formas al momento de entrar al mercado Angoleño:

- Ventas directas: generalmente no se implementadas ya que no conocían el negocio ni los productos y tampoco existían grandes empresas. Por lo cual no se podían realizar entre otras acciones, abrir sucursales en Angola. Lo que si se podía realizar era visitar a los clientes potenciales en lugares remotos o establecer oficinas regionales, etc.
- Constitución de un representante exclusivo que organiza las ventas en el territorio Angoleño
- Organización de ventas a través de uno de los participantes activos en el mercado, concediéndosele a cada uno los derechos exclusivos de trabajo en el territorio Angoleño
- Organización de ventas a través de varios participantes activos en el mercado.
- Organización de ventas a través de varios participantes activos en el mercado, sin la representación de concederle derechos exclusivos.¹⁰

En esta parte del trabajo retomamos el tema y realizamos un análisis más profundo sobre las alternativas que tienen las empresas de Argentina para ingresar al mercado Angoleño, y encontramos nuevas formas de ingreso. De entre las numerosas fórmulas de acceso a un mercado exterior, nos referiremos a las que suponen una mayor implicación en el mercado de destino, es decir a la Inversión Extranjera Directa (IDE) en contraposición a operaciones de exportación esporádicas o puntuales, lo que implica un erogación más importante de dinero que la empresa podría llegar a realizar.

Los medios más comunes para acceder al mercado Angoleño son los siguientes:

- Participar en ferias comerciales: asistir a las ferias de los sectores más importantes del País, no solo la capital que es Luanda, sino en todas las grandes ciudades, es fundamental para hacer nuevos contactos, consolidar los existentes y efectuar prospecciones de mercado. Lo importante no es exponer en la feria si no llegar a lograr nuevos contactos, por lo menos en las primeras apariciones.
- JointVentures: Es una alianza estratégica entre dos o más empresas para desarrollar conjuntamente una actividad económica determinada. Casi el 50 % de las JointVentures están formadas por empresas de diferentes países, ya que generalmente la empresa local facilita a la empresa extranjera el acceso al mercado, y la empresa extranjera facilita productos o knowhow en procesos industriales o de otro tipo. Esto hace que ambas se beneficien mutuamente.
- Oficinas de representación: muchas empresas, previamente a su implantación total en el país de Angola abren una oficina de representación en el país con el objeto de tener una base física desde la que explorar el mercado, buscar socios comerciales y evaluar las posibilidades de éxito de la inversión a realizar en fases posteriores. Dicha figura de la oficina de representación está fuertemente regulada en la legislación rusa, aunque su régimen es ahora más amplio que antes y en ellas pueden incluso cerrarse acuerdos mercantiles.

¹⁰ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, PROARGEX, Alimentos Argentinos Para el Mundo, "Métodos de Exportación"

- Mediante un distribuidor Angoleño: El socio, distribuidor o representante en Angola podría ser una ventaja fundamental para solventar los trámites burocráticos que el país tiene, principalmente estos que son muy rígidos en cuanto a su legislación. Además evitar los problemas con el idioma y es la mejor forma de poder llegar a la conocer la cultura empresarial del país.

Franquicias: Durante los últimos años, la economía Angoleña no ha crecido demasiado en este aspecto ya sea, tanto a nivel nacional como local, afectando también al desarrollo de las franquicias, especialmente al sector de la alimentación. Las marcas más famosas de comida rápida, como Mc Donald's, hace mucho tiempo que están en el mercado Angoleño, ya que esta tiene mucha fuerza a nivel mundial y sus productos de ser impuestos en el planeta. Pero más allá de este caso en el país no se vean demasiadas franquicias, las principales se encuentran en Luanda su capital.

- Otras formas de acceso: Otra formas de acceso a los mercados menos habituales y tal vez menos prácticos por el empresario argentino, solo como un modo de ejemplificar son la adquisición de parte del capital de una sociedad angoleña o los Acuerdos de Actividad Conjunta. Una importante complejidad que sólo las hace recomendables en casos muy específicos ya que no se realizan con frecuencia y pueden llevar a una catástrofe.¹¹

Como podemos analizar cada uno de estas alternativas que nombramos anteriormente tiene sus ventajas y desventajas .Por parte de la gerencia de la empresa a la hora de optar por una de ellas para la empresa Sensor Agri, Observo que la mejor opción en primer lugar la presencia de los productos de la empresa en las ferias, de modo tal que los consumidores del país conozcan no solo a la empresa sino también a sus productos para después poder concretar las exportaciones. En este aspecto es fundamental los expositores que estudien con anterioridad la cultura de los consumidores para evitar problemas y además fortalecerse ellos en su táctica para agradarle y poder venderle a los potenciales consumidores. Además creo que este paso de todos los mencionados es la forma más económica y directa para que la empresa llegue a ser conocida dentro en el mercado y de esta forma llegar a hacer muy rentable si logramos que nuestros productos sean atractivos para los empresarios Angoleños.

Al elegir esta opción como primer paso, luego tenemos que realizar una Exportación para poder penetrar de lleno en el mercado. La exportación es la manera más sencilla de penetrar un mercado extranjero, y de esta forma la empresa produce todos sus artículos en el país de origen y puede o no modificarlos para el mercado de exportación. Habitualmente se comienza con una exportación indirecta a través de intermediarios internacionales independientes ya que esta manera implica una manera de invertir

¹¹ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, PROARGEX, Alimentos Argentinos Para el Mundo, "Métodos de Exportación" Septiembre

menos dinero y también implica menos riesgos ya que no nos introducimos de lleno en un mercado que no conocemos.

Como último paso la empresa puede pasar a la exportación directa en la cual debe administrar sus propias exportaciones.

Como un paso siguiente ahora vamos a desarrollar un plan de internacionalización, con la implementación de las 4 p (producto, plaza, precio y promoción) para asegurarnos de penetrar el mercado con algunas ventajas que nos diferencian de la competencia.

DESARROLLO DEL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN:

En el caso de esta empresa, debido a que los productos son a pedidos del cliente y adaptados para ellos como estrategia adoptada por la empresa vamos a utilizar la técnica de las 4 P, lo que requiere que la empresa adapte los elementos de su mezcla de mercadotecnia para su mercado.



