

Área de Análisis e Inteligencia Comercial



INFORME PRE-FERIA

NAMPO Harvest Day 2008 11-15 de Mayo

Bothaville - Sudáfrica

Director Ejecutivo de la Fundación Export.Ar

Dr. Marcelo Elizondo

Coordinadora Área de Análisis e Inteligencia Comercial

Lic. Beatriz Fernández Domínguez

Responsable Área de Análisis e Inteligencia Comercial

Santiago Andrés Mantelli

Elaboración: Lic. Gabriel L. Saez

Colaboradores : Ing. Héctor Herrera e Ing. Cristiano Casini

Fecha de Elaboración: Abril de 2008

Sudáfrica

1. Aspectos Generales

1.1. Datos Políticos y sociales

La República de Sudáfrica está compuesta por 9 provincias. Su actual Constitución se encuentra vigente desde 1997. El cargo de presidente de la República, detentado hoy por Thabo Mbeki, implica la responsabilidad de actuar como jefe de estado y de gobierno.

La población supera los 44 millones de habitantes, con una expectativa de vida al nacer cercana a los 42 años, debido principalmente a la epidemia de VIH.

1.2. Datos Geográficos

- Extensión: Sudáfrica cubre una superficie total de 1.219.912 km².
- Principales ciudades:
 - Pretoria (capital administrativa, 2.345.908 hab.); Ciudad del Cabo (capital legislativa, 3.497.097 hab.); Bloemfontein (capital judicial, 369.568 hab.) y Johannesburgo (3.888.180 hab.), Durban (2.117.650 hab.)
- Principales puertos:
 - Port Elizabeth, Saldanha Bay, Ciudad del Cabo, Durban y East London.
- Principales aeropuertos internacionales:
 - Cape Town International (Ciudad del Cabo), Johannesburg (Johannesburgo) y Durban (Durban)

El país tiene fronteras comunes con Namibia, Botswana y Zimbabwe; mientras Mozambique y Swazilandia se sitúan en el NE. Dentro del territorio Sudafricano se encuentra, en el SE, el reinado de Lesotho.

1.3. Datos Económicos

Sudáfrica es un mercado emergente, de ingresos medios, con abundantes reservas naturales. Cuenta con una sólida estructura legal y financiera y con desarrollados sectores de energía, comunicaciones y transporte. Sin embargo, la estabilidad macroeconómica no ha resultado ser suficiente para paliar un nivel de desempleo relativamente alto.

El PBI nominal alcanzado en 2007 ronda los 282.600 millones de dólares. La composición del mismo es la siguiente:

Industria (27 %), Agricultura (2,2 %) y Servicios (70,8 %).

Sudáfrica exporta predominantemente oro, diamantes, platino, otros metales y minerales, maquinaria y equipamientos diversos. , Sus principales compradores son Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Holanda y China.

Sus importaciones provienen de Alemania, China, Estados Unidos, Japón, Arabia Saudita y Reino Unido, e incluyen maquinarias y equipamiento, productos químicos, productos derivados del petróleo, instrumentos científicos, y alimentos.

2. Intercambio Comercial de Sudáfrica

2.1. Balanza Comercial de Sudáfrica

Cuadro N°1 Balanza Comercial de Sudáfrica En Millones de Dólares

	Exportaciones de Sudáfrica	Importaciones de la Sudáfrica	Saldo	Comercio Total
1997	82.946	132.437	-49.491	215.384
1998	84.994	104.719	-19.725	189.713
1999	84.812	111.060	-26.248	195.872
2000	87.724	134.545	-46.821	222.269
2001	78.208	116.000	-37.792	194.208
2002	82.919	116.448	-33.529	199.366
2003	102.407	127.939	-25.532	230.346
2004	123.295	163.855	-40.560	287.150
2005	130.045	200.047	-70.003	330.092
2006	147.422	238.710	-91.287	386.132

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos del CEI (INDEC)

Las importaciones de Sudáfrica registraron durante el año 2006 un incremento del 19% interanual y un aumento del 80% comparando con el monto importado en el año 1997. Por su parte, las exportaciones crecieron un 78% en el decenio de estudio y un 13% respecto a 2005.

La balanza comercial de Sudáfrica tuvo un saldo negativo durante el período bajo estudio, alcanzando este su valor máximo en 2006. El comercio global (exportaciones más importaciones) fluctuó durante los primeros años de la década, pero ha ido en crecimiento desde 2001.

