

CONTINENTE AFRICANO

INTEGRANTES:

KATHERINE ARBOLEDA

LEYBI KARINA CARABALÍ H

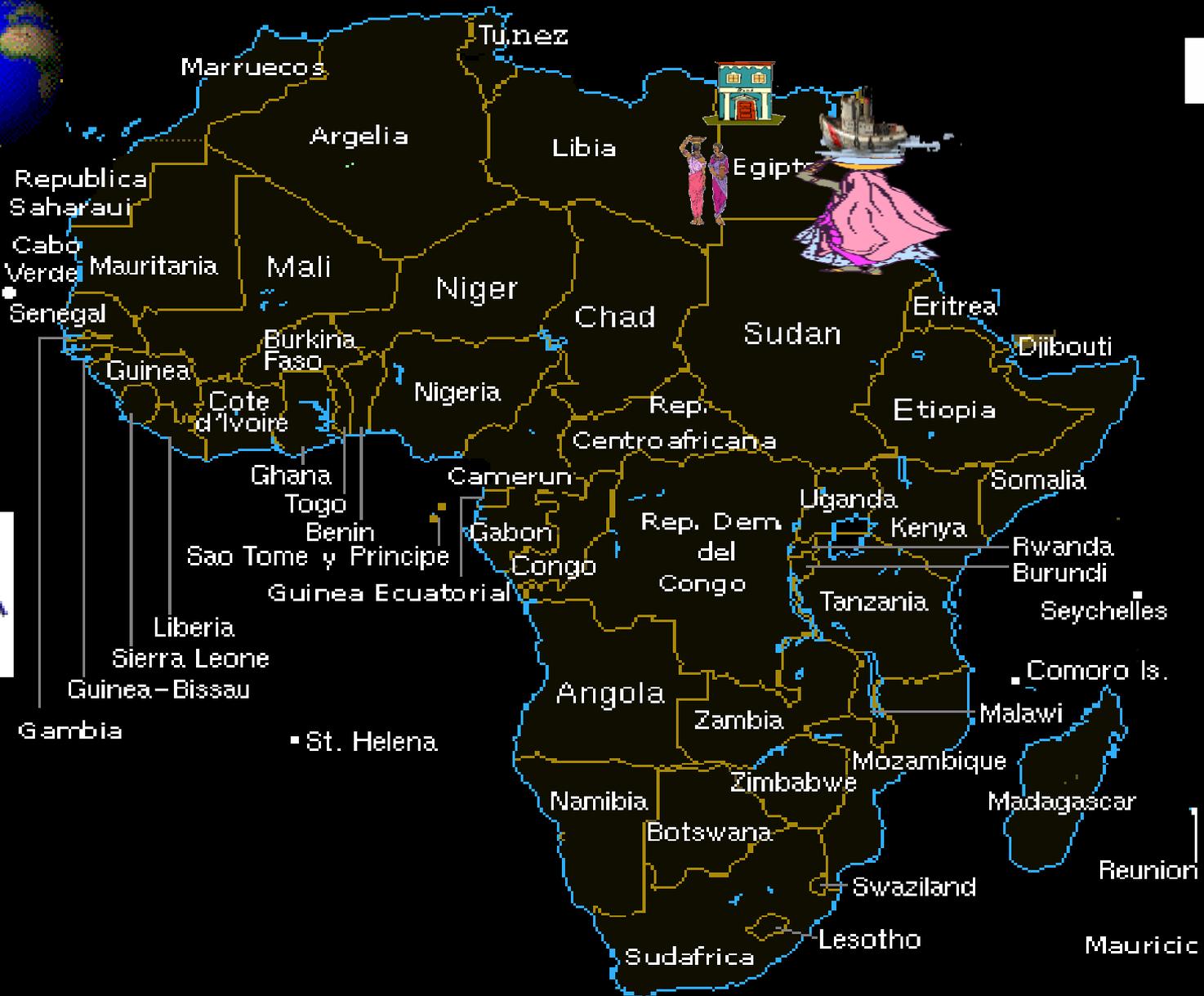
MARÍA ISABAIS CUERO RODRÍGUEZ

MARCELA GAMBOA RODRÍGUEZ

RUBY SINEIDY ACORÓ

LUCÍ KATHERINE TORRES MORENO

CONTINENTE AFRICANO



África es el tercer continente del mundo por extensión geográfica. Limita al norte con el Mar Mediterráneo, al oeste con el Océano Atlántico y al este con el Mar Rojo, el Océano Índico y Asia a través del canal de Suez. Aunque posee una superficie total de 30.272.922 kilómetros cuadrados (621.600 en masa insular), la cual representa el 22% del total terrestre, la población es de tan sólo 910.844.133 habitantes, menos del 16%. El continente se organiza en 53 países, siendo todos ellos miembros de la Unión Africana, con excepción de Marruecos.