Producto

La estrategia a seguir en cuanto al producto es la de adaptación del producto para lo que necesita este mercado en particular, es decir, realizarle al producto que se va a exportar los cambios necesarios y aquellos que solicite el cliente para poder satisfacer las condiciones o los deseos de los mismos. Cada mercado presenta sus peculiaridades técnicas y culturales para el mismo producto

Adaptar nuestro producto al mercado es necesario, pero no garantiza el éxito por sí solo. Hay que evaluar el coste/beneficio que se espera conseguir con la adaptación del producto dentro de nuestra estrategia de internacionalización.

Esta es una estrategia de localización. A pesar de que la adaptación del producto implica más costos que la regulación, puede traer también consigo mayores beneficios. Esta

estrategia se utiliza a menudo cuando la función del producto es la misma en diferentes países pero las condiciones de uso son diferentes.

Las características del producto son factores determinantes para la adaptación plena a un mercado y en el caso de Angola, parecían tener las características adecuadas para un país con dificultades en el sector agrario. Y así fue; la paulatina introducción del producto en un sector medio-alto.¹²

Promoción

En el caso de la promoción, al ser la primera vez que la empresa va a realizar una exportación al mercado Angoleño y además que no muchas empresas de nuestra país realizan transacciones con esos países, creo que la mejor manera de hacer publicidad es como lo citaba anteriormente participando en ferias comerciales y tratando de hacerla la máxima cantidad de contactos posibles. Asistir a las ferias del sector en Luanda, sino en todas las grandes ciudades, es fundamental para hacer nuevos contactos, consolidar los existentes y efectuar prospecciones de mercado.

Es también muy útil visitar la feria para conocer la oferta y a los las fortalezas y debilidades de los potenciales competidores del mercado.

Prepare convenientemente su viaje a Angola. El uso adecuado de la información añadirá valor y competitividad a su producto en el mercado angoleño, por ello es importante preparar exhaustivamente su viaje, deberá conocer lo relativo a los aranceles, las barreras no arancelarias, la demanda de su producto, el segmento de mercado en el que se posiciona, competencia local e internacional presente en el mercado, canales de distribución más adecuados, normativa aplicable, prácticas comerciales, y realizar la selección más adecuada de contactos comerciales.

FILDA (Feria Internacional de Luanda)

Organizada por Expo Angola en la capital del país donde esta es el Principal acontecimiento de ámbito comercial del país. Centra sus actividades en brindar a los visitantes los bienes en los que estos más se interesan como: maquinaria agrícola, productos para agroquímicas, bioenergía y complejos alimenticios.

Un requisito de vital importancia a la hora de exportar el producto a Angola es la información que debe contener la etiqueta de los productos. En general los bienes vendidos en el país deben contener la siguiente información: los estándares básicos requeridos, características básicas del producto (los productos alimenticios debe incluir los preservativos, peso, volumen, calorías, lista de materiales perjudiciales para la salud, precio), período de garantía, términos y condiciones de uso efectivo y seguro, certificación, condiciones físicas para la venta, todas las garantías e información relevante, dirección legal del productor, localización de las compañías para enviar

¹² Philip Kotler, Diseño de la Estrategia y de la Estructura de la Fuerza de Ventas 515 Reclutamiento y Selección, Fundamentos de Marketing”

posibles reclamos y sugerencias, servicio técnico. Esta información debe aparecer en el sello, las marcas y en la documentación técnica.¹³

La gran mayoría de los consumidores no utilizan cable por la cual la publicidad por televisión sería una erogación innecesaria. Las agencias de publicidad frecuentemente pactan su publicidad en los diarios o en publicaciones comerciales.¹⁴

Precio

Para establecer el precio partimos del principio de la independencia de la estrategia utilizada ya que en teoría los precios internacionales probablemente serán más elevados que en el mercado local, y esto es debido a que a su precio de fábrica hay que sumarle los costos del transporte, del embalaje, los aranceles, entre otros, por lo cual elevará el precio total por lo cual hay que aplicar ciertas variantes.

La fijación del precio está estrechamente vinculada a la comercialización del producto en condiciones competitivas. En este trámite existe un piso, los costos y beneficios del producto y un techo, superado el cual el producto deja de ser competitivo. Dentro de esos parámetros hemos de fijar nuestra política de precio.

También sabemos que no se puede vender el producto en el mercado penetrado a un precio menor que en el mercado local ya que se nos puede acusar de Dumping y así tendríamos muchos problemas. Por estas razones lo ideal para poder contar con un precio razonable, es conocer el precio de la competencia tanto en el mercado angoleño como en el caso que existiera, aquella competencia local que también exporta al mercado.

Cabe citar con relación a los precios que Angola es una de las ciudades más caras del mundo debido a que estuvieron muchos años en crisis y esto definitivamente merece un estudio más intenso de dichas variables para que impacte el precio de una manera más precisa y pueda realizar las transacciones con más facilidad.

Canales de distribución

Nos vamos a enfocar en este caso en los canales internos de distribución, aquellos que llevan los productos hasta el consumidor final y por lo cual son muy importantes. Estos canales de distribución son diferentes en cada país por lo tanto es bueno estar bien informado antes de tomar cualquier tipo de decisión.

Al elegir la exportación como la forma para penetrar el mercado como mencionamos anteriormente, debido a que es la primera vez que la empresa va a realizar transacciones con este mercado, no es necesario contar con distribuidores dentro del mercado

¹³ Philip Kotler, Diseño de la Estrategia y de la Estructura de la Fuerza de Ventas 515 Reclutamiento y Selección, Fundamentos de Marketing”

¹⁴ Philip Kotler, Diseño de la Estrategia y de la Estructura de la Fuerza de Ventas 515 Reclutamiento y Selección, Fundamentos de Marketing”

Angoleño, ya que aun no se sabe si va hacer solo una venta o en realidad van negociar con mayor frecuencia.

Si la venta resulta factible y la empresa desea seguir exportando a dicho mercado la empresa, tendrá que hacer a través de distribuidores, para esto es necesario visitar varias veces el país y tratar de cultivar una buena relación personal y crear confianza con los mismos para tratar de realizar los mejores y efectivos negocios posibles.