2.2. Balanza Comercial Argentina – Sudáfrica

Cuadro N°2 Balanza Comercial Argentina - Sudáfrica En Millones de Dólares

	Exportaciones argentinas hacia Sudáfrica	Importaciones argentinas desde Sudáfrica	Saldo	Comercio Total
1997	304	109	195	413
1998	253	111	142	364
1999	308	93	215	401
2000	241	85	156	326
2001	312	123	189	435
2002	292	33	325	259
2003	333	53	280	386
2004	600	91	509	691
2005	491	108	383	599
2006	916	118	798	1034

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración)

La balanza comercial ha sido favorable a nuestro país durante los 10 años, lográndose el mayor margen positivo en 2006, año en el que también el comercio total llegó a su máximo.

3. Características del Mercado Sudafricano y Cultura de Negocios

Sudáfrica es la nación más próspera de su continente y exhibe admirables signos de crecimiento. Se trata de un país en desarrollo, con infraestructura moderna y variados atractivos.

3.1. Aspectos generales del mercado sudafricano

Una de las características sobresalientes de este mercado es la heterogeneidad de los consumidores. Según el censo 2001 en la composición étnica predomina la raza negra (79%), seguida por las razas blanca (10%), mestiza (9%) y asiática (2%). Respecto de las religiones, predominan el protestantismo, el catolicismo y el islamismo. La diversidad cultural se expresa también en sus once idiomas oficiales: afrikáans, isndebele, isixhosa, isuzulu, inglés, sependi, sesotho, setswana, siswati, tshivenda y xitsonga. En el ambiente de los negocios, el idioma inglés es ampliamente aceptado y conocido por sus actores.

La apertura hacia el mercado sudafricano implica reconocer una realidad heterogénea, en la que debe identificarse por lo menos dos segmentos: uno de consumidores mayoritariamente de raza blanca, con gustos, tendencias de consumo y poder adquisitivo similares a los europeos; otro predominantemente de raza negra, de bajo poder adquisitivo y afectado por la considerable tasa de desempleo.

3.1.1 Black Economic Empowerment: El *Black Economic Empowerment* (BEE) es un esquema considerablemente aceptado y consolidado en la economía de Sudáfrica. Desde la caída del apartheid y la llegada de la democracia en 1994, uno de los problemas que más afecta al país es la desigualdad racial provocada por la mala distribución de la riqueza. En la actualidad, se calcula que la población blanca —un 10% del total— controla más de dos tercios de las empresas; los inversores extranjeros, un 30%; y los ejecutivos de color, el resto. A pesar de la incipiente clase media que parece estar surgiendo, la población de raza negra se encuentra en su mayoría por debajo de la línea de la pobreza.

En el año 2003, el gobierno del presidente Mbeki dispuso destinar cerca de 1.400 millones de dólares del presupuesto nacional al fomento de nuevos negocios y la promoción de aquellos ya existentes que estuviesen enmarcados en el programa de fortalecimiento, que comprende a todos los proyectos económicos dirigidos por ejecutivos de cualquiera de las razas discriminadas por el antiguo régimen racista (negros, mestizos y asiáticos). Hasta el momento, los resultados han sido muy positivos. Así, por ejemplo, cerca de 22 empresas que se beneficiaron de las líneas de ayuda del BEE participan hoy activamente en la Bolsa de Valores de Johannesburgo.

En el presente, el programa de fortalecimiento se ha vuelto más sofisticado. Se ha reconocido no sólo la importancia de incrementar la participación de ejecutivos de raza negra en los negocios sudafricanos sino también lo fundamental que resulta mejorar la calidad de la fuerza laboral. Por ello, se ha dispuesto la creación de un fondo con aportes obligatorios cuya finalidad es el desarrollo de programas de educación, entrenamiento y capacitación. Este esquema ofrece una interesante oportunidad para la generación de alianzas estratégicas con Sudáfrica, siendo de enorme importancia la capacidad que puedan desarrollar los empresarios argentinos para identificar el mejor socio del mercado. En este marco, una empresa de la industria farmacéutica nacional ha dado pasos considerables en ese sentido, de los que espera obtener resultados positivos en el mediano plazo.

3.1.2 Concentración sectorial y socios locales: Aunque esta tendencia no ha tendido a acentuarse en los últimos años, la actividad comercial muestra un importante grado de concentración en pocos agentes económicos. Por lo general, en cada sector existe un reducido número de compañías que controla el intercambio comercial. Esta situación puede ser aprovechada por los empresarios que deseen hacer negocios con contrapartes sudafricanas, ya

que esa fuerte concentración permite identificar interlocutores clave para obtener información sobre la dinámica del sector.