SECTORES ECONOMICOS DE AFRICA

SECTORES PRIMARIOS

- **Agricultura:** Agricultura de subsistema (agric. De autoabastecimiento), Se emplean técnicas e instrumentos, Arado, abonos etc. Problemas: Se arruinan cosechas, origina grandes hambrunas. Agricultura comercial de plantaciones pertenecen a grandes empresas productos: café, cacao, piña, aceite de palma, etc.
- **Ganadería:** Extensiva de subsistencia se cría ganado ovino, bovino y caprino. Nómada: cabras, ovejas, camellos, Extensiva comercial: se cría ganado bovino y ovino

¿Cuáles son los principales recursos minerales y energéticos de África?

La República Sudáfrica es el primer productor del mundo de oro, platino, cuarzo y diamante. Además en el continente africano existen numerosos yacimientos de cromo, cobre, cobalto, manganeso etc.

SECTOR SECUNDARIO:

Características de este sector en África

Está poco industrializado. Las industrias pesadas y las de bienes de equipo son escasas. Predominan las industrias que realizan operaciones de transformación de los productos mineros, antes de ser exportador y las industrias ligeras.

SECTOR TERCIARIO: Características de los servicios en el continente africano (transporte, comercio, sanidad, educación y turismo).

TRANSPORTE:

Carecen de buenas vías y medios de transporte.

Zonas mejores comunicadas son las costeras

Red de ferrocarriles no es densa.

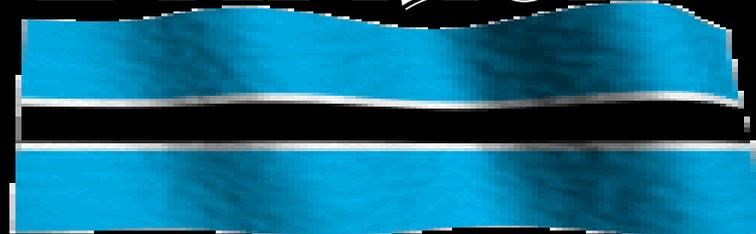
Carreteras tampoco son muy abundantes.

Transporte pluvial es importante.