La infraestructura de transporte en el interior de Angola hace que la demanda existente se centre principalmente en productos que no requieran refrigeración, ya que para estos no están bien desarrollados y son precarios los servicios que brinda. Como nuestra mercadería no requiere de un servicio demasiado importante para ser transportada, las empresas que realizan los servicios son demasiadas y no hay problemas en la respectiva movilidad.

Otro aspecto importante es que los caminos en Angola según el estudio realizado no son de óptimo nivel y esto puede dejar alguna discrepancia. Esto se debe a que las rutas alguna son de piedras y tierra , por lo que puede causar algún tipo de problema en épocas temporal y demás causas meteorológicas que imposibiliten la correcta movilidad de los medios de transporte y por consecuencia la mercadería no llegue a destino en los plazos indicados en los primeros términos.¹⁵

OFERTA EXPORTABLE

La empresa Sensor Automatización Agrícola S.A. es una empresa argentina perteneciente al Grupo Sensor que diseña, desarrolla y produce equipos electrónicos para automatización. Esta empresa realiza ya actividades de comercio exterior ya que cuenta con otra planta de fabricación ubicada en Brasil. Nunca ha tenido ningún tipo de relación comercial con Angola por tal motivo va a comenzar realizando una exportación directa.

Vasalli AX 7500

- Origen argentino.
- Plataforma Isobus.
- Pantalla color touchscreen.
- Controles y automatismos electrohidráulicos, luces, control y gestión de motor, presetautomáticos de altura y plataforma y posición de molinete.
- Transmisión de información vía GRPS.
- Visualización en tiempo real de rendimiento, humedad, pérdidas, velocidad en formato.
- Peso total neto: 75.00 KG.
- Peso total bruto: 88.00 KG.
- Posición arancelaria: 8424.90.00

¹⁵ Philip Kotler, Diseño de la Estrategia y de la Estructura de la Fuerza de Ventas 515 Reclutamiento y Selección, Fundamentos de Marketing”



Sensor Automatización Agrícola S. A.
Ruta 34 km 54
2144 – Totoras – Santa Fe – Argentina.
Tel/Fax: (+54) 3476 – 461416
IVA Responsable Inscripto.

Oferta N°: 0001-00001
Fecha: 1/08/21
Cliente: Agromundo S.Rl
País: Angola
Tel: 224)222679200 / 22267990
E-mail: Agromundo yahoo.com.ang

- * Producto/descripción: Plataforma Vasalli ax 7500
- * Condición de venta: CIF Luanda
- * Forma de Pago: Transferencia Bancaria 50% adelantado - 50% contraentrega
- * Plazo de entrega: 45 días de recibido pago adelantado.
- * Mínima Orden: 10 Plataformas Vasalli an 7500
- * Validez de la oferta: 30 días desde su emisión.
- * Forma de envío: Marítimo
Envíos de muestra: catálogos y folleteria
- * Precio unitario C.I.F. 124353.10 por unidad

Observaciones:.....
.....
.....
.....
.....

ORDEN DE COMPRA:

		Domicilio: <u>Rua: Ra Inha Ginga; 74-13 floor</u> Luanda-Angola
		Tel/fax: (224)222679200 / 22267990
		Caixa postal: 2143
		Em ail: <u>Agromundo@yahoo.com.ang</u>
ORDEN DE COMPRA		
CANTIDAD	DETALLE	
20	<u>Vasalli AX 7500</u>	

Factura Pro Forma:

La factura pro-forma es un documento enviado por el exportador al importador para que éste pueda conocer exactamente y con antelación a la facturación de la mercadería:

- cantidad y descripción de la mercadería
- precio unitario y precio total de la entrega,
- incoterm
- forma de pago/cobro,
- medio y plazos de entrega
- validez

También se incluyen otros datos representativos de las personas que se involucran en la operación.

Además, en la factura pro-forma suelen insertarse leyendas que el importador exige debido a las reglamentaciones de su país. El importador la utiliza, normalmente, para efectuar los trámites de solicitud de licencias y permisos de importación, o para abrir la carta de crédito. Contiene los mismos datos que la oferta en firme excepto la validez, puesto que no es válida como factura comercial. A diferencia de la factura comercial, la factura pro-forma no implica deuda alguna.

La factura pro-forma, puede tener un formato distinto al de la factura comercial, dado que esta última tiene que cumplir con los requisitos que exige la AFIP, lo que no ocurre en el caso de la pro-forma. Igualmente, en general los formatos de ambos documentos suelen ser similares a conveniencia de las partes.

Otra utilidad de la factura pro-forma reside en poder ser utilizada para realizar los pagos anticipados por importaciones, aunque luego de concretarse la operación, el importador debe presentar sí o sí la factura comercial.

FACTURA PROFORMA N° 0050 – 00000001 Sensor Automatización Agrícola S. A. Ruta 34 km 54 2144 – Totoras – Santa Fe – Argentina. Tel/Fax: (+54) 3476 – 461416 IVA Responsable Inscripto.		Totoras, Argentina. Fecha: 	
Señores:  Agromundo Domicilio : Rua Rainha Ginga, 74 -13 floor, Luanda – Angola Tel/fax: (224)222679200 / 222679900			
Cantidad	Detalle: Plataforma Vasalli AX 7500	Precio Unitario	Total
20	1- Panel Principal C/ pantalla 1- Cable da Motor Principal 1- Cable Cabina 1- Cable de accionamientos hidráulicos 1- Sensor de tolva llena 1- Sensor Medición de presión de aceite 2- Sensor Medición de temp. 1- Cable de cola 1- Juego de chapa prensacable 1- Sensor Corte de presión de aceite 1- Sensor Corte de temp. de agua 1- Sensor de rotor 2- Sensores de Velocidad 1- Cable Alimentación + Bus 1- Cable izquierda c/pulsador 1- Cable derecho 1- Cable de protección	12508,95	<u>250179,08</u>
VALOR TOTAL: CIF Luanda		<u>250179,08 USD</u>	

COSTO DE EXPORTACIÓN

Para realizar el costo de exportación tenemos que tener en cuenta los siguientes datos La orden de compra por la empresa Agromundo fueron 20 plataformas Vasalli AX 7500.

Para cada plataforma hay que tener en cuenta que se envían 3 cajas; es decir que cada 3 cajas de diferentes características formamos una plataforma Vasalli AX 7500.