De lo anterior surge la importancia de socio local que posea un conocimiento significativo de las características del mercado y de las pautas de consumo. Contar con un representante de este tipo en Sudáfrica puede ser de enorme utilidad, dadas la distancia, la base geográfica de distribución, la especialización sectorial y la diversidad cultural. La elección del aliado estratégico debe realizarse de acuerdo con ciertos factores. Entre éstos se destacan:

- el tamaño apropiado;
- la capacidad de distribución a escala nacional;
- la experiencia e implantación en el sector;
- la ausencia de compromisos con la competencia;
- la capacidad financiera;
- la capacidad técnica de instalación, reparación y mantenimiento; y
- la capacidad de prestar servicios de garantía o posventa.

Como conclusión, se aconseja al empresario argentino otorgar una importancia singular al conocimiento previo de las pautas de consumo del mercado así como de las tendencias a plazo. Sudáfrica y la Argentina se han mantenido aislados el uno del otro durante muchas décadas y sólo recientemente han comenzado a estrechar vínculos. Por eso, un factor clave para hacer negocios es, en primer lugar, conocer el destino para recién luego avanzar en los procesos de negociación y posterior establecimiento de relaciones comerciales.

3.2. Cultura de negocios

Como es sabido, la cultura de negocios y la idiosincrasia empresarial de cada país puede ser muy rica y diversa en todas las partes del mundo. Conocerla representa, sin lugar a dudas, una de las claves del éxito en una negociación comercial. En este sentido, Sudáfrica no es una excepción. El destino posee sus particularidades, a pesar de que buena parte de sus hombres de negocios están empapados de las costumbres comerciales internacionales, las que han tendido a homogeneizarse con el transcurso del tiempo y el incremento de los intercambios mundiales.

La heterogeneidad sudafricana ya señalada impacta de modo particularmente significativo en la generación de una cultura corporativa específica. Por eso, a continuación se presentan algunos detalles que definen la visión particular de los negocios propia de este destino y que pueden resultar de gran utilidad para los empresarios argentinos y que serán muy valorados por sus contrapartes comerciales.

3.2.1 Contactos iniciales y saludos: El empresario sudafricano se comporta, por lo general, de manera muy cordial y hospitalaria. Sin embargo, es también franco y directo. Valora cada minuto de su tiempo y otorga una gran importancia a la formalidad en los compromisos. Por lo tanto, dar una buena primera impresión y, al mismo tiempo, mostrar un grado de seriedad y profesionalismo desde el comienzo de las relaciones constituye un factor clave de éxito.

Como en la mayoría de las culturas, la puntualidad es un tema al que se presta atención. A diferencia de otros mercados como, por ejemplo, los sudamericanos, la impuntualidad sin previo aviso o —peor aún— la ausencia injustificada marcarán un mal comienzo del vínculo comercial y dificultarán el ganarse la confianza del potencial importador.

El idioma de negocios de uso más frecuente en Sudáfrica es el inglés, dominado por lo general con fluidez por los hombres de negocios. Cualquier persona que hable como lengua materna el afrikáans dominará muy probablemente el inglés a la perfección. Por lo tanto, se recomienda conocer este idioma o contratar los servicios de un traductor.

Con respecto al saludo inicial, no existe ninguna simbología o ritual específico en la cultura sudafricana. Por lo general se hace mediante un apretón de manos firme y rápido, tanto en la presentación como en la despedida. A pesar de que en muchos casos los sudafricanos se besan en la mejilla entre hombres, al igual que en nuestro país, esa costumbre se reserva exclusivamente para el trato con las amistades y no para las relaciones empresariales.

Por último, para dirigirse de modo formal a un hombre de negocios sudafricano, debe tenerse en cuenta la importancia que la cultura de ese país atribuye a la posesión de un título universitario. Una porción reducida de la población tiene educación universitaria y, en consecuencia, títulos como Doctor, Licenciado o Magíster señalan un estatus que conviene señalar y respetar. Por eso, es aconsejable hacer la averiguación pertinente a fin de mencionar o no el título de la contraparte. En caso de no poseerlo, los nombres deben estar precedidos por las palabras "Señor" o "Señora". Resulta frecuente también el uso del nombre de pila, por lo que se recomienda esperar a ver bajo qué forma se presenta la contraparte y en adelante mantener ese esquema.

3.2.2. Modalidades de negociación: El hombre de negocios sudafricano prefiere entablar relaciones comerciales con agentes dignos de ganar su confianza, apuntando al establecimiento de relaciones sólidas, fieles y duraderas. Las negociaciones de tipo "win-win" (en inglés, dos veces ganancia, que implican beneficio mutuo y no juego de suma cero) le resultan especialmente importantes, y por eso busca que las relaciones comerciales sean, ya desde el inicio, positivas para las dos partes.