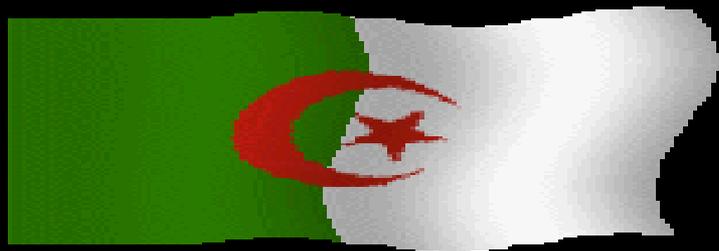
BANDERAS DE ÁFRICA



Angola



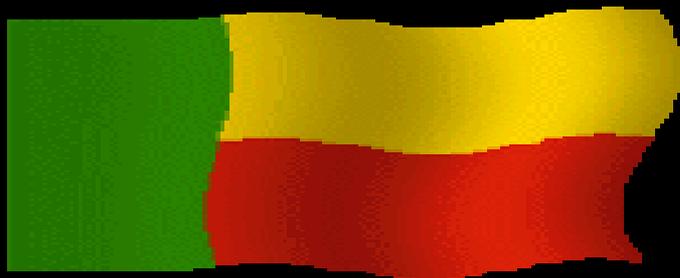
Botswana



Argelia



Burkina Faso



Benín



Burundi



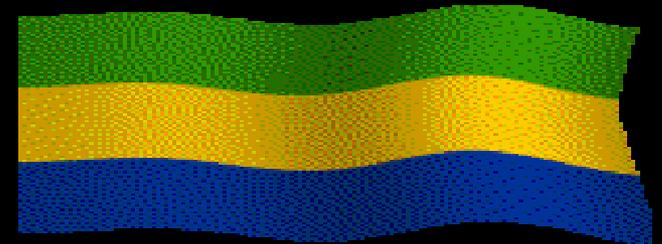
Djibouti



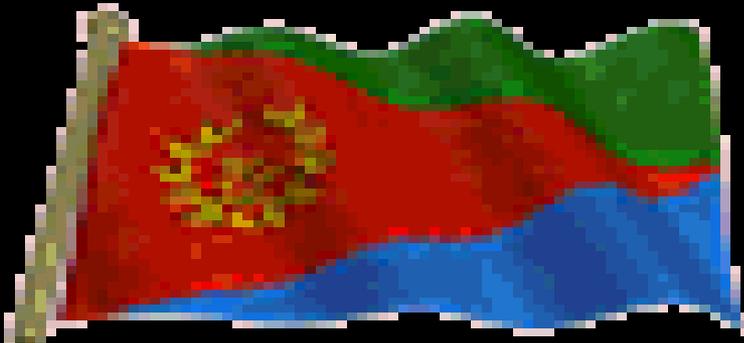
etiopia



Egipto



Gabón



eritrea



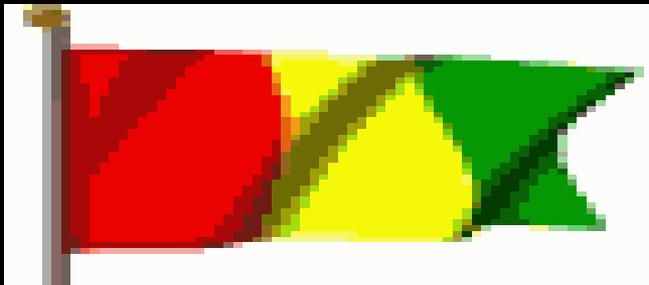
Gambia



Ghana



Guinea ecuatorial



guinea



Kenia



Guinea Bissau



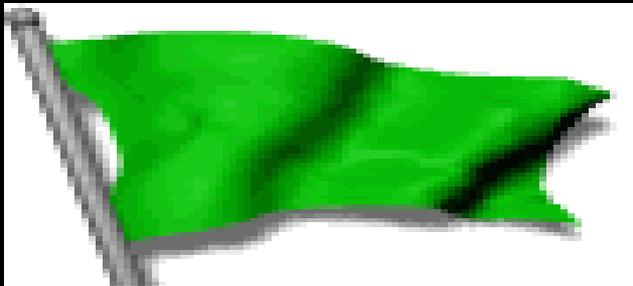
lesotho



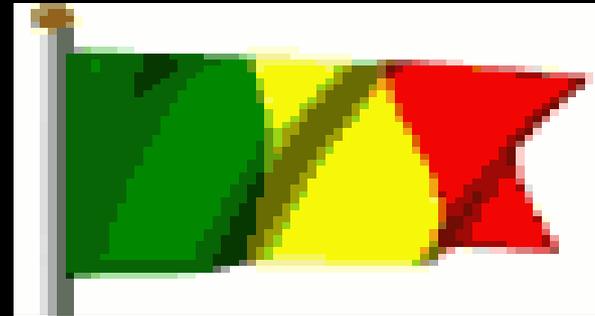
Liberia



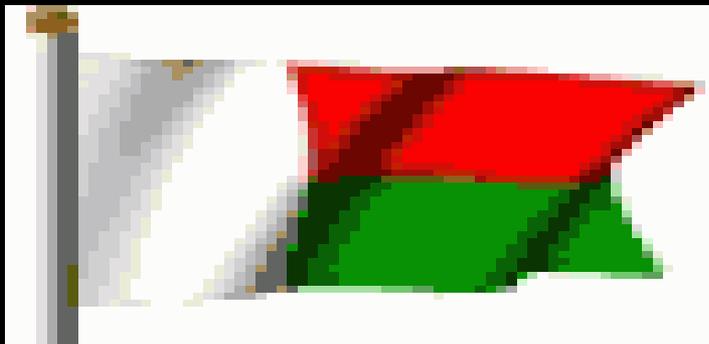
Malawi



libia



Mali



madagascar



marrueco



cabo verde



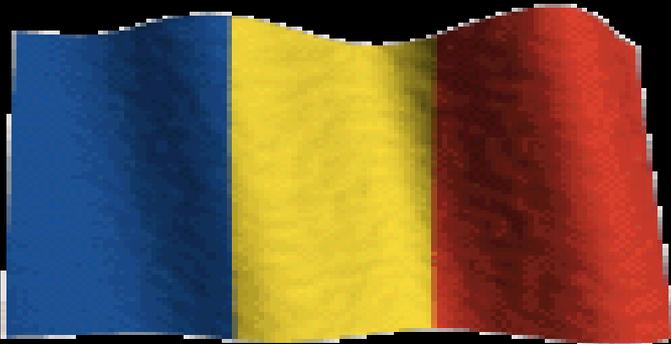
comores



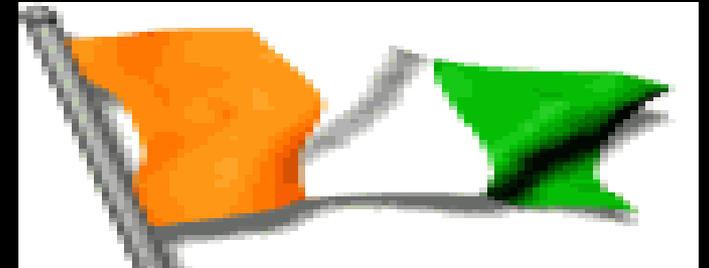
Camerún



Congo



Chad



Costa marfil



Mauricio



Mauritania



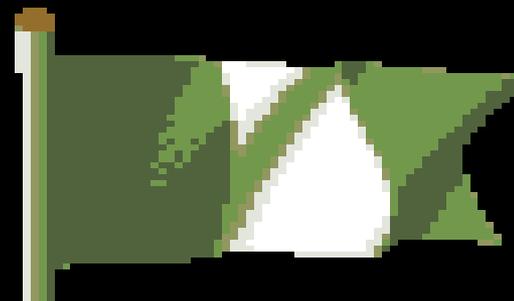
Mozambique



namibia



Níger



nigeria



República de centro áfrica



Sahara



R.D. Congo



Santa helena



ruanda



Santo tome



Senegal



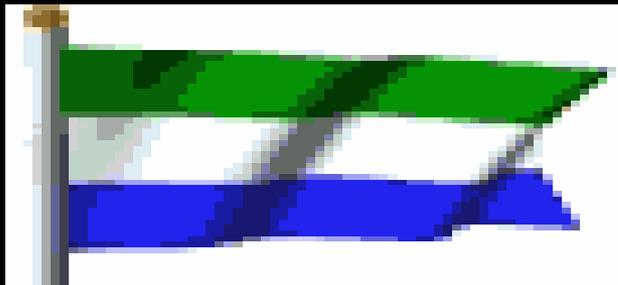
Somalia



Seychelles



Sudan



Sierra leona



Suráfrica



swazilan



Túnez



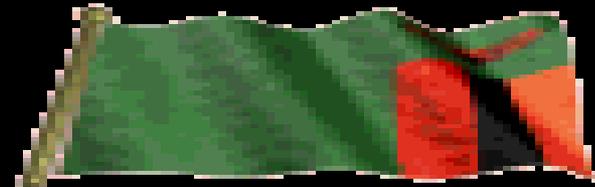
Tanzania



uganta



tongo