Para conformar la totalidad del envío, podemos decir que se enviaran los siguientes bultos con las siguientes características:

- 1) 20 CAJAS DE (0.70X0.41X0.62) m, cada una de estas cajas tiene un peso bruto neto de 30 kg, lo que daría un peso de 600 kg (30 X 20kg).

En las primeras 20 cajas se envían los paneles principales, pantallas y diversos cables para la conexión de los mismos. Hay que tener en cuenta que por cada caja se envía una pantalla, un panel y los distintos cables para conectar los mismos.

2) 20 CAJAS DE (0.40X0.40X0.40) m, cada una de estas cajas tiene un peso bruto de 34 kg, lo que daría un peso de 680 kg (34 X 20 kg).

En las segundas 20 cajas se envían los sensores principales, junto con los cables y accesorios para su posterior conexión.

Por cada caja se envían 9 sensores y sus accesorios que corresponde a una parte de la plataforma principal.

3) 20 CAJAS DE (0.24X0.41X0.70) m, cada una de estas cajas tiene un peso bruto de 28 kg, lo que daría un peso de 560 kg (28 X 20 kg).

En las últimas 20 cajas se envía las relayteras correspondientes a cada plataforma. Esto sería el esqueleto de la misma para luego montarla sobre la misma.

Por consecuencia como mencionamos anteriormente se necesitan de las 3 cajas para montar una plataforma.

En la lista de empaque se detalla lo que contiene cada caja, por eso decimos que 3 bultos forman una Vasalli AX 7500, por eso que como se han solicitado 20 máquinas completas se envían 60 cajas (20 máquinas, que se dividen en 3 bultos para, posteriormente montarla).

PESO: Se envían 60 cajas:

20 cajas que pesan 30 kg c/u: PESO 20 cajas: 600 kg

20 cajas que pesan 34 kg c/u: PESO 20 cajas: 680 kg

20 cajas que pesan 28 kg c/u: PESO 20 cajas: 560 kg

PESO 60 cajas: 1840 kg

VOLUMEN: se envían 60 cajas:

20 cajas de 0.70X0.41X0.62 m c/u: VOLUMEN 20 cajas: 3.55 m³

20 cajas de 0.40X0.40X0.40 m c/u: VOLUMEN 20 cajas: 1.28 m³

20 cajas de 0.24X0.41X0.70 m c/u: VOLUMEN 20 cajas: 1.377m³

VOLUMEN 60 cajas: 6,2164 m³

Nos pusimos en contacto con la empresa que nos brinda el flete y llegamos a la siguiente conclusión:

El contenedor más chico que la misma nos podría brindar es un contenedor de 20 pies st que tiene una capacidad máxima de 24000 kg y 33 m³.

Según las cálculos que realizamos anteriormente la capacidad y peso de nuestros productos que vamos a utilizar en esta exportación, son bajos, ya que estos poseen gran diámetro y tampoco son pesados. Más bien estas con las características en general de los productos electrónicos, que son pequeños pero muy sensibles a los golpes.

Debido al mencionado anteriormente para poder optimizar la mayor cantidad de costos posibles y debido a las características de nuestra mercadería la empresa de transporte nos brinda la posibilidad de poder compartir el espacio del contenedor con otras mercaderías realizando el servicio de consolidado.

Así nosotros pagaremos el espacio en función al volumen utilizado, ya que nuestro espacio es de 6,2164 m³ y sería un gasto innecesario, el alquiler de un contenedor full exclusivo para nuestra carga ya que compartiendo el espacio, podemos disminuir los costos y también consolidando los riesgos de que la mercadería sufra algo desperfecto en el viaje.

También ha que decir que la cotización por parte de la empresa de transporte consta de dos partes:

1) Flete terrestre de Rosario - BUE:

La mercadería se transportará hasta el depósito fiscal que la compañía de transporte indicó para poder realizar, la consolidación del mismo y luego se va a realizar aduana para que luego viaje en carácter de tránsito a Buenos Aires, para encontrarse con el transporte principal y aquí darle la salida definitiva.

Los gastos de depósito fiscal se abonan según los conocimientos de embarque que tenga la exportación.

2) Flete Marítimo BUE - LUANDA (Se cotiza por Ton/M³)

Como mencionamos anteriormente el costo del flete Buenos Aires – Luanda se realizó por volumen, y así se consolidó la mercadería.

Hay otros costos a tener en cuenta como:

Honorarios Despachante: Los Honorarios del despachante Por Permiso de Embarque – Aduana de Buenos Aires fueron brindados por la empresa MONIPOINT y son del 2% S/Base Imponible (MIN USD 295.00)

Gastos varios: Operativos, movilidad, fotocopias, comunicaciones, formularios y sistema María se abonarán en Rosario un total de : USD 95

Emisión B/L: la emisión de los documentos de transporte terrestre generados por el A.T.A contratado por la empresa de transporte Moniport tiene un costo de: USD 60

Flete oceánico: El flete brindado por la empresa Moniport es de USD 205.00 por m³

Estímulos impositivos a la exportación: el producto tiene un reintegro del 5.75%.

Gastos depósito: Dentro del mismo se encuentran los de depósito, precintado y aduaneros por un total de 120 USD

Derechos de exportación extrazona: la exportación de esta destinación requiere el pago de derechos por el 5%.

La **comisión bancaria** Los gastos proporcionados por el banco son del 2% del monto de factura. Dato estimado brindado por el despachante consultado.

Otro aspecto importante a destacar es el empaque. Debido a las características de los productos y la sensibilidad de los mismos, como mencionamos anteriormente la empresa es la que se encarga por cuenta y costo de la misma de aplicar un embalaje especial.

Cada parte de la plataforma viene en sus distintas cajas y dentro de las mismas tiene separadores y también tergo por para darle mayor protección a los sensores y pantallas, ya que un mínimo roce puede descomponer el aparato.

Estas cajas se agrupan en una base de madera con forma similar a un pallet pero con características diferentes ya que el largo del mismo es de 1,40 cuando él los pallet universales o que generalmente se utilizan son de 1,20.

Luego las mismas cajas ubicadas en estas maderas son cubiertas por un nailon de alta densidad para darle seguridad y que estén fijadas unas a las otras, sin dar posibilidad a que se puedan caer.

