



LAS PALMAS DE GRAN CANARIA:

CAPITAL DEL ATLÁNTICO MEDIO AFRICANO



Autores:

- Marc-Henry Rouvroy (*Co-Fundador MIWL / México-International World Link*)
- María Laura Rangel Mandujano (*Co-Fundadora MIWL / México- International World Link*)
- Sebastián Lobato Ocampo (*Co-Fundador MIWL / México-International World Link*)

Introducción

África se está convirtiendo en el continente más dinámico del mundo. Según el *African Development Bank*, durante el periodo 2010 / 2050, siete de los diez países con tasa promedio de crecimiento económico más alta del mundo están ubicados en África, coincidentemente, en esta zona se encuentra el archipiélago de Canarias, liderado por una de sus capitales, Las Palmas de Gran Canaria, que se ha convertido en un trozo de la Unión Europea (EU) dentro de África. Esta particularidad, combinada con el “encogimiento” del mundo causado por la globalización, ha hecho que, Canarias en general y Las Palmas de Gran Canaria en particular, se haya planteado el rol de ser la capital del Atlántico Medio Africano.

Más concretamente esa capitalidad se hace patente en tres campos claramente definidos:

A) Capital empresarial y logística

La capital posee una seguridad jurídica europea, sector financiero (banca y seguros) nacional e internacional, escuelas de negocios, etc. Existe un flujo de empresas tanto multinacionales, como europeas, operando en África Occidental y con *head office* u oficinas regionales situadas Palma de Gran Canaria, así como distintas iniciativas de la Cámara de Comercio Hispano-USA sitúan su actividad en Gran Canaria, animando a usar esta para sus inversiones en África.

Cuenta con un puerto de categoría mundial con astilleros, terminales de contenedores (2 millones al año) y red de frigoríficos. El transporte de contenedores ha pasado en pocos años de buques de menos de 500 TEU's (20-Foot Container Equivalent Unit) a barcos de más de 13 mil TEU's, los cuales empiezan a registrar dificultades en su paso por el Canal de Suez, mientras que el gran tráfico de Asia a Europa pasa por Sudáfrica teniendo en Canarias una central logística para trasladar contenedores a los países localizados en África Occidental.

B) Capital de Telecomunicaciones

Canarias cuenta con cinco aeropuertos internacionales y redes internacionales de fibra óptica como los cables de fibra óptica que enlaza Nigeria con Lisboa y los que une Argentina, Uruguay y Brasil con Europa. Lo anterior nos lleva a concebir un brillante futuro para Canarias.

C) Capital sanitaria

En los 16 países de África Occidental no existe un lugar concreto con más de 12 hospitales como los que existen en Canarias, con el apoyo e investigación de dos facultades de medicina y con una atención de calidad europea. Todas las empresas farmacéuticas de primer nivel ubican en las Islas Canarias sus centros de distribución para la región.

África Occidental, mercado lógico para las empresas exportadoras mexicanas.

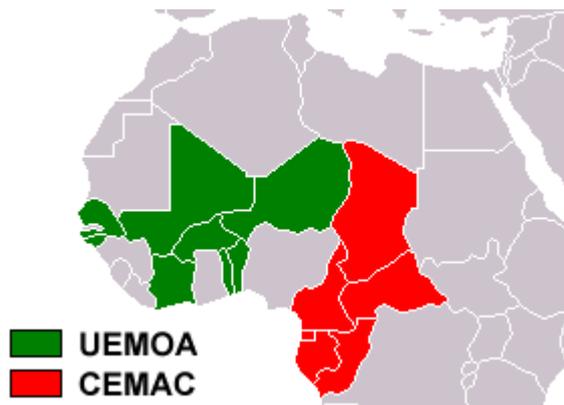
El primer “enemigo”, dice Lluís Renart (Director de *The Africa Initiative* en el IESE), es el desconocimiento de África en general y de sus posibilidades empresariales en particular.

El mercado africano es ampliamente desregulado, pero está en proceso de estructurarse bajo el liderazgo de gobiernos más responsables y democráticos y de contar con empresarios locales mejor capacitados (*).