Zambia



zimbaw

DATOS DE CAMERÚN



CAPITAL	Yaunde
SUPERFICIE	475.440 km ²
POBLACION	18.549.000
NOMBRE DEL ESTADO	República del Camerún
MONEDA	franco CFA
IDIOMA	francés, inglés, bassa, duala, ewondo, bulu, ...
DENSIDAD hab/Km.2	39 hab./km ²
CRECIMIENTO ANUAL (2005-2010)	2 %
MORTALIDAD INFANTIL(2005-2010)	87,5 por 1.000
ESPERANZA DE VIDA(2005-2010)	50,4 años
POBLACION URBANA	56 %
ALFABETISMO	23 % en hombres y 40,2 % en mujeres
ESCOLARIZACION TERCER GRADO	6,7 %
INTERNET	22,3 por 1.000 hab.
LIBROS PUBLICADOS (TITULOS)	52



DATOS DE CAMERÚN



PIB TOTAL	39.365 millones de US \$
CRECIMIENTO ANUAL (2007)	3,3 %
PIB POR HABITANTE	2.199 US \$
INDICE DE INFLACION	0,9 %
GASTOS EN EDUCACION	3,3 % del PIB
GASTOS EN DEFENSA	1,5 % del PIB
DEUDA EXTERNA	3.171 millones de US \$
SERVICIO DE /EXPTACION IMPORTACIONES	13,7 %
PRINCIPALES PROVEEDORES EXPORTACIONES	3.760 millones de US \$
PRINCIPALES CLIENTES	UE (45,2%), África (20,2%), Asia (22,3%)
EJERCITO DE TIERRA	3.750 millones de US \$
EJERCITO DE MAR	UE (62,7%), Asia (15,3%), África (10,3%)
EJERCITO DE AIRE	12.500 personas
ORGANISMOS INTERNACIONALES	1.300 personas
	300 personas
	ACP, ZONA FRANCO, COMMWEALTH, UA, BAD, ASECNA, CEEAC, CEMAC

