

CLAVES PARA HACER NEGOCIOS EN ANGOLA

Rafael de León de María*

Angola se ha convertido en uno de los países más interesantes para hacer negocios en el África Subsahariana. Hace tan solo 12 años, el 22 de febrero de 2002, la muerte de Jonas Savimbi (líder de la UNITA, principal partido de la oposición) ponía fin a 27 años de guerra civil en Angola, asegurando la tan ansiada paz y dejando un país con necesidad (y ganas) de todo. Las principales infraestructuras habían sido destruidas, así como el tejido industrial, a excepción del sector petrolífero. Desde entonces, comenzó un proceso de reconstrucción del país y crecimiento económico sin parangón, impulsado principalmente por la vasta riqueza natural del país (principalmente petróleo, pero también diamantes, minerales, madera y otros recursos naturales).

Según reflejan las estadísticas, Angola fue el país con mayor crecimiento económico acumulado del mundo entre 2001 y 2011, incluso por delante de China. Su sistema de gobierno es una democracia multipartidista fuertemente presidencialista, que lleva al cargo de José Eduardo dos Santos, líder del MPLA (Movimiento Por la Liberación de Angola, partido político en el gobierno) y Presidente de la República, durante los últimos 35 años. La estabilidad política se ha traducido en relativa seguridad jurídica, y esto, junto con las políticas de control de la inflación, los programas de reconstrucción nacional, la incipiente clase media y la inversión extranjera (incentivada tras la creación de la Agencia Nacional de Inversión Privada, ANIP), han convertido al país en uno de los destinos con mayores oportunidades de negocio del África subsahariana. El saldo de la balanza comercial entre España y Angola es todavía negativo debido a las importaciones de crudo, pero las exportaciones españolas han experimentado un aumento cercano al 20% en 2013 respecto al año anterior, y cada vez se conoce mejor y se aprecia la calidad de los productos y la tecnología española.

Sin embargo, y a pesar de las prometedoras perspectivas de crecimiento, el país sigue sufriendo las consecuencias de un conflicto tan largo, reflejadas en ciertos problemas logísticos, sanitarios, sociales y económicos.

A continuación se tratan algunos temas que los ejecutivos y empresarios que viajan a Angola para hacer negocios deben conocer.

Altos costes en tiempo y dinero

Los altísimos costes derivados de las trabas al libre comercio y a la especulación, han llevado a Luanda a ser nombrada la ciudad más cara del mundo para vivir. Los empresarios extranjeros que decidan visitar el país, deben tener en cuenta que el coste del alojamiento ronda los \$400 USD por noche, el alquiler de un vehículo con conductor (imprescindible) suponen unos \$140 USD al día y una cena de negocios no

bajará de los \$70 USD por persona. No sólo les costará dinero sino tiempo, y nada más salir del aeropuerto en dirección al hotel, encontrarán el famoso “engarrafamento” (atasco) por toda la ciudad, que ralentiza todos los desplazamientos diarios.

Atención a la seguridad

Como en cualquier país en el que existen grandes desigualdades sociales, la seguridad física es un asunto de máxima importancia. Hay que intentar no parecer el típico extranjero recién llegado, evitar zonas conflictivas, extremar las precauciones por la noche, ir siempre acompañado, tener un conductor de confianza que le lleve de puerta a puerta, no hacer ostentaciones, etc. Además, hay que asegurarse de cumplir en todo momento las normas, y llevar una fotocopia compulsada de su pasaporte con el visado, para evitar problemas con la policía.

Agenda de reuniones previa

Es fundamental llevar una agenda de reuniones preparada de antemano, ya que apenas existen bases de datos formales ni inteligencia comercial fácilmente disponible, y la técnica de la “puerta fría” no funciona en absoluto; incluso las agendas preparadas suelen sufrir modificaciones de última hora. Hay que prestar además especial atención a la hora de localizar los lugares de las reuniones, pues no es común que la gente sepa el nombre de las calles (que han cambiado los nombres de la época colonial por nombre nuevos que casi nadie conoce), y sí se guíe por referencias de edificios o lugares señalados cercanos.