Se recomienda dejar completamente de lado el abordaje de temas relacionados con la política, las razas y otras cuestiones sociales de alta sensibilidad. Si bien es real que la mayoría de las cuestiones del pasado han sido superadas (como ya lo hemos mencionado, las tensiones raciales y sociales se han reducido significativamente), no es aconsejable tratar de debatirlas. Se trata de asuntos complejos y que pueden suscitar tensiones innecesarias a la hora de intentar gestar una relación de negocios nueva.

En las empresas sudafricanas, por lo general, las decisiones importantes —por ejemplo, una orden de compra— son tomadas en los niveles jerárquicos más altos, en las líneas gerenciales. Esto significa que resulta clave dar con la persona adecuada y llegar a la mesa de negociaciones con un tomador de decisiones representativo y con capacidad de influir, aunque sea en parte, a la hora de adoptar la determinación final.

El estilo de negociación sudafricano es amistoso pero formal, una modalidad intermedia entre los esquemas formales y conservadores (por ejemplo, los británicos), por una parte, y las formas sencillas e informales de negociación (como las de los hombres de negocio australianos), por otra.

La comunidad empresarial sudafricana suele no ver con buenos ojos las técnicas de venta demasiado agresivas, así como tampoco le agrada que las críticas a los proveedores de la competencia se utilice como argumento de venta (ya que no se debe olvidar que, en muchos casos, esos proveedores tienen un lazo de amistad con la empresa) o los testimonios emocionales.

Ya en la mesa de negociaciones, es poco recomendable intentar conseguir concesiones rápidamente. Éstas suelen hacerse pero en forma gradual, lenta y hasta "a regañadientes". El margen de negociación suele ser más amplio que en otras culturas de negocios y puede ser aprovechado. Sin embargo, conviene subrayar que de poco sirve emplear el ultimátum y las presiones ya que, por el contrario, afectan en forma negativa el proceso de negociación.

Desde el punto de vista estrictamente jurídico y contractual, vale mencionar que el empresario sudafricano no suele ser afecto al litigio y por eso no acostumbra a destinar demasiados recursos y esfuerzos para establecer detalles excesivos en los contratos internacionales de compra-venta. Lo usual es que se prefiera basar la relación comercial más en el aspecto humano-profesional que en el soporte jurídico. No obstante, es importante contar siempre con un instrumento jurídico que establezca las responsabilidades y los detalles de la operación.

Por último, una vez finalizada la negociación, hay que considerar que la cultura empresarial sudafricana no se caracteriza por hacer negocios rápidos y puntuales. Por ello, si se desean resultados positivos, estables y duraderos, es importante tener paciencia y apuntar a una visión de penetración a mediano plazo.

4. Agricultura en Sudáfrica

El principal problema de la agricultura Sudafricana es la falta de agua para el desarrollo de los cultivos, ya que la mayor parte del territorio tiene precipitaciones menores a los 500 mm/año.

Según las condiciones climáticas y de aptitud de los suelos solamente el 13% de la superficie total es cultivable, aproximadamente 15 millones de has sobre un total de 82 millones destinadas a alguna actividad agropecuaria que comprende la producción animal, forestal, etc. También hay que contemplar un millón de has afectadas con algún tipo de riego.

El factor que más variabilidad afecta a la producción agrícola es la irregularidad de las lluvias año tras año. En años favorables de clima, su producción alcanza para el autoabastecimiento y tiene algún saldo exportable. El año 2006 fue muy desfavorable con una gran contracción de la producción de granos, mientras este año con buenas lluvias se esperan buenos rendimientos de granos.

La agricultura contribuye cerca del 2,5% del PBI y emplea alrededor del 6% de mano de obra. Según los expertos, Sudáfrica puede competir muy bien en el mercado internacional con frutas y vinos, pero pierde fortaleza en los granos (trigo y maíz).

Existe una protección del gobierno a la agricultura con un subsidio del 4%.

El cultivo principal es el Maíz, correspondiendo el 70% a Maíz blanco para consumo humano y 30% al amarillo y colorado, destinado principalmente a la alimentación animal.

Las variedades de híbridos de maíz genéticamente modificados son el 48 % del total del área plantada en el ciclo 2006/07.

