
2022



El mercado de los componentes de automoción en Angola

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Luanda

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

1 de diciembre de 2022

Luanda

Este estudio ha sido realizado por
Modesto Vázquez Romero

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Luanda

<http://Angola.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



Angola es un país complejo, con una idiosincrasia muy particular y que, tras seis años de recesión, se encuentra según las previsiones¹ en el **inicio de una etapa de crecimiento** económico. En comparación con otros mercados del entorno (República Democrática del Congo, Botsuana, Costa de Marfil, Zambia) el mercado de la automoción en Angola tiene **mayor tamaño**. Los precios subvencionados del combustible y la escasez de medios de transporte públicos contribuyen a un uso elevado del automóvil.

La recesión que ha atravesado el país en los últimos años ha impactado de lleno en la antigüedad del parque móvil del país, que ha experimentado un envejecimiento y deterioro considerables. Las limitaciones económicas a la hora de afrontar la compra de nuevos vehículos o de mantener correctamente los existentes han provocado un fuerte descenso en el valor de las importaciones de vehículos y componentes de automoción desde 2014. A espera de los datos de 2022, se puede observar un **cambio de tendencia en 2021**, que lleve a recuperar una tendencia de crecimiento en los próximos años.

Al no disponer de producción local **la totalidad de los productos del sector son importados**. Aunque el país está haciendo esfuerzos por diversificar la economía², la complejidad y el grado de desarrollo necesario para implementar fábricas de componentes, así como la dificultad de obtener materias primas (caucho, aleaciones de metales, materiales compuestos, plásticos) pueden suponer una barrera adicional para el desarrollo futuro de la industria.

De los casi **102 millones de euros importados en 2021** por Angola, un 43 % de los componentes en términos de valor llegan de China. A continuación, se encuentran Emiratos Árabes Unidos (13,2 %), Brasil (12,2 %) y Portugal (12,1 %). En 2021, **España fue el 17º socio comercial de Angola** en la importación de componentes de automoción, con 460.920 euros, un 0,5 % del total.

La **demanda de piezas** de repuesto se concentra en torno a los vehículos de **marcas coreanas, japonesas y chinas**, que son los que copan el mercado. Por las características de las carreteras angoleñas, los componentes de **suspensión** (amortiguadores, muelles, *silenblocks*) y de **dirección** (rótulas, trapecios, bujes) tienen una demanda mayor en comparación con otros mercados. Las impurezas de los combustibles también impactan en intervalos de mantenimiento más cortos para **filtros, bujías o bombas de inyección**.

Las marcas de componentes de automoción no compiten directamente en el mercado angoleño, por lo que, a efectos del cliente final, la **competencia** en el mercado está compuesta principalmente por **cadena de tiendas de tamaño medio**, que cuentan con sus propias redes y almacenes logísticos, y que les permiten tener un mayor alcance en las provincias de Angola. Estos grupos cuentan con un gran poder de negociación al **integrar en muchos casos, todos los eslabones de la cadena de distribución**. No se puede despreciar el **comercio informal de repuestos** y las

¹ Previsiones del Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y The Economist Intelligence Unit.

² Para más información, consultar el programa PRODESI del Gobierno de Angola para la diversificación de la economía y la sustitución de importaciones.



importaciones no declaradas, que aún suponen un volumen considerable del mercado, y que normalmente están asociadas a piezas falsificadas y de muy baja calidad.

En cuanto al nivel de precios, el consumidor final paga **un precio muy superior** en Angola en comparación con los mercados europeos como consecuencia del poder de negociación del importador, los elevados gastos logísticos o políticas arancelarias proteccionistas en productos concretos. Se pueden encontrar distintos niveles de calidad en el mercado, sin embargo, la oferta de productos fluctúa con frecuencia y no siempre se puede acceder a recambio original o de calidad.

Los **productos españoles** cuentan con buen reconocimiento dentro del mercado angolés. Son considerados productos de calidad por el público general, y los distribuidores consideran que ofrecen unos márgenes de beneficio atractivos por su buena relación calidad-precio. Las tiendas de repuesto con mayor presencia en el mercado son de origen portugués y cuentan con mucha afinidad hacia los componentes de automoción fabricados en España.

El mercado angolés es un mercado complejo, en el que la falta de cohesión entre la legislación en vigor y su aplicación dificulta el entendimiento del funcionamiento del mercado para nuevos competidores. Además, el elevado coste logístico condiciona a nuevos competidores a la hora de expandir sus productos por todo el país. Los márgenes alcanzables en el país son elevados, debido al alto riesgo que asumen los nuevos competidores.

Las **perspectivas** del sector a medio plazo pasan por la recuperación progresiva de la venta de vehículos, la progresiva formalización de la distribución y venta final de productos y un mayor volumen de demanda agregada, como consecuencia del crecimiento económico previsto y el aumento de la clase media.

Por ello, las **oportunidades** existentes en Angola para las empresas españolas pasan por explotar la capacidad de proveer recambios de alta rotación, principalmente de marcas coreanas y japonesas. Además, las empresas presentes en el mercado angolés pueden beneficiarse de la ubicación estratégica del país para expandir la actividad comercial a países vecinos, y la necesidad de cubrir a medio plazo una mayor demanda de productos con un valor añadido superior.

En este aspecto, **los productos españoles se encuentran en una posición privilegiada** gracias a su estatus, que facilita la asociación y búsqueda de sinergias con los principales grupos de componentes de automoción en Angola, y que cuentan con el conocimiento y la capacidad logística suficiente para abordar el mercado en su conjunto con garantías de éxito.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