Debido a que la empresa tiene depósitos en Rosario el flete desde Totoras, la ciudad donde se encuentra la fábrica principal hasta la ciudad de Rosario, donde se encuentra el depósito fiscal que la empresa de transporte acordó, el costo de esta también lo cubre la empresa Sensor.

Entonces podemos concluir que dentro del costo unitario de cada plataforma que es de 800 USD cada una, se encuentra absorbido el costo de embalaje y también el flete interno.

La empresa se maneja de esta forma ya que prioriza entregar el producto en un estado óptimo y también debido a que en este caso particular de transporte, realiza transportes diarios a la ciudad de Rosario donde tiene sucursales y también pequeños puntos de venta.

Luego de las siguientes menciones importantes, vamos a proceder a detallar el costo de exportación con todos los gastos concurridos hasta llegar a la cláusula pactada por ambas partes:

AEC DIE % DIEM TE % DII % DEE % RE % DEI % RI %

%	Derecho de Importación	(u\$s/UE)	Tasa Estadística	Derecho de Importación Intrazona	Derecho de Exportación Extrazona	Derecho de Reintegro Extrazona	Derecho de Reintegro Intrazona
	Extrazona	Derecho de Importación Específico Mínimo					
Arancel Externo Común							

12.00	12.00	-	0.50	0.00	0.5	0.00	0.5	5.75
-------	-------	---	------	------	-----	------	-----	------

CONCEPTO	16
DERECHO DE EXPORTACIÓN	5%
HONORARIOS DEL DESPACHANTE	2%
COMISIÓN BANCARIA	2%
UTILIDAD PRETENDIDA	30%

Se utilizara la siguiente fórmula para conocer el costo de exportación:

$$\frac{\text{Costo total (dólares)}}{1 + \text{Reintegros-gastos expo-utilidades}}$$

CONCEPTO 6.2164 METROS CUBICOS

COSTO DE MERCADERIA	160000
COSTO DE COMERCIALIZACION	2000
FLETE ROS – BSAS	341,92
GASTO ESTIBA	135
CONSOLIDACION	1500
GATE	45
CONTROL PBIP	47
GASTOS ADMINISTRATIVOS	30
BILL OF LANDING	60
GASTOS VARIOS ADUANEROS	95
GASTOS DEP FISCAL	120
HANDING	35
RIVER TOLL	90
COSTO TOTAL	164498,92

¹⁶ Extraído TARIFAR. Derecho de Exportación.

1 + 0.0575 (reintegros) – 0.02 (comisión banco) – 0.05 (derechos exportación) – 0,02(despachante) – 0,30 (utilidad)

Costo Total: 164498,92

0.6675

FOB BS AS: 246440,32

FLETE MARITIMO BS AS LUANDA 1274.36¹⁷

SUB TOTAL = 247714,68

SEGURO INTERNACIONAL (1% FOB) 24564,40

TOTAL CIF = 250179,08

Secuencia: Vasalli AX 7500 a ANGOLA

Secuencia de exportación

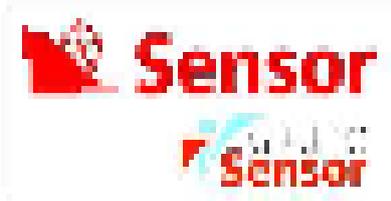
- Se envió una cotización por parte de Sensor Agri para poder comercializar con los productos de su línea Vasalli a un posible cliente potencial.
- Se detalla en la oferta de cotización bajo los requerimientos, de un contenedor 20 HC FCL, aclarando las condiciones a pactar mas las requeridas por el exportador.
- El comprador solicita la factura proforma para poder proceder al anticipo de pago requerido por el exportador para realizar el embarque de la mercadería.
- El comprador realiza, mediante transferencia bancaria, el anticipo del pago de la mercadería a exportar.
- Recibida el anticipo del importador, se procede a preparar la mercadería solicitada.
- Una vez la mercadería es terminada, se elabora la factura comercial y el packing list de la misma, haciendo a su vez, contacto con el despachante para su debido proceso.
- Se le otorga a nuestro despachante la documentación para que este inicie el proceso de permiso al depósito fiscal para ingresar la carga.

¹⁷ Cotizado por empresa Moniport, responsable de ventas Soledad Rodriguez

- Se contacta al forwarder para que el mismo nos informe sobre el flete y seguro correspondiente a la mercadería a exportar.
- El forwarder nos informa que la mercadería será embarcada el acordado en el depósito fiscal de Buenos Aires.
- Presentada la fecha a la empresa, esta le comunica al despachante para que el mismo realice la secuencia de despacho de exportación, con sus debidos documentos.
- La mercadería es embalada en planta y enviada al depósito fiscal e.
- El despachante presenta el aviso de carga frente a aduana.
- Se sortea el canal de selectividad para la misma.
- La mercadería es cargada en el contenedor que se encuentra en la dársena.
- La empresa exportadora procede a saldar los gastos incurridos tanto en el depósito fiscal, como también los incurridos en terminal portuaria.
- Se saldan los gastos incurridos con el forwarder y se retirara, a su vez, la documentación referida al envío de la mercadería.
- Se envía la documentación necesaria para el importador mediante currier.

DOCUMENTACION.

FACTURA COMERCIAL

<p>FACTURA COMERCIAL N° 0000 – 00000XXX Fecha: Sensor Automatización Agrícola S. A. Ruta 34 km 54 2144 – Totoras – Santa Fe – Argentina. Tel/Fax: (+54) 3476 – 461416 IVA Responsable Inscripto. CUIT:20-35237800-1</p>		<p>Totoras, Argentina.</p> 	
<p>Señores:  Domicilio : RuaRainhaGinga, 74</p>		<p>Forma de pago: -13 floor,Luanda</p>	<p>Transferencia simple, 50% por adelantado</p>
<p>Condición de venta: CIF Luanda</p>		<p>Guía remito: 12200</p>	
<p>Vía MARITIMA (MSL CORPORATE)</p>		<p>Orden de compra N°: 1500</p>	
Precio Unitario	Detalle		Total
20	1- Panel Principal C/ pantalla 1- Cable de Motor Principal 1- Cable Cabina 1- Cable de accionamientos hidráulicos 1- Sensor de tolva llena 1- Sensor Medición de presión de aceite 2- SensorMedicion de temp. 1- Cable de cola 1- Juego de chapa prensacable 1- Sensor Corte de presion de aceite 1- Sensor Corte de temp. De agua 1- Sensor de rotor 2- Sensores de Velocidad 1- Cable Alimentación + Bus 1- Cable izquierda c/pulsador 1- Cable derecho 1- Cable de protección	12508,95	<u>250179,08</u>
<p>VALOR TOTAL: CIF Luanda</p>		<p>U\$S: <u>250179,08</u></p>	