4.1. Cultivos

Cuadro N° 3 Principales cultivos y superficie sembrada

Cultivo	Ciclo agrícola	2004/05	2005/06	2006/07
MAÍZ.	Ha. cultivadas	2.810.000	1.600.200	2.551.800
	Producción (t)	11.450.000	6.618.000	6.901.800
	Rinde (t/ha)	4,07	4,14	2,70
SORGO.	Ha. cultivadas	86.500	37.150	69.000
	Producción (t)	260.000	96.000	165.875
	Rinde (t/ha)	3,01	2,58	2,40
TRIGO.	Ha. cultivadas	805.000	764.800	629.500
	Producción (t)	1.905.000	2.105.000	1.664.050
	Rinde (t/ha)	2,37	2,75	2,64
GIRASOL.	Ha. cultivadas	460.000	472.480	316.350
	Producción (t)	620.000	520.000	300.000
	Rinde (t/ha)	1.35	1.10	0,95
SOJA.	Ha. cultivadas	150.000	240.570	183.000
	Producción (t)	272.500	424.000	205.000
	Rinde (t/ha)	1.82	1,76	1,12
CANOLA.	Ha. cultivadas	40.200	32.000	32.000
	Producción (t)	44.200	36.500	36.800
	Rinde (t/ha)	1.10	1,14	1,15

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria)

La característica principal de los cultivos en las zonas de secano es la siembra en surcos en tierra con labranza tradicional, con arados y labranza reducida con rastra de discos de doble acción.

La práctica de siembra directa alcanza apenas del 10% al 15% del total de la tierra cultivable. El principal motivo es por la falta de conocimiento de esta tecnología y la falta de apoyo tecnológico a los productores medianos y grandes. La asistencia técnica agropecuaria oficial está dirigida exclusivamente a los pequeños productores, con una tecnología muy básica y de asistencia familiar. No hay investigación ni experimentación oficial sobre este tema.

La introducción de la siembra directa la están haciendo los productores mas adelantados, mas emprendedores por su propio interés y difundida entre los vecinos de pequeñas regiones. Hay zonas donde se comenzó con una buena difusión (privada) de siembra directa (Winterton en la Provincia de Kuazula Natal), en dos años se aumentó la siembra directa de un 10 al 90%, con una expansión muy rápida. En esta zona se encontraron productores con mas de 14 años en siembra directa, con cobertura de residuos, al estilo Argentino. Esta fue la zona de mayor desarrollo de la tecnología de siembra directa.

También en la Región de Limpopo, se encontró otro productor de 5.500 ha que practicaba la siembra directa en un 40% de la superficie, pero con un sistema de siembra bastante deficitario, similar al air drill canadiense, pero con tecnología importada de Australia. Se observó una gran variabilidad en los sistemas de siembra en cuanto a la distancia entre hileras, variando desde los 0,90 m a 1,00 m hasta 1,50 m. La densidad de plantas varía entre los 15.000 a 30.000 plantas por ha, según zonas y precipitaciones.

Los tipos de suelos mas frecuentes son del tipo franco a franco arcilloso, franco arcilloso limoso, franco y en algunos casos franco arenosos, con bajo contenido de materia orgánica (1 a 2%). Es muy frecuente el uso de subsoladores para romper el piso de arado.

En la campaña agrícola 2007/08 se observó un buen a muy buen estado de los cultivos de acuerdo a las condiciones locales y climáticas de ese año.

En cuanto a las máquinas y equipos existentes, en su gran mayoría (90%) es de origen Brasileiro: Cosechadoras (J. Deere, Case, N. Holland), equipos de labranza, tractores (J. Deere, Case, etc) y sembradoras tradicionales y de siembra directa (J. Deere, Súper Tooto, Metaza,) pulverizadoras (Jacto). Además cosechadoras Class y varios tractores de EE.UU y Europa.

Se observó un déficit bastante notorio en tolvas autodescargables. El almacenamiento en bolsas plástica se conoce y se está difundiendo en todas las regiones. Las máquinas embolsadoras son casi todas de origen Argentino, encontrándose algunas de fabricación local.

4.2. Proyección futura

De acuerdo a lo observado, las condiciones de clima, suelo y cultivo, indican que en este país la tecnología a aplicar, sin dudas, es la siembra directa con cobertura de residuos, con los ajustes propios de las diferentes regiones. En los lugares donde se encontraron agricultores que practicaban la siembra directa correctamente, fueron casos exitosos y con un convencimiento bastante firme. Esta gente está organizada en asociaciones de siembra directa.

Las máquinas sembradoras de origen brasileiro cuentan con una buena reputación por su fortaleza, pero su terminación y calidad es inferior a la obtenida por los fabricantes Argentinos.