() En este contexto, es importante subrayar la visión y los notables esfuerzos pioneros del IESE en Nigeria (1992), Egipto (2000), Kenia (2005), Angola (2008) y Costa de Marfil (2009), actuando de manera directa o indirecta, por medio de asociaciones con Business Schools locales.*

África Occidental ofrece similitudes con América del Sur en términos de su historia colonial, de su estructura informal, de su cultura influida por los antiguos países colonizadores, en cuanto a religión e idiomas.

Numerosos países de África Occidental comparten una moneda única, el Franco CFA (“Cooperación Financiera de África”), que reúne quince estados africanos repartidos en dos grupos:



En verde, los países que forman la UEMOA (Unión Económica y Monetaria Oeste – Africano), cuyo instituto de emisión es el Banco Central de los Estados de África del Oeste (BCEAO). En rojo, los países que forman la CEMAC (Comunidad Económica y Monetaria de África Central), cuyo instituto de emisión es el Banco de los Estados de África Central (BEAC).

El Franco CFA permitió a estos países tener una moneda excepcionalmente estable para África (unida con el Euro). La mayoría de los países de estas zonas han implantado mecanismos de control de cambio con el fin de evitar fuga de divisas.

Considerando criterios objetivos como: PIB, Población, nivel educativo, etc., así como subjetivos: estabilidad política, progreso social o consideraciones geoestratégicas, las cinco economías más importantes en la región son, por orden de importancia: Nigeria, Marruecos, Ghana, Costa de Marfil y Senegal.

- **Nigeria: el ineludible gigante de África**

Con casi 180 millones de habitantes, se espera (Fuente: PWC - The World in 2050) que Nigeria continúe su acelerado crecimiento, cuya economía pasará del 20º lugar en 2014 al 9º en 2015 (PIB a Paridad de Poder Adquisitivo -PPP) en el mundo. Actualmente es primer productor africano de petróleo, su mercado de telecomunicaciones es de crecimiento más rápido en el mundo, dispone de un sector de servicios financieros desarrollado, industrias textil, automotriz y de alimentos procesados relativamente desarrolladas, mientras que está subdesarrollada la explotación de sus recursos minerales y de su capacidad agrícola.

- **Marruecos: futuro gigante de África.**

Por su proximidad al continente europeo, el país tiene gran atractivo industrial. Además, al contar con reservas de 89,000 millones de metros cúbicos de roca fosfórica, tres cuartas partes de las reservas mundiales de fosfatos, este país está sólidamente situado para jugar un papel importante en la seguridad alimentaria mundial, pues se proyecta que en el 2050 África duplicará su población a 2,000 millones de habitantes y el mundo contará 9,000 millones de seres que alimentar.

- **Ghana: estabilidad política y fuerte crecimiento económico.**

Ghana cuenta con medios de comunicación libres y una opinión pública fuerte, que apuntan a la consolidación de su régimen democrático. Es un importante productor de cacao (48% de su PIB), de oro y, en los últimos años, de petróleo.

Aunque registró un crecimiento económico del 4.2% en 2014 (7.3% en 2015), la economía enfrenta grandes desafíos en la forma de una fuerte depreciación de su moneda, la profundización de la crisis energética, el deterioro del desequilibrio macroeconómico, y el aumento de las tasas de inflación y de interés.

En 2016, se espera un crecimiento del 6% debido a un aumento de la producción de gas y de petróleo, de las inversiones en el sector privado y público (infraestructuras).

- **Costa de Marfil: clave en el comercio de tránsito para países vecinos sin acceso al mar.**

Es la economía más grande en la UEMOA, representando el 40% del PIB total de dicha unión monetaria, líder mundial en exportación de cacao y cuarto mayor exportador de mercancías en África subsahariana (después de Sudáfrica, Nigeria y Angola). Habiendo salido de una guerra civil en 2011, se espera una tasa de crecimiento del 8.5% de su PNB en 2015 con favorables expectativas de largo plazo. Una amplia red de carreteras, así como diversidad climática que puede ser explotada agroindustrialmente, representan algunas de las principales ventajas de este país.

- **Senegal: democracia y oportunidades de negocio.**

Tercera economía de África Central, Senegal ha mejorado sus infraestructuras portuarias (3 millones de contenedores en 2007) y ha ampliado el aeropuerto internacional de Dakar, uno de mayor tráfico del occidente africano (la aerolínea Iberia comunica la capital senegalesa con Madrid diariamente, con escala en Las Palmas, dos veces por semana). Los sectores que mejores oportunidades ofrecen al inversionista son el de las energías renovables, la agroindustria, construcción, textil, pesca, turismo y minería (esencialmente fosfatos pero también oro, mineral de hierro, mármol y titanio).