DATOS DE ANGOLA



CAPITAL	Luanda
SUPERFICIE	1.246.700 km ²
POBLACION	17.024.000
FORMA DE ESTADO	República
MONEDA	kwanza
IDIOMA	portugués, umbundu, kimbundu, kikongo, kwanyama y otras lenguas bantús
DENSIDAD hah/Km.2	13,7 hab./km ²
CRECIMIENTO ANUAL (2005-2010)	2,8 %
MORTALIDAD INFANTIL(2005-2010)	131,9 por 1.000
ESPERANZA DE VIDA(2005-2010)	42,7 años
POBLACION URBANA	55 %
ALFABETISMO	17,1 % en hombres y 45,8 % en mujeres
ESCOLARIZACION TERCER GRADO	2,9 %
INTERNET	. 5,9 por 1.000 hab.
LIBROS PUBLICADOS (TITULOS)	22
PIB TOTAL	91.286 millones de US \$



DATOS DE ANGOLA



CRECIMIENTO ANUAL (2007)	21,1 %
PIB POR HABITANTE	5.590 US \$
INDICE DE INFLACION	12,2 %
GASTOS EN EDUCACION	2,4 % del PIB
GASTOS EN DEFENSA	5,4 % del PIB
DEUDA EXTERNA	9.563 millones de US \$
SERVICIO DE /EXPTACION IMPORTACIONES	12,4 % 11.400 millones de US \$
PRINCIPALES PROVEEDORES EXPORTACIONES	UE (42,8%) , Asia (26,8%) , EEUU (9,9%) 38.100 millones de US \$
PRINCIPALES CLIENTES	EEUU (34,7%), China (31,8) , UE (15,2%)
EJERCITO DE TIERRA	100.000 personas
EJERCITO DE MAR	1.000 personas
EJERCITO DE AIRE	6.000 personas
ORGANISMOS INTERNACIONALES	ACP, UA, BAD, COMESA, CEEAC, SADC
CRECIMIENTO ANUAL (2007)	21,1 %



ARGELIA



CAPITAL	Argel
SUPERFICIE	2.381.741 km ²
POBLACION	33.858.000
NOMBRE DEL ESTADO	República Democrática y Popular de Argelia
MONEDA	dinar
IDIOMA	árabe, bereber, francés
DENSIDAD hab/Km.2	14,2 hab./km ²
CRECIMIENTO ANUAL (2005-2010)	1,5 %
MORTALIDAD INFANTIL(2005-2010)	31,1 por 1.000
ESPERANZA DE VIDA(2005-2010)	72,3 años
POBLACION URBANA	65 %
ALFABETISMO	15,7 % en hombres y 33,6 % en mujeres
ESCOLARIZACION TERCER GRADO	21,8 %
INTERNET	103,4 por 1.000 hab.
LIBROS PUBLICADOS (TITULOS)	133
PIB TOTAL	224.748 millones de US \$



ARGELIA



CRECIMIENTO ANUAL (2007)	4,6 %
PIB POR HABITANTE	6.533 US \$
INDICE DE INFLACION	3,7 %
GASTOS EN EDUCACION	4,8 % del PIB
GASTOS EN DEFENSA	2,7 % del PIB
DEUDA EXTERNA	5.583 millones de US \$
SERVICIO DE /EXPRACION IMPORTACIONES	?? %
PRINCIPALES PROVEEDORES EXPORTACIONES	27.439 millones de US \$
PRINCIPALES CLIENTES	UE (52,1%) , Francia (19,1%) , Asia (24,2%)
EJERCITO DE TIERRA	59.518 millones de US \$
EJERCITO DE MAR	UE (46,5%) , Asia (8,8%), USA (29,4%)
EJERCITO DE AIRE	127.000 personas
ORGANISMOS INTERNACIONALES	6.000 personas
CRECIMIENTO ANUAL (2007)	14.000 personas
CRECIMIENTO ANUAL (2007)	Liga Árabe, OPEP, UA, BAD, UMA
CRECIMIENTO ANUAL (2007)	4,6 %



