



África ¿Oportunidad y reto de la empresa mexicana?

7 SEPTIEMBRE, 2012

AUTORES: MARC-HENRY ROUVROY Y SEBASTIÁN LOBATO OCAMPO

EDICIÓN: 322

SECCIÓN: ALTA DIRECCIÓN, GALERÍA PRINCIPAL, PORTADA WEB



El continente puede convertirse en un importante referente en distintos ámbitos para la empresa. Aunque es un hecho que su inestabilidad política, pobreza y corrupción representan grandes riesgos, también es verdad que esa percepción de inseguridad generalizada es mayor a los factores reales.

Vale la pena aventurarse a explorar su mercado.

Es sorprendente cómo permanecen los paradigmas en la sociedad actual. Pese a los recursos tecnológicos de comunicación ahora disponibles, que nos permiten conocer casi al instante los sucesos que ocurren al otro lado del mundo, todavía pensamos sobre empresas, sociedades, países o regiones con marcos de referencia aprendidos hace años (si no es que décadas).

Uno de los estereotipos más arraigados (y que no pueden estar más lejos de la realidad) es el que ha lastrado al África poscolonial por décadas como un continente trágico.

Un ejemplo vivo en nuestro país se refleja en una encuesta realizada en 2007 por el profesor Emilio Calderón Mora, de la Facultad de Economía y Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, como parte de las actividades de La Segunda Semana de África en México («¿Es África un nicho de negocios para el empresario Mexicano?»); esa encuesta indicó que el primer pensamiento acerca de ese continente va desde conceptos muy negativos como enfermedades, guerra, hambre y miseria hasta algunos lúdicos o exóticos como futbolistas o animales, pero nadie expresó conceptos como negocio, mercado o empresa pese a que el propósito esencial de dicho evento era establecer mecanismos que promuevan eficientemente el acercamiento de las empresas mexicanas al continente africano.¹



No estamos solos en esta miopía: en 2001, una revista cuyos estándares de investigación y redacción son muy rigurosos, como es el caso de The Economist, describió a la región como el continente sin esperanza (hopeless continent). Aunque les honra haberlo reconocido públicamente, como un exceso de entonces, en un trabajo de 2012, reivindicativo de The Economist Intelligence Unit, acerca de las oportunidades de negocio en África.²

La verdad es que, pese a sus muy numerosas e innegables áreas de oportunidad en los ámbitos sociales, políticos, económicos, África es uno de los bloques que mayor desarrollo ha tenido en los últimos años. Es verdad que se ha visto beneficiada por el boom de consumo de commodities en el mundo que se desató en los primeros años del siglo, como disparador del crecimiento económico, pero también es cierto que ahí han trabajado mucho para facilitar las condiciones de un mejor futuro.

Un trabajo de investigación que expuso muy bien las características y fundamentos de este desarrollo, se publicó en 2005 bajo el título de The Africa You Never See y tuvo tal impacto que motivó una carta de felicitación enviada por Kofi Annan.³

Carol Pineau, periodista y autora de dicho artículo señalaba la paradoja que África entrega el más elevado retorno a la inversión extranjera directa y sin embargo es de las que menos inversión recibe entre las regiones económicas del globo. Afortunadamente, eso va cambiando en forma progresiva.

La misma periodista produjo y dirigió por ese tiempo, un documental cinematográfico (ganador de diversos galardones como el BBC Documentary of the Year 2006 y el CINE Golden Eagle Award), que ilustra cómo el progreso económico del continente surge cuando hay facilidades para la inversión, generación de empleo y el desarrollo de espíritu empresarial. Las ayudas internacionales son necesarias, pero la disposición de hacer negocios con África aporta a sus habitantes, no sólo la posibilidad de mejorar su estándar de vida, sino lo que es mucho más importante, hacerlo con dignidad.⁴

El documental aborda la tesis del desarrollo económico y social africano a través del relato de 10 inspiradoras historias reales de lucha constante ante numerosas adversidades, muchas propias



sólo de ese continente, pero también de triunfos y logros satisfactorios de hombres y mujeres de negocios. Se desarrollan en cerca de una decena de países: Senegal, Uganda, Ghana, Zambia, Botswana, Nigeria, República Democrática del Congo y otros; lo que refleja que el movimiento no se localiza sólo en unos pocos puntos de la región.