Esta factura equivale a

U\$S: 250179,08

Transporte: Vía A, desde Buenos Aires mediante **NVOCC , MSL CORPORATE**

Forma de Pago: la factura comercial deberá ser comercial a los 60 días de la fecha de la misma mediante una transferencia bancaria simple del 50% a la orden de Sensor Automatización Agrícola S.A. Banco Credicoop Sucursal Totoras. Cuenta Cte. N° 52.341.179/56

Validez de la oferta: 30 días a partir de la fecha de la presente FPF.

Disponibilidad de la mercadería: a partir de los cinco (30) días posteriores a la recepción de la presente factura conformada.

Fecha estimada de embarque: 05/08/23

Jurisdicción: las partes acuerdan expresamente someterse para su resolución a la jurisdicción de los tribunales ordinarios de la Ciudad de Rosario, Provincia de Santa Fe, Argentina, renunciando a cualquier otra que le pudiere corresponder, incluso la Federal.

Sensor Automatización
Agrícola S.A.

PROCURADOR

BILL OF LADING:

		BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT		SCAC BUE
		Booking No. 855291456		B/L No. 855291456
Shipper Sensor Automatización Agrícola S. A. Ruta 34 km 54 2144 - Totoras - Santa Fe - Argentina. Tel/Fax: (+54) 3476 - 461416 IVA Responsable Inscripto. Totoras, Argentina.		Export references		Svc Contract 182020
Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer") Nombre/Name: agromundo Dirección/Address: Ciudad/City: Luanda País/Country: Africa Rut N° 43953763 Telefono/Phone number: (224)222679200 / 222679900 Contacto/Contact: Klever Santos Email: agromundoAngola@yahoo.ang		Onward inland routing (Not part of Carriage as defined in clause 1. For account and risk of Merchant)		Notify Party (see clause 22) The same as consignee
Vessel (see clause 1 + 19) NVOCC, MSL CORPORATE	Voyage No. 0766	Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)		
Port of Loading Buenos Aires - AR	Port of Discharge Luanda - ANG	Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)		

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No. 1 contenedor dice contener: 60 cajas 20 cajas que pesan 30 kg. c/u. Total 20 cajas: 600 kg. 20 cajas que pesan 24 kg. c/u. Total 20 cajas: 680 kg. 20 cajas que pesan 28 kg. c/u. Total 20 cajas: 560 kg. NCM: 8424.90 Permiso de Embarque: 11176ED102587F FREIGHT PRE PAID DESTINATION PORT CHARGES FOR ACCOUNT OF CONSIGNEE CONTAINER: MSLCORPORATE5687145 20 ST	Weight 1840 kg	Measurement
--	--------------------------	-------------

Above particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect
Basic Ocean Freight		Per Container	USD		
Bunker Adjustment Factor		Per Container	USD		
Chassis Usage		Per Container	USD		
Government Agency Certificat		Per Container	USD		
Documentation Fee - Destinal		Per Bill of Lading	USD		
Handling Charge - Destinator		Per Container	USD		
Emergency Bunker Surcharge		Per Container	USD		

Carrier's Receipt (see clause 1 and 14). Total number of containers or packages received by Carrier. 1 container(s)	Place of Issue of B/L Buenos Aires - AR	SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking. In apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (or the Place of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being always subject to the terms, rights, defenses, provisions, conditions, exceptions, limitations, and liberties hereof (INCLUDING ALL THOSE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF NUMBERED 1-26 AND THOSE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liabilities in respect of on deck stowage (see clause 18) and the carrying vessel (see clause 19). Where the bill of lading is non-negotiable the Carrier may give delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original bill of lading. Where the bill of lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender one original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such document which the Merchant surrenders as a bill of lading is genuine and original. If the Carrier complies with this duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original bill of lading, such delivery discharging the Carrier's delivery obligations. In accepting this bill of lading, any local customs or privileges to the contrary notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the face or reverse side hereof, as fully as if they were all signed by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated on this side have been signed and wherever one original Bill of Lading has been surrendered any others shall be void.
Number & Sequence of Original B(s)/L THREE/3	Date of Issue of B/L	
Declared Value (see clause 7.3)	Shipped on Board Date	