EGIPTO

CAPITAL	El Cairo
SUPERFICIE	1.001.449 km2
POBLACION	75.498.000
NOMBRE DEL ESTADO	República Árabe de Egipto
MONEDA	libra
IDIOMA	árabe, ...
DENSIDAD hab/Km.2	75,4 hab./km2
CRECIMIENTO ANUAL (2005-2010)	1,8 %
MORTALIDAD INFANTIL(2005-2010)	29,3 por 1.000
ESPERANZA DE VIDA(2005-2010)	71,3 años
POBLACION URBANA	43 %
ALFABETISMO	16,4 % en hombres y 39,3 % en mujeres
ESCOLARIZACION TERCER GRADO	34,7 %
INTERNET	114,2 por 1.000 hab.
LIBROS PUBLICADOS (TITULOS)	9.700
PIB TOTAL	403.961 millones de US \$



EGIPTO

INDICE DE INFLACION	19,3 %
GASTOS EN EDUCACION	4,7 % del PIB
GASTOS EN DEFENSA	2,6 % del PIB
DEUDA EXTERNA	29.339 millones de US \$
SERVICIO DE /EXPRTACION	5,9 %
IMPORTACIONES	27.064 millones de US \$
PRINCIPALES PROVEEDORES EXPORTCIONES	UE (31,4%), Asia (33,7%), EEUU (11,8%)
PRINCIPALES CLIENTES	UE (37,7%), Asia (32,3%), EEUU (9,9%)
EJERCITO DE TIERRA	340.000 personas
EJERCITO DE MAR	18.500 personas
EJERCITO DE AIRE	30.000 personas
ORGANISMOS INTERNACIONALES	Liga Árabe, UA, BAD, COMESA
INDICE DE INFLACION	19,3 %
GASTOS EN EDUCACION	4,7 % del PIB
GASTOS EN DEFENSA	2,6 % del PIB



COMO EXPORTAR AL CONTINENTE AFRICANO EXPORTACIONES A EGIPTO

- CONOCER LOS PATRONES CULTURALES DE EGIPTO
(mercado meta)

Egipto es el país más poblado del mundo árabe y el segundo más poblado de África, con 74 millones de extensión/área: total: 1, 001,450 sq km - land: 995,450 sq km - water: 6,000 sq km. Egipto es uno de los mayores importadores de trigo a nivel mundial, es el primer consumidor de pan en el mundo, con una media de 400 gr. por habitante y día, es también el mayor consumidor mundial de azúcar y el mayor productor de arroz del oriente próximo y uno de los principales importadores mundiales de alimentos. Según las estadísticas, la alimentación representa el 55% de los gastos de un ciudadano egipcio medio.

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO Y EL CONSUMIDOR EN EGIPTO

En Egipto, el comercio representa el 12% del PIB del país y la agricultura genera el 16,1%, empleando ésta última a más del 27% de la población activa. El sector de la distribución tiene, un tamaño reducido y tiende a la concentración. Egipto, sólo cuenta con 7 supermercados por millón de habitantes es decir que no llegan a 500, la mayor parte de las ventas se realiza aún en pequeñas tiendas de conveniencia.

- La evolución del mercado en Egipto esta claramente marcada por la tendencia de los consumidores a búsqueda de calidad media con un precio lo más bajo posible. El mercado egipcio se mueve casi exclusivamente por el precio, no tienen en cuenta la calidad del producto, con lo que la tendencia de la importación de productos asiáticos es comprensible.

SÚPER MERCADOS

- El mercado todavía está dominado por un gran número de pequeñas tiendas familiares. El desarrollo de la distribución masiva no es una tendencia reciente y sólo abastece a una pequeña fracción de la población que tiene ingresos suficientes. Muchos mini-mercados con un espacio de almacén superior a 100 m² (Supermercado Soleado, ABC, ALPHA MERCADO, METRO) han abierto Egipto. Además, varios supermercados han florecido en el país y desde este punto de vista del grupo Carrefour con cinco supermercados dominan el campo súper markets.

- En general, todas las mercancías tienen que estar claramente etiquetadas y acompañadas de un certificado de origen. Las etiquetas han de estar redactadas en árabe, aunque el uso de otras lenguas también está permitido. Toda la información debe aparecer tanto en el exterior del envase como en el producto mismo.
- En el mercado egipcio la mayoría de las compañías extranjeras estiman conveniente contar con un agente local que resuelva los problemas de comunicación, trámites burocráticos y prácticas y usos comerciales a veces atípicos, pero muy extendidos por el país y a los que las empresas foráneas no suelen estar acostumbradas.