Success story de las exportaciones españolas a África.

Las exportaciones españolas a África se han duplicado en los 6 últimos años, creciendo a un ritmo del 11.7% anual, la tasa más alta en relación a cualquier otra región del mundo pasando del 4.5% del total (Euros 770 millones) en 1998 al 5.9% (Euros 1.3 mil millones) en 2013 para el ejercicio 2015, Francisco Javier Garzón (Consejero del Instituto de Comercio Exterior ICEX) ha apuntado que África es uno de los principales objetivos de las exportaciones españolas. Los sectores más relevantes son las tecnologías industriales, infraestructuras y energía. Marruecos y Argelia actualmente son los principales destinos africanos de las exportaciones españolas, pero también existe interés en el África subsahariana. En África Occidental, la ventas de productos agroalimentarios han crecido de manera continua (Euros 320 Millones en 2010 a Euros 420 Millones en 2014), los principales países de destino siendo por orden de importancia: Costa de Marfil, Nigeria, Benin y Ghana.

Gran Canaria (GC), hub ideal para las empresas Mexicanas.

El archipiélago siempre ha tenido un papel de unión entre las Américas, Europa y África. Ante el imparable fenómeno de la globalización, la urgente necesidad de que México expanda sus mercados y el enorme potencial de los países de África Occidental, GC podría erigirse en nexo comercial y centro de negocios que facilite el desarrollo de toda la región.



En otras regiones del mundo que comparten algunas de estas características, el establecimiento de centros de actividad empresarial concentrados en determinados puntos (conocidos como *hubs*) ha actuado como catalizador del desarrollo económico y comercial de sus respectivas áreas.

Así, el desarrollo de Miami como plataforma de servicios financieros, logísticos y de transporte aéreo ha dinamizado la economía de los países de la cuenca del Caribe en su conjunto, de la misma manera que el florecimiento de los servicios financieros y de transporte aéreo y marítimo en Singapur ha redundado en beneficio de todo el Sureste Asiático.

Las plataformas de éxito suelen compartir una serie de características:

- Cercanía a mercados de origen / destino fragmentados.
- Excelente infraestructura logística y de telecomunicaciones.
- Capital humano altamente calificado.
- Seguridad jurídica y estabilidad política.
- Clima favorable a los negocios.
- Mercado local altamente desarrollado.

A la luz de estos factores, Gran Canaria cuenta con atributos muy favorables para desempeñar un papel similar para África del Oeste y hacer de puente entre México y los países de la región:

- El idioma oficial es el español.
- Situada a tan solo 110 kilómetros de la región.
- Centro logístico regional ideal para África Occidental: instalaciones portuarias (importante centro de transbordo marítimo), aeroportuarias (conexiones aéreas directas con Marruecos, Mauritania, Senegal y Cabo Verde) de excelente calidad y seguridad, junto con una infraestructura de telecomunicaciones de alta capacidad. Por ejemplo la ONU / PMA (Programa Mundial de Alimentos) ha establecido allí un importante centro de almacenaje y las empresas multinacionales Kinross (Canadá) y Xstrata (Suiza) han escogido Gran Canaria como centro de sus explotaciones mineras en África.
- Forma parte del mapa petrolero mundial: las grandes compañías de plataformas, almacenamiento y descarga han situado a GC en su ruta de abastecimiento y banco de pruebas hacia los yacimientos marinos de África del Oeste.
- Dispone de excelentes servicios de salud y educativos (incluyendo la Fundación Canaria Bravo Murillo *Business School* que *mantiene* relaciones muy positivas con el IPADE).
- Es un estado democrático de derecho consolidado, plenamente integrado en la UE.
- Beneficia un régimen fiscal muy ventajoso (ZEC / Zona Especial Canaria).
- Es un mercado próspero y bien desarrollado, con más de 2 millones de habitantes censados y con un gasto medio anual de 10,000 euros por persona.

Al establecer sus *headquarters* y/o sus oficinas técnicas de ingeniería y/o sus plataformas comerciales en Gran Canaria, las empresas mexicanas podrían beneficiar del apoyo de la extensiva e eficiente red de agentes PROEXCA en África-Magreb.