Signed for the Carrier A.P. Moller - MSL Corporate

As Agent(s) for the Carrier
MSL Corporate

This transport document has one or more numbered attachments

LISTA DE EMPAQUE

Sensor Automatización Agrícola S.A		Ruta 34- Km 54.8- C.C.27- 2144- TOTORAS- Santa Fe- Argentina- Tel/Fax: (03476) 461370- 461416- 461358 e-mail: administracion@sensoraagri.com I.V.A. RESPONSABLE INSCRIPTO				
CUIT N° 30-67391370-5 ING.BRUTOS: 112005398-5 INC. de ACTIV.: 15/09/97		TOTORAS, 21 DE AGOSTO DE 2022				
S/res: AGROMUNDO Rua : Ra INHA GINGA , 74- 13 floor , Luanda - Angola Tel./fax: +(224) 222679200 - 222679900 Caixa Postal: 2143						
LISTA DE EMPAQUE						
CORRESPONDE A: FACTURA DE EXPORTACION: 0090-0000018 MEDIO DE TRANSPORTE: Via Marítima (INVOCC;CORPORATE)						
Cant. Bultos	N° Bulto	Tipo de Embalaje	Item fac	Descripción de la Mercadería	P.Netto (Kgs.)	P.Bruto (Kgs.)
NCM 8424.90.90						
20	10	CAJA (0.70X0.41X0.62) m	1	PP-COOR-VA 5AX700FULL (CODERA CPANTALLA AXIL 7500 FULL) COMPUESTO POR: 1- Panel Prindpal O Pantalla		
			2	PP-INST-VA 57500FULL (INST ELECTRO-ELECTRONICA AX7500FULL) COMPUESTO POR: 1- Cable de Motor Principal 1- Cable Cabina 1- Cable de accionamientos hidráulicos	22,00	30,00
20	20	CAJA (0.40X0.40X0.40) m		1- Sensor de tolva llena 1- Sensor Medicion de presion de aceite 2- Sensor Medicion de temperatura MD 24710 o/adap. 1- Sensor Corte de presion de aceite MD 18121 o/adap. 1- Sensor Corte de temperatura de agua MD 19734 o/adap. 1- Sensor de rotor 2- Sensores de Velocidad 1- Cable Alimentacion + Bus 1- Cable izquierdo o/pulsador boton verde o/cable 1- Cable derecho 1- Cable de proteccion linea alimentacion Fuse Master 1- Cable de cola 1- Juego de chapa prensacable Accesorios		
20	3	CAJA (0.24X0.41X0.70) m	3	1- Relays AX 7500 Full	28,00	34,00
					20,5	28,00
PESO NETO TOTAL: Kgs. 1470,00 PESO BRUTO TOTAL: Kgs. 1840,00 CANTIDAD TOTAL DE BULTOS: 60 VOLUMEN TOTAL: 6.2164 M3 TIPO DE EMBALAJE: CAJAS DE CARTON MARCAS: SENSOR AUTOMATIZACION AGRICOLA S.A. - INDUSTRIA ARGENTINA						

MEDIO DE PAGO ELEGIDO

El medio de pago elegido para esta exportación es la transferencia simple, este es el instrumento de pago más rápido y seguro. Una transferencia simple es una petición formal que cursa el ordenante a su banco para que, directamente o valiéndose del concurso de un intermediario, pague a un tercero, una determinada cantidad.

La transferencia es simple, por lo que el beneficiario, en este caso sería la empresa Sensor Agri, no tendrá que presentar documentación alguna.

Por lo que respecta a la relación entrega de la mercadería-pago de la misma, se realizara el pago posterior a la entrega. Esta es la opción más habitual en los negocios internacionales, el comprador recibe la mercadería y posteriormente, ordena a su banco que haga la transferencia, esto implica una gran confianza del vendedor, que se desprende de sus productos sin recibir el pago a cambio. Al ser la primera venta que se realiza con este cliente, al utilizar esta transferencia simple se quiere dar a entender al cliente que tenemos confianza en él y que buscamos lograr una relación continua en el tiempo.

Probablemente sea el instrumento de pago internacional más utilizado en el comercio exterior, su agilidad y ausencia de riesgos determinan que haya desplazado con el tiempo a los cheques como medio de pago internacional.

Por la forma de emisión, un banco que recibe instrucciones de un ordenante para realizar una transferencia puede hacerla de maneras: directa o indirectamente. En el caso de esta exportación, utilizaremos una transferencia indirecta. Es aquella que se realiza cuando el banco emisor se ve obligado a utilizar la mediación de otro banco en el exterior para poder realizar el pago al beneficiario.

<u>Secuencia Operativa</u>	
1	<i>La empresa Sensor Agri suministra la mercancía objeto de la venta a la empresa AGROMUNDO</i>
2	<i>El comprador, contra recepción, ordena a su banco que haga una transferencia a favor de la empresa Sensor Agri.</i>
3	<i>El banco emisor, adeuda de forma inmediata el importe transferido de la cuenta del ordenante.</i>
4	<i>El banco emisor instruye al banco del beneficiario para que abone el importe acordado al vendedor.</i>
5	<i>El vendedor recibe un abono en su cuenta en pago de la venta realizada.</i>

18

ELECCIÓN DEL MODO DE TRANSPORTE DE LA MERCADERÍA

En la elección de un modo de transporte, no es cuestión de optar por aquel cuyo costo de flete resulte más reducido sino también analizar la opción de optar por un medio de

¹⁸ Material extraído del apunte de clase de la asignatura “Régimen Económico Financiero del Comercio Internacional”. Prof. Paulo Lanza

transporte requiere un análisis de los gastos totales relacionados con la expedición de la mercadería, involucra considerar desde el embalaje hasta la recepción de la mercadería por el consignatario. El modo de transporte seleccionado para el transporte de la mercadería, es el transporte marítimo.

Por lo que me inclino a utilizar este medio de transporte es que averiguando la parte de logística aérea en Luanda no está desarrollada a la altura del tránsito internacional. La frecuencia de los vuelos y calidad del servicio prestado por las aerolíneas son baja calidad y altos precios, para lo cual nos pusimos de acuerdo con el comprador y como no estaba apurado y si quería reducir los costos averiguamos por el transporte marítimo. En este caso puntualmente si las compañías aéreas estarían más desarrolladas, hubiese sido una viable y potable opción optar por este tipo de transportes ya que no era una mercadería tan pesada y si de gran cuidado como lo son siempre los implementos tecnológicos que son sensibles a diferentes golpes.

Como uno de los puntos a favor y destacar es que el comprador se encuentra en Luanda y el puerto principal se encuentra en la misma localidad por lo cual sería una ventaja para el comprador, ya que no tendría que utilizar un flete desde el puerto de destino hasta el lugar convenido por el exportador. Además en mi análisis encontré un transporte bastante regular hacia el país y varias navieras lo tiene en sus agendas frecuentes por lo que pude optimizar al máximo el precio del flete internacional.

La empresa utilizada por el transporte principal nos indica que el flete internacional tarde 40 días con normalidad para llegar al puerto de destino.

Para una mayor seguridad y por qué no genera un costo demasiado alto consolidamos la mercadería y así evitar que sufra algún problema en el trayecto.

Nos pusimos en contacto con el comprador le explicamos la situación y el tiempo requerido al igual que los costos, este nos informó con gratitud nuestra propuesta y así comenzamos las negociaciones con la empresa naviera más pertinente y que arroje mayores beneficios para el exportador e importador.¹⁹

DESTINACION ADUANERA

La destinación aduanera aplicada para esta exportación es la destinación definitiva de exportación para consumo. Este tipo de destinación es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado fuera del territorio aduanero.