- Como país del mediterráneo en general, el concepto de puntualidad es muy flexible. Los plazos se incumplen.
- Debe evitarse hablar de religión, política y del conflicto árabe-israelí. Si surgen estos temas, especialmente el último, es mejor escuchar y hablar poco. Aunque hacen muchos gestos, no debe señalarse con la mano a otra persona.
- La costumbre de la propina está muy arraigada. Debe darse en todos los servicios que se reciban.

- Precio sigue siendo el factor dominante en las decisiones de compra en Egipto. Calidad tiene el segundo lugar, incluso si este hecho está empezando a cambiar. La importancia de un buen servicio postventa de calidad también debe ser considerado.
- El emergente mercado egipcio ofrece buenas salidas para los productos extranjeros. El rápido crecimiento de la población egipcia es una gran ventaja.

ESCOGER EL O LOS PRODUCTOS ADECUADOS PARA EL COMPRADOR (EGIPTO)

Escoger el producto o productos, acordes con las características, necesidades, gusto y deseos de los clientes.

El producto a escoger en este caso para exportar Hacia Egipto seria AZUCAR por la empresa INGENIO LUKAMAR ya que según las características del mercado Egipto es el mayor consumidor de este producto en el mundo.

VENTAJAS COMPETITIVAS FRENTE A LA COMPETENCIA

- Para la producción del azúcar se cuenta con unas condiciones de privilegio que permiten moler caña y producir azúcar a lo largo del año, a diferencia de lo que ocurre en las demás zonas cañeras del mundo, en las cuales la cosecha de caña dura entre cuatro y seis meses. Como consecuencia, los costos fijos de inversión en fábrica, equipo de campo y capital de trabajo por tonelada de caña producida, son la mitad y hasta la tercera parte de los existentes en el promedio de las zonas cañeras del mundo.

- Lo anterior y la notable fertilidad de los suelos, hacen de la industria azucarera colombiana una de las cuatro más eficientes del mundo, incluida la producción de azúcar de remolacha.
- Otra ventaja competitiva frente a la competencia es que en Europa se han perdido muchas cosechas gracias a fenómenos naturales como lluvias e inundaciones y esto ha ocasionado disminución en las exportaciones.

Producto de muy buena calidad a precios muy competitivos(bajos)

- Reconocimiento del azúcar colombiana en el mundo, por sus diferentes características.
- Tecnología de punta en la fabricación del producto(maquinaria y equipos avanzados)
- Naturalidad en el producto
- En Egipto ha anunciado la suspensión de aranceles a las importaciones de azúcar a partir del 15 de agosto de 2009, en un intento por impulsar el suministro.



PREPARACIÓN DE UNA BUENA OFERTA

AZUCAR LUKAMAR

En el mercado del azúcar se distinguen dos tipos de productos, el azúcar crudo y el azúcar refinada o blanca. Dentro de cada tipo existen diferentes categorías según sus diferentes calidades. El azúcar crudo se produce solamente de caña de azúcar, en tanto el azúcar refinado se produce tanto de caña de azúcar como de remolacha azucarera. En este sentido, se considera que la industria de la caña de azúcar tiene una mayor flexibilidad para responder a los cambios de precios relativos entre azúcar cruda y azúcar refinada.

Por tales motivos INGENIOS LUKAMAR se inclina por la exportación del **azucar cruda** hacia el **Cairo Egipto** ya que por las diferentes características sería un producto de mayor comodidad con relación a las exigencias del consumidor y su poder adquisitivo.

Exportaciones de azucar crudo tienen mas demanda comercial en Egipto que el azucar refinada o blanca.

- **EL AZUCAR LUKAMAR** es un producto natural, sólido, cristalizado, constituido esencialmente por cristales sueltos de sacarosa obtenido mediante procedimientos industriales apropiados de la caña de azúcar o de la remolacha azucarera.
- El producto cuenta con una excelente calidad, para su fabricación se utiliza mano de obra calificada y además esta calificado por las normas calidad y sanidad.