Otro aspecto destacable es que Sudáfrica es la puerta de entrada mas segura y fácil para el resto de los países Africanos. Hay países muy interesantes, con un potencial de desarrollo superior a Sudáfrica. Aquí están los mayores concesionarios que distribuyen al resto de África. Existe el potencial para nuestras máquinas y equipos. Los pasos siguientes indican que se debe hacer contacto comercial con fuertes concesionarios y con ellos organizar un programa de difusión de la Siembra Directa con Cobertura al estilo Argentino, con el apoyo de agricultores medianos a grandes.

Cabe destacar que la maquinaria agrícola en general no paga derechos aduaneros. Pagan derecho aduanero, entre el 15 y 30% del valor CIF, la maquinaria autotransportable (que se moviliza por si misma). Al mismo tiempo todas aquellas máquinas que no se autotransportan no necesitan homologación vehicular, mientras que las otras sí.

5. Acceso al Mercado Sudafricano

5.1. Principales Acuerdos suscriptos por Sudáfrica

- SACU, Unión Aduanera de África del Sur (Sudáfrica, Botswana, Lesotho, Namibia y Swazilandia)
- SADC, Comunidad de Desarrollo del África Austral (Sudáfrica, Angola, Botswana, Rep. Dem. del Congo, Lesotho, Malawi, Mauricio, Mozambique, Namibia, Swazilandia, Seychelles, Tanzania, Zambia y Zimbabwe)
- Acuerdo bilateral Sudáfrica-Malawi
- Acuerdo bilateral Sudáfrica-Zimbabwe
- Acuerdo bilateral Sudáfrica-Mozambique
- Tratado de Libre Comercio Sudáfrica-Unión Europea
- OMC, Organización Mundial del Comercio
- Tratado de Comercio Bilateral con la República Popular de China
- Tratado de Comercio Bilateral con India
- *Negociaciones comerciales en curso entre SACU y MERCOSUR*

5.2. Restricciones arancelarias

En función de los compromisos asumidos en la OMC, ha eliminado recargos sobre todas las mercaderías y sustituido casi todos los derechos de control cuantitativo. También adoptó el Sistema Armonizado para la clasificación de importaciones. Los aranceles son calculados sobre el valor FOB, con la adición del valor aduanero. Las líneas arancelarias se redujeron seis niveles, que oscilan entre el 0% y el 30%. Las categorías impositivas son cuatro:

- Productos primarios, bienes intermedios y de capital: 0% a 10%
- Maquinaria, aviones, vehículos, *software*, artículos electrónicos, etcétera: 10% a 15%
- Bienes de consumo: 15% a 30%
- Bienes de lujo (joyas, antigüedades y similares): 40% o más

5.3. Impuestos internos y otras tasas

- Impuesto al valor agregado: Es una tasa fija del 14%. Se aplica sobre la base FOB más los derechos *ad-valorem*. Los servicios también tributan IVA. El impuesto se calcula sobre el total facturado por la contraprestación brindada o por el precio del mercado (el que sea más elevado).
- Impuesto sobre consumos específicos: Artículos de lujo, bebidas, tabaco, aguas minerales, vehículos y algunos derivados del petróleo están gravados con el *Specific Excise Duty*. La versión *ad-valorem* de este impuesto se aplica a máquinas de oficina, cosméticos, motocicletas y productos de entretenimiento. Dependiendo del producto, la tarifa oscila entre el 5% y el 10%.
- Impuesto al lujo: Este gravamen impone tasas del 15% sobre mercancías tales como cámaras fotográficas con revelado instantáneo, cosméticos, máquinas para oficina, motocicletas, etcétera. El tributo se calcula sobre la base FOB más el IVA.
- Otros impuestos: Se destacan los aplicados a las empresas y a las rentas personales. En el primer caso, la tasa es del 30% y conlleva un gravamen secundario del 12,5% sobre dividendos declarados. En el segundo, la alícuota asciende al 41% en su tasa (marginal) más alta.

5.4. Restricciones no arancelarias

- Las mercancías que requieren permiso de importación para ingresar en territorio sudafricano son: pescado; crustáceos y moluscos; té negro; productos de petróleo; elementos químicos radioactivos; armas de fuego, municiones y explosivos; máquinas de juego; oro; caucho, incluyendo llantas neumáticas usadas; especies de flora o fauna en

peligro de extinción, vivas o muertas, incluyendo sus partes y artículos fabricados de ellos; plantas y sus productos, tales como semillas, flores, frutas, miel, margarina y aceites vegetales; animales, pájaros, aves de corral y sus productos, tales como productos lácteos, manteca y huevos; y medicinas (excluyendo la cantidad suficiente para un mes de dosis para el tratamiento personal del viajero) acompañadas de una receta certificada emitida por un médico habilitado, salvo presentación de un permiso / licencia emitidos por el Director General de Sanidad Nacional y Desarrollo de la Población.