¿Cuáles productos y/o servicios mexicanos para África?

Más que preguntar cuáles son los productos o los servicios más adaptados a un mercado-esponja, casi virgen y con creciente demanda, hay que saber cómo determinar los canales de distribución, contactos políticos y socios locales adecuados.

El África Subsahariana produce menos del 5 % de la oferta mundial de alimentos, no puede atender su crecimiento demográfico y para alimentarse, según la FAO, en 2010 importó alimentos por 33 mil millones de dólares (incluyendo 3 mil millones en ayuda alimentaria), su agricultura tiene un reto muy importante. México, octavo productor mundial de alimentos (Fuente: Sagarpa), cuenta con el potencial de ganar importantes cuotas de mercado, particularmente cereales secundarios, carne bovina (**SuKarne**) y productos avícolas (**BACHOCO**, uno de los 10 líderes mundiales), fertilizantes (**COSMOCEL**), alimentos para animales, semillas oleaginosas, aceites y harinas, hasta los chiles deshidratados o en lata (**LA COSTEÑA**, líder mundial

con el 69% del mercado mundial de los chiles enlatados, esto último, por el grado de condimentación de la cocina africana.

El *know how* de empresas como **BIMBO** (primera empresa mundial de panadería industrial) y **GRUMA** (líder mundial en la producción de harina de maíz y tortillas e importante jugador en harina de trigo y alimentos básicos), tienen un potencial enorme en un mercado con grandes similitudes con el mercado mexicano al nivel de la distribución. La logística es la clave del éxito en África y las empresas mexicanas de productos de gran consumo, por la geografía y la estructura demográfica de México, tienen una experiencia del primer nivel en la *logística viral*, particularmente en la megalópolis de México D.F., semejante a Lagos (Nigeria), Kinshasa (RDC) o Abidján (Costa de Marfil).

África es un vasto continente con infraestructura vial y ferroviaria es casi inexistente, el transporte aéreo desempeña un papel crucial. Dada la creciente importancia del *hub* de la industria aeroespacial en el Bajío mexicano, la experiencia podría ser de transferencia de *know how* sobre el sector.

No insistiremos en el inmenso potencial de las empresas mexicanas líderes mundiales tales como **AMERICA MOVIL, CEMEX, CONSUTEC**, etc., líderes en otros mercados, pero extrañamente ausentes en la expansión del mercado africano. Respecto a **PEMEX**, pensamos que a semejanza de PETROBRAS (Brasil), el establecimiento de lazos privilegiados con las autoridades gubernamentales de otros grandes países productores africanos (Nigeria, Guinea Ecuatorial, Congo Brazzaville para citar sólo los más importantes) sin duda sería beneficioso para las empresas mexicanas como **PEMSA**.

El sector minero en África está en gran medida en manos de empresas anglosajonas. Es también un sector donde el *know how*, pero sobre todo el perfil particular de las empresas mexicanas del ramo (entre las cuales **GRUPO MEXICO**, tercer productor mundial de cobre, **GRUPO BAL**, mayor productor mundial de plata refinada, bismuto metálico y sulfato de sodio / líder latinoamericano en la producción de oro, plomo y zinc afinados, **GRUPO FERROMINERO**, ferroaleaciones y derivados del manganeso, **GRUPO VILLACERO** y **EMPRESAS FRISCO**, plata, oro, cobre, plomo zinc) podría hacer maravillas.

África requiere urgentemente servicios hospitalarios, incluyendo aparatos médicos y medicamentos, consideramos que también en este ramo las empresas mexicanas tienen mucho por que ofrecer en un mercado con escasa oferta y no necesariamente de calidad, en donde podrían lograr una posición preponderante. Por ejemplo, **LABORATORIOS SILANES** (líder mundial en antídotos contra veneno de serpientes y arañas) tendría mucho futuro.

En un mercado muy aficionado a las telenovelas brasileñas, **TELEVISA**, empresa líder del ramo, tendría sin duda un lugar, pudiendo beneficiarse de la estratégica ubicación de Gran Canaria en la red de telecomunicaciones africanas.

También es posible mencionar sectores de punta como paneles solares (**CONERMEX**) y micro-centrales hidráulicas y eólicas (**Total Energy Systems**).