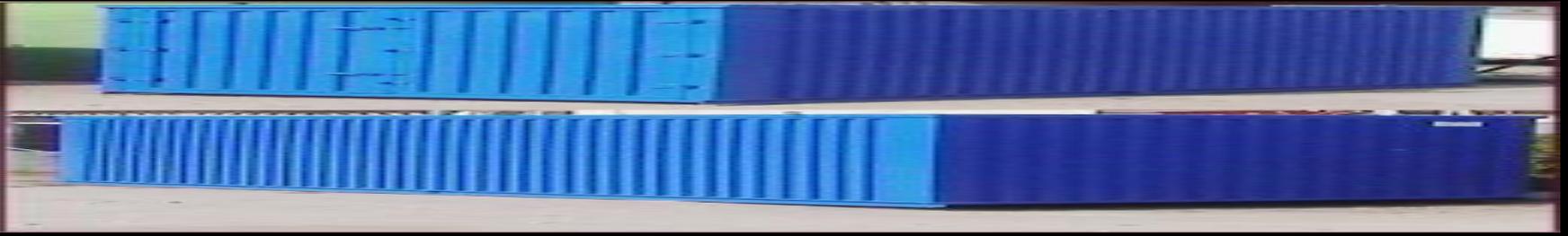
- La caña de azúcar contiene entre 8 y 15% de sacarosa. El jugo obtenido de la molienda de la caña se concentra y cristaliza al evaporarse el agua por calentamiento. Los cristales formados son el azúcar crudo o, de ser lavados, el azúcar blanco. En las refinерías el azúcar crudo es disuelto y limpiado y cristalizado de nuevo producir el azúcar refinado.



- Gracias al análisis de precios manejados por la competencia **ingenios lukamar** implementa estrategias de competitividad utilizando menores precios y mejor calidad

Equivalente a 277US por toneladas sin incluir el incoferm a utilizar.

- **Empaque y embalaje:** exportación en bultos, sacos, pacas por toneladas métricas, utilizando contenedores el cual facilita el transporte marítimo y la economía del mismo ya que en el mercado meta la comodidad en los precios es primordial, a menores precios mayores ventas.



ASISTENCIA A FERIAS INTERNACIONALES Y PARTICIPACIÓN EN MISIONES

COMERCIALES EN EGIPTO:

Es importante en la identificación de un mercado internacional asistir a ferias y misiones comerciales, lo cual garantiza posibilidad de aceptación y penetración en un mercado ya que por medio de estos eventos identificamos necesidades de los consumidores y las características de los mismos del mismo modo se conoce la inclinación por los productos y su capacidad adquisitiva. En Egipto se identifican diferentes clases de ferias como lo son: ferias internacionales, sectoriales, comerciales y eventos especiales, de las cuales se desprenden ferias agrícolas anuales las cuales serian de total interés para el desarrollo de nuestra empresa. Se deben asistir a este tipo de feria para identificar el mercado al cual se va a enfrentar el producto en dicho país.

CONOCER EL MERCADO META

nuestra demanda potencial en Egipto esta enfocada en la ciudad del **Cairo, capital de Egipto**. Es la mayor ciudad del mundo árabe y de África. Cuenta con una población de **17.285.000 habitantes** convirtiendo a El Cairo en la decimotercera urbe más poblada del mundo, por lo tanto esta seria nuestro objetivo en demanda comercial. El Cairo es también Una ciudad altamente comercial, donde prevalece la alta demanda del azucar como producto a exportar.



COMPETENCIAS

la principal competencia en el mercado de azúcar en el **Cairo Egipto** esta identificada como la **Unión Europea, Brasil, china e india**, ya que son los principales países proveedores de este productos hacia Egipto (el Cairo).

VENTAJAS DE LA COMPETENCIA

nuestros competidores presentan una gran ventaja competitiva ya que la mayoría de estos como la unión europea y china son países vecinos al continente. Por tales motivos tienen competitividad en los precios.

Se tiene gran desventaja frente a Brasil ya que es el país mayor productor y exportador de azúcar en el mundo, lo mismo pasa con la unión europea que ocupa el segundo puesto y china el cuarto antes que nosotros ya que estamos en el sexto puesto.

DESVENTAJAS

- estos países utilizan un producto no de muy buena calidad, mezclados con muchos químicos lo que le hace perder su naturalidad y concentración, caso contrario al producto fabricado por INGENIO LUKAMAR en Colombia.
- Bajaron las exportaciones gracias a la crisis económica mundial

PRECIOS DE LA COMPETENCIA

- **precios de la competencia:** la competencia manejan precios variables con relación a las diferentes clases de pedidos y al factor climático presentado en las diferentes cosechas. Por lo general el precio más utilizado va desde 345US por tonelada hasta 450US, este es el rango promedio de la variación de los precios en cada uno de los países competidores, en Brasil el precio tiende a ser más económico por su mayor producción y exportación de dicho producto.



MUCHAS GRACIAS