- El control de divisas es administrado por el Departamento de Control de Divisas del South African Reserve Bank (SARB) a través de bancos comerciales con autorización para negociar divisas. Cabe destacar que todas las transacciones comerciales internacionales deben ser contabilizadas por esas entidades. Dado que el gobierno aspira a remover estos controles, ha reducido muchos de estos procedimientos durante los últimos años.
- Los documentos exigidos generalmente para ingresar productos son factura comercial original; documento de transporte; lista de carga; certificado de origen y certificado de seguro.
- Los cupos rigen para los siguientes bienes: carne y productos primarios no procesados; productos derivados del petróleo; pesticidas; resinas y materiales plásticos selectos; ítems de goma, incluyendo llantas y cintas transportadoras; paneles de papel; ciertos artículos textiles; artículos selectos de maquinarias, incluyendo transformadores, tornos y palas mecánicas; y oro, plata y ciertos metales de aleación.
- Se encuentra prohibida la importación de drogas y narcóticos; pornografía y material ofensivo; plantas, semillas, bulbos y fibra de algodón; miel, cera de abejas, abejas y sus larvas o huevos, materiales apícolas usados; diamantes en bruto; hielo seco; muebles; pieles; municiones; artículos peligrosos; y oro no forjado.
- Las normas y estándares de calidad varían de acuerdo con el sector industrial. El importador es responsable de asegurar que cualquier artículo que pase por aduana y sea comercializado cumpla con todos los requisitos impuestos por la Oficina de Normas Sudafricana (*South African Bureau of Standards, SABS*). Esta se encuentra dividida en departamentos especializados: electrotécnica, salud y alimentos, servicios, materiales y mecánica, minería y minerales, y transporte.
- En relación a las normas de origen Sudáfrica se rige por el Acuerdo de Reglas de Origen del Comité de Normas de Origen de la OMC. Para que el exportador goce de los beneficios arancelarios, debe certificar que su producto se ajusta a la calificación de "originario". O sea, que éste ha sido obtenido en su totalidad en el territorio de su país de origen o que cumple con las condiciones (porcentajes) de elaboración en origen.
- La organización nacional que protege las marcas y patentes son el Departamento de Comercio y Compañías Industriales y la Oficina de Registro de Propiedad Intelectual. Sudáfrica está suscripta al Tratado de París para la protección de la propiedad industrial, y también al Acuerdo establecido con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). Las patentes tienen una validez de 20 años, las marcas por 10 años y los diseños, inicialmente, por 5 períodos anuales renovables.
- En relación a las medidas anti-dumping su legislación observa los requisitos y reglamentos de la OMC a fin de que sean acatados. Fundamento Acuerdo relativo a la aplicación del art. VI del GATT, y Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias de la OMC).

5.5. Estructura de comercialización

Presenta una amplia variedad de métodos de comercialización: agentes o distribuidores, venta mayorista, venta directa o en tiendas departamentales y sucursales con fuerza de venta propia. La población se concentra principalmente en las provincias de Gauteng y Western Cape, razón por la cual los principales supermercados se localizan en Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Durban.

Los productores que desean llegar a todos los puntos de país suelen recurrir a los distribuidores. Y los principales productores son generalmente también importadores. Existen

también importadores no productores y otros que compran a granel para etiquetarla con marca propia. Entre los canales de distribución tradicionales se destacan los mencionados a continuación:

- **Fabricante:** Los productos son enviados y ofrecidos desde los almacenes. Se venden por medio de equipos de venta o representantes. Muchas con distribución directa, venden también a través de mayoristas distribuidores.
- **Mayorista/Importador/Distribuidor:** Empresa mayorista de distribución contratada para abastecer los mercados de la empresa matriz y otros fabricantes. Generalmente las líneas de productos de una industria experimenten sinergias entre operaciones de fabricación y distribución. La demanda de los clientes hace que algunas empresas distribuyan productos de otros fabricantes.
- **Corredores, agentes o representantes:** Equipo de ventas contratado por el fabricante. Comercializan líneas de productos semejantes y se dirigen a un reducido segmento de clientes. Suelen ser utilizados por pequeños productores que buscan amplia cobertura.
- **Minoristas:** Muchos exportadores, sobre todo los de bienes de consumo, venden sus productos directamente a los minoristas. A su vez, éstos asumen funciones de mayoristas, comprando, vendiendo y almacenando los artículos comercializados.
 - Sudáfrica es un país extenso, con nueve provincias. Por esto algunos agentes trabajan a escala provincial, limitados por su infraestructura. Esto explica por qué en las grandes ciudades es frecuente el uso de agentes diferentes a los utilizados en las provincias.
 - Conviene destacar la función de los *outlets* minoristas. Se trata de almacenes, despensas o tiendas cuyo inventario comercial es abastecido localmente casi en un 90%. El fenómeno más sobresaliente del mercado minorista fue la expansión de supermercados e hipermercados, donde grandes cantidades de casi la totalidad de los bienes de consumo se venden sobre una base de autoservicio.