El consumidor africano es gran aficionado al buen vestir, llevándolo al grado de arte de vivir. México, como quinto lugar mundial en exportación de ropa y el decimo como productor de calzado, fácilmente podría encontrar un nicho en el mercado africano. Ejemplos de ello son la empresa holandesa **VLISCO**, que inunda África con productos de lujo *made in Holland* y la industria española del calzado, la cual acaba de inaugurar una nueva fábrica en Gran Canaria para abastecer al mercado africano.

La elaboración de una lista completa de productos y servicios mexicanos no es propósito de esta ficha técnica, por lo que nos limitaremos a mencionar en el desorden: las computadoras, las piezas de recambio electrónicas, los automóviles (vehículos terminados y componentes cuyas exportaciones a África en el período enero/agosto del 2012 aumentaron más de 200% vs. 2011), los bienes de equipo y las máquinas-

herramientas. Por ejemplo, la máquina de reprocesamiento de los neumáticos usados concebida por la empresa **TIRESYS** es el ejemplo perfecto de máquina que es a la vez simple en su concepción, uso y mantenimiento es decir, es perfectamente adaptada a un mercado donde, más que en otro lugar del mundo, la utilización de los neumáticos reprocesados tiene un inmenso potencial. Además, cuando se sabe que los apilamientos de neumáticos usados son nidos ideales de mosquitos portadores de malaria, podemos fácilmente imaginar el interés de las grandes instituciones mundiales, tales como las Naciones Unidas, para un proyecto contribuyendo a erradicar esta plaga.

Necesidad de una *realpolitik* a la brasileña.

Las exportaciones mexicanas a África representan sólo el 0.002% de las exportaciones totales (INEGI-Enero/Agosto 2012), es decir, prácticamente nada. Esta cifra tanto interpela si se lo compara con países como España (6.5%), Argentina (5.87%-INDEC/2010), Brasil (4.76%- APEX/Enero–Junio 2012), Uruguay (4.24%-2011), Ecuador (0.39% a África Subsahariana-Banco Mundial/2010, Colombia (0.06%-MinComercio / 2010) y Perú (0.01%-Mincetur/2010).

A escala latinoamericana, México se queda atrás respecto a la orientación hacia el mercado africano encabezada por Brasil, como si la fuerte atracción de USA fuera una fatalidad. Habría que cuestionarse: ¿si Brasil -primera potencia económica latinoamericana-, logró conseguir una expansión fulgurante en África Occidental a través de Angola, por qué no México –segunda potencia económica-, no lo puede hacer por medio de Gran Canaria?

África trata liberarse del tutelaje de sus antiguos colonizadores (Francia, Inglaterra, Bélgica y Portugal) y de las empresas anglosajonas, tornándose hacia nuevos proveedores, entre ellos chinos y brasileños. Como resultado de su actitud percibida como arrogante, Sudáfrica ha fallado hasta la fecha, en su avance hacia África Occidental. Las empresas y productos chinos han demostrado un hiper-pragmatismo / realismo o sea una visión a muy corto plazo, que no están en línea con la mentalidad africana. En cambio, la estrategia sur-sur inaugurada por Brasil, fructífera más allá de toda expectativa positiva, debería ser una fuente de inspiración para México.

En la actualidad, África carece de tratados comerciales con los países que están teniendo éxito en este continente. México con su experiencia exportadora y condiciones de mercado semejante con algunos países más desarrollados debería tener grandes ventajas competitivas. Dentro de las acciones acertadas del Gobierno Mexicano (de diferentes administraciones públicas), están los acuerdos comerciales concertados con diversos países, no obstante, el empresariado nacional, en nuestra opinión, se ha quedado corto y exceptuando el TLC, están desaprovechadas las oportunidades en otras regiones (sólo hay que ver el volumen de intercambio comercial con la Unión Europea), de modo que consideramos que es momento que organismos empresariales como CONCAMIN / CONCANACO, etc., promuevan entre sus agremiados el aprovechamiento de las ventajas de los tratados comerciales y dirigir también la mirada a oportunidades como las ofrecidas por el continente africano y la plataforma de acceso por medio de las Canarias, reconociendo que África es claramente un mercado para empresarios genuinos, es decir, de tomadores de riesgos inteligentes y flexibles.