La solicitud de destinación de exportación para consumo debe formalizarse ante el servicio aduanero mediante una declaración efectuada:

- a) Por escrito, en soporte papel
- b) Por escrito, a través del sistema informático
- c) Verbalmente

¹⁹ Apunte de cátedra de la asignatura Logística Internacional, Capítulo 4 Transporte marítimo. Autor: Enrique de Dios.

Dicha declaración debe indicar toda circunstancia o elemento necesario para permitir al servicio aduanero el control de la correcta clasificación arancelaria y valoración de la mercadería.

Cuando la exportación, como en este caso, se efectuare por vía acuática o aérea, la solicitud de destinación de exportación para consumo no podrá desistirse una vez que el medio de transporte hubiere partido con destino inmediato al exterior.

El desistimiento de la solicitud de destinación de exportación para consumo no exonera de responsabilidad por los ilícitos que se hubieran cometido con motivo o en ocasión de la declaración efectuada al solicitarse la destinación.

Efectuados los trámites relativos al despacho de la mercadería y, en su caso, pagados o garantizados los tributos correspondientes, se procederá a su libramiento.

La DGA realiza el control, verificación, clasificación, valoración; suponiendo que el despachante no se encontrare en ese momento pierde el derecho a reclamar.

El embarque de mercadería en menor cantidad que la declarada: en este caso el exportador, una vez cargada debe dar aviso al Servicio Aduanero a fin de cancelar la Solicitud, por la parte de lo no cargado.

A su vez podemos mencionar que la mercadería irá en tránsito desde Rosario hacia Buenos aires:

Se trata de mercadería de libre circulación en el territorio aduanero que es destinada para exportarla desde una aduana de registro, pudiendo ser transportada hasta otra del mismo territorio aduanero, con la finalidad de ser exportada desde esta última (aduana de salida); sólo se controlan precintos y sellos.

En la misma Declaración escrita que se formalizará ante la Aduana matriz solicitando la destinación de exportación, el exportador debe pedir el tránsito de exportación hasta la aduana de salida, indicando si el transporte se efectuará mediando transbordo a otro medio de transporte.

La Resolución ANA 1964 dispone que se agregue la hoja de ruta con el itinerario a seguir. Debe estar suscripta por un ATA y certificada su firma por el despachante.

Una vez en poder de los exportadores las copias del permiso de embarque, solicitarán la verificación de la mercadería y al posterior precintado de las puertas o elementos respectivos del medio de transporte, de lo que se dejará constancia en el documento de embarque.

Finiquitada la carga, el guarda aduanero efectuará el pre-cumplido de embarque en todos los ejemplares del PE dentro de las 48 hs. La documentación se conserva hasta la recepción de la tornaguía de la aduana de salida.²⁰

²⁰ Código Aduanero de la República Argentina.

CONCLUSION

Como resultado de esta amplia investigación, podemos concluir con que la exportación de este tipo de productos en estos tipos de mercados (no comunes) como los del continente africano pueden ser viables, Ya que nos encontramos en lugares de plena explotación agrícola y con una gran falta de tecnología para aplicar en estas tierra.

Las tierras africanas en su mayoría estan en manos de inversores que poseen una alta cantidad de hectáreas cultivables, los cuales necesitan de maquinarias de primer nivel como las que provee Sensor Agri.

Además podemos agregar que al comercializar materiales plenamente fabricados en territorio nacional, puede servir en el ingreso de divisas para la aplicación de estos flujos en nuestro país.

Indudablemente, post pandemia este tipo de productos se volvió mas atractivo para el mercado internacional ya que, la demanda podría comprar a precio barato en comparación con los demás mercados,(teniendo en cuenta nuestro poco valor de la moneda nacional) y obtendría a cambio un producto de gran nivel como lo es nuestra Maquinaria agricola.

Creemos que una reducción de aranceles podría desembarcar en grandes oportunidades para las empresas locales, con lo cual haría efectivo un creciente intercambio de productos con Angola.

Éste trabajo de investigación, abrirá las puertas a muchos mercados, no solamente a SENSOR AGRI, Sino que a muchos de los competidores que aun no se animan o desconocen el mercado africano.

Nuestra empresa como tantas otras perteneciente al rubro agrícola, tienen un gran potencial para poder ingresar a mercados internacionales. Sin dudas en Argentina tenemos la problemática de no desarrollar plenamente cualquier tipo de producto, es decir, inyectarle valor agregado, es por eso que nuestra maquinaria merece la oportunidad de poder llegar a ser un producto exportable, ya que cumple con 2 importantes indicadores, ser de buen nivel y calidad, y tener un bajo costo para la demanda internacional .

Para cerrar este trabajo podemos decir que el comercio exterior no posee barreras. Proponer llegar a un mercado puntual y poder ingresar nuestro producto tiene infinitas posibilidades de realizarse con éxito. Para un crecimiento propio y del país es necesario tener un pleno intercambio con los demás países, ya que no solamente ellos necesitan de nuestros productos, sino que nosotros también necesitamos de los suyos.

Bibliografía:

<https://datos.bancomundial.org/indicador/FS.AST.CGOV.GD.ZS?locations=AO>

<http://ambitointernacional.com/angola-es-el-pais-mas-latino-de-este-continente/#:~:text=Las%20relaciones%20bilaterales%20entre%20Argentina,%2C%20agropecuaria%2C%20cient%3ADfca%20y%20cultural.>

<https://www.gruposensor.com/>

https://tratados.cancilleria.gob.ar/tratado_archivo.php?tratados_id=kp6nl5c=&tipo=kg==&id=mKKjng==&caso=pdf

https://tienda.sensortecnologia.com/?s=vassalli&post_type=product

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26399-144414/texto>

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/angola_ficha%20pais.pdf

<http://www.embajadadeangola.com/noticias/noticia-260418-1.html>

<https://www.ifad.org/es/web/operations/w/pa%3ADs/angola#:~:text=Se%20calcula%20que%20el%2080,producen%20escasos%20o%20nulos%20excedentes.&text=En%20la%20actualidad%20apenas%20se,m%3A1s%20bajas%20de%20%3%81frica%20Subsahariana.>

<http://www.icex.es>