5.6. Datos de interés general

- **Visa:** Generalmente no son requeridas a extranjeros con pasaje de regreso que muestren solvencia financiera para su estadía. Sí debe tramitarse si la estadía supera los 90 días.
- **Transporte:** Transnet es la operadora más importante. Ha sido remodelada, siendo South African Airlines (SAA) transferida al Estado. Las empresas que quedaron bajo la dirección de Transnet son Spoornet (transporte ferroviario), Autonet (transporte por carretera), Petronet (petrolera), Portnet (autoridad portuaria) y Fast Forwards (transitorio).
- **Transporte ferroviario:** Cuenta con una desarrollada red ferroviaria, que se utiliza principalmente para el transporte de mercancías y pasajeros desde áreas suburbanas hacia centros de trabajo. Cuenta con una infraestructura conformada por 33.804 Km. de vías (18.421 Km. electrificados), 3.009 puentes, 188 túneles y 625 estaciones.
- **Accesos marítimos:** Posee ocho puertos comerciales. Los principales son Ciudad del Cabo, Richards Bay, Durban, Port Elizabeth, Saldanha Bay, Mossel Bay y East London.
- **Accesos aéreos:** Existen 731 aeropuertos. Las terminales comerciales internacionales destacadas son Johannesburgo, Durban, Mafikeng y Ciudad del Cabo. Johannesburgo International es el aeropuerto más importante del país. Ofrece conexiones a los principales destinos europeos, americanos, asiáticos y de Oceanía.
- **Transporte aéreo:** South African Airways opera una red de servicios domésticos e internacionales. Asimismo, diecinueve líneas privadas realizan vuelos programados que enlazan la mayoría de las ciudades sudafricanas. Por su parte, Malaysian Airlines tiene dos vuelos semanales desde Buenos Aires (Ezeiza) hacia Ciudad Del Cabo, con continuación a Johannesburgo. Asimismo, South African Airways y Varig realizan vuelos diarios a Johannesburgo desde San Pablo.
- **Moneda y tipo de cambio:** La moneda utilizada en la República de Sudáfrica es el Rand. El tipo de cambio durante el mes de abril del 2008 fue de 7,66 Rands por cada dólar estadounidense.

6. Listado de Importadores

- **Andrag (Pty) Ltd**

PO Box 364
La Belle Rd
Belville 7535
Sudáfrica
Tel.: (27 21) 950 4111
Fax: (27 21) 919 1184
E-mail: andrag@andrag.co.za, agrico@iafrica.com
Web: www.andrag.co.za

- **Molenaar & Co. (Pty) Ltd**

Jan van Riebeeck Drive
Paarl 7646
Sudáfrica
Tel.: (27 21) 868 2210
Fax: (27 21) 868 2209
E-mail: info@hgmolenaar.co.za
Web: www.hgmolenaar.co.za
Contacto: Mr. S.F. Molenaar

- **Norco Distributors (Pty) Ltd**

P O Box 13
Shop 20C Hillcrest Centre
Pinetown
Linkshills
KwaZulu-Natal
Sudáfrica
Tel.: (27 31) 765 4707
Fax: (27 31) 765 4358
E-mail: norcodis@iafrica.com
Contacto: Mr Roux

- **Northmec (Pty) Ltd**

P O Box 851
1 Wrench Road
Isando 1600
Sudáfrica
Tel.: (27 11) 922 2000
Fax: (27 11) 922 2358
E-mail: info@northmec.co.za
Web: www.northmec.co.za

- **Southtrade (Pty) Ltd**

P O Box 13
17 Nikkel Street
Brackenfell, 7561
Sudáfrica
Tel.: (27 21) 981 6044
Fax: (27 21) 981 6095
Contacto: Mr M. Sutherland

- **Turfmaster (Pty) Ltd**

P O Box 13
Nigel 1490
Sudáfrica
Tel.: (27 11) 814 2080
Fax: (27 11) 814 2345
E-mail: turfmaster@global.co.za