Dificultades para conseguir entrevistas de alto nivel

Se debe tener en cuenta que el empresariado local suele pecar de informalidad, y no es tarea fácil conseguir concertar reuniones con las personas que tienen la capacidad de tomar la decisión final. Este punto se complica si el cliente es el gobierno o si se persiguen concursos públicos, la burocracia es extremadamente complicada (aunque mejora cada día) y suele alargar los procesos de negociación, contratación, implementación y pago.

La confianza y relaciones personales son la base de los negocios

Además, hay que tener en cuenta la costumbre del empresariado angoleño de hacer negocios “personales”; no les gusta hacer negocios con gente que no conocen, ni mucho menos a distancia. Hay que trabajarse las relaciones personales con los clientes, y es altamente aconsejable el contar con presencia en el país para conseguir ventas recurrentes. El contar con un socio local adecuado, como es habitual en gran parte de África, es fundamental. Conocer bien y tener una relación de confianza con este, puede ahorrarnos muchos disgustos. En la medida de lo posible, el inversor extranjero debe exigir garantías legales y un compromiso escrito de su socio local, y desconfiar de los atajos u ofrecimientos opacos que prometan ventas o adjudicación de contratos por la vía rápida. Angola no es un país sencillo, no confíe en nadie que le diga lo contrario.

Trabas logística y aduaneras

Siempre se trabaja con precios FOB y CIF, y a no ser que conozca un buen despachante (que le cobrará alrededor de un 2% del valor CIF de la mercancía), nunca corra con el riesgo de los trámites aduaneros y entrega en almacén del cliente. Las aduanas en Angola son un mundo totalmente opaco, lleno de trabas, y con interminables requisitos de documentación a aportar que si contiene un mínimo error demora aún más el proceso. Una vez pasado el trámite aduanero, y sobre todo si el almacén del cliente está situado fuera de Luanda, surge toda la serie de dificultades para realizar la entrega sin percances: carreteras en mal estado, tráfico, daños a la mercancía en el transporte, robos, etc.

Cobro de las operaciones

Conseguir el pago por los trabajos realizados, también está sujeto a sorpresas, y hay que exigir siempre las máximas garantías y el uso de instrumentos de pago seguros. Es práctica habitual en la realización de proyectos (no en ventas de productos) recibir un pago anticipado o *down payment* para su puesta en marcha, y es imprescindible el uso de cartas de crédito irrevocables y confirmadas para garantizar la recepción de los importes prometidos. Los grandes importadores, aunque depende del sector, suelen trabajar con pago ante documentos de embarque o a crédito de 30 – 60 días.

En resumen, el angoleño es un mercado lleno de oportunidades y con margen de crecimiento, pero con ciertas dificultades a superar, que actúan como barreras de entrada que hay que saber cómo salvar. Hacer negocios en Angola no es un *sprint*, sino una carrera de fondo. Es importante la perseverancia y la ética empresarial, las precauciones y el ímpetu. En palabras de António Agostinho Neto, “padre” de la independencia y primer Presidente de Angola: *“A luta continua, a vitória é certa”* (La lucha continúa, la victoria es segura).

** Socio-Director de [Africorp Trading](#), consultora especializada en asesoramiento, representación e inversiones en Angola.*



Puede obtener información completa para hacer negocios en Angola en la [Guía de Negociación y Protocolo en Angola](#).

TradeLibrary es la primera Biblioteca online de Comercio Internacional que incluye más de 400 publicaciones (libros, casos prácticos, modelos de contratos y cartas, guías-país, artículos, etc.) sobre diferentes temas como marketing, finanzas, medios de pago, transporte y logística, Incoterms, negociación y gestión administrativa del comercio internacional.

Contenidos de TradeLibrary

- Libros de Comercio Internacional
- Casos Prácticos (marketing, negociación, finanzas, transporte internacional, etc.)
- Documentos (comerciales, transporte, aduanas)
- Contratos Internacionales (español-inglés)
- Cartas Comerciales Internacionales (español-inglés)
- Guías de Negociación y Protocolo en 60 Países
- Artículos de Comercio Internacional

TradeLibrary
Información y Suscripciones