Erradicar los mitos no es sencillo. Carol Pineau lo vivió en carne propia, cuando estaba integrando el equipo de rodaje del documental, uno de los camarógrafos le soltó inopinadamente: «África y negocios, ¿no son términos contradictorios?»; si bien, fue una expresión de broma, claramente ilustra la clase de paradigmas de los que hablamos.⁵

Gracias a un verdadero ánimo emprendedor, en diversos focos geográficos y sociales del continente se han puesto las bases para conseguir una verdadera transformación hacia el progreso y las mejoras sociales y políticas, intentando aplicar soluciones africanas a los problemas africanos.⁶

No es fácil definir a África con pocas palabras: un mosaico de más de 50 países, integrado por diversas razas, religiones y culturas, establecidos en una superficie que supone la quinta parte del territorio total del planeta, con una población de alrededor de 1, 000.0 M de habitantes (15% de la población actual en la Tierra).

Entrando en los terrenos de los hechos constatables y cifras duras, podemos debatir los argumentos acerca de las oportunidades que África representa para empresarios y comerciantes del planeta.



SITUACIÓN MACROECONÓMICA FAVORABLE

Con una década de crecimiento económico real muy por encima del promedio global, los logros del continente africano desconciertan a los escépticos.

Como prácticamente todas las economías del globo, sufrió el tsunami económico-financiero provocado por la declaración de

quiebra de Lehman Brothers en el verano de 2008; el impacto en el desarrollo económico africano estuvo lejos de ser devastador (como sí lo ha sido en Europa, por ejemplo) ya que si bien, su PIB se resintió notablemente, se ha mantenido a distancia más que prudente respecto a una recesión y, vamos, ni siquiera ha registrado un crecimiento negativo puntual. Ver gráfica 1.

Parece evidente que la evolución económica del continente sigue un patrón de recuperación con figura de «V» ya que los pronósticos, de los especialistas, para los próximos años continúan reflejando cifras muy optimistas. Todo ello no sólo se debe a expectativas positivas del desempeño de los commodities sino al florecimiento empresarial en la región.

De hecho, el crecimiento económico se espera a tasas altas y en una forma extendida (a lo largo y ancho del continente, particularmente en el África subsahariana), ver figura 1.

Es importante hacer notar que no sólo el crecimiento económico es elevado y extenso sino también variado; el este de África refleja la mayor velocidad de crecimiento esperado.⁷ Lo sustentan diversas razones: en Kenia, donde hasta 65% de la economía se basa en el sector servicios,⁸ el dinamismo se apoyará en ese sector económico y en las reformas anunciadas por el gobierno; en tanto que la vecina Uganda tomará ventaja de los recientes descubrimientos petrolíferos para ingresar al club de exportadores de este importante recurso.⁹



Por otro lado, es sintomático que las calificaciones de riesgo que las tres grandes agencias otorgan a países del continente vayan al alza, aunque en términos generales sigan siendo moderadas. Por ejemplo, en el caso de Moody's, ¹⁰ califica a siete países (Marruecos, Túnez, Egipto, Angola, Namibia, Botswana y Sudáfrica), de los cuales cuatro alcanzan el grado de inversión; Botswana el más elevado (A2 y con perspectiva estable).

El intercambio comercial es otro aspecto útil para analizar con detalle. El socio comercial más relevante para África, en calidad de bloque, es la UE-27; desde 2004, con excepción de 2009 (por la crisis), el comercio Extra UE-27 con África ha aumentado en forma notable, con importaciones (sobre todo productos energéticos) cuyo monto es consistentemente más alto que el de las exportaciones hacia África (especialmente maquinaria y equipo de transporte).

A título de país individual, China es el primer socio comercial de África (\$90,000.0M USD en 2009) seguido por EUA (\$86,000.0M USD). Brasil considera el continente africano como un mercado cada vez más importante para sus productos de exportación y prestación de servicios; de 2003 a 2010, el comercio con África se ha quintuplicado, al pasar de \$5,000.0M USD en 2003 a \$26,300.0M USD siete años después.¹¹

Finalmente, para concluir con los aspectos macroeconómicos más relevantes, debemos hablar de la situación respecto de la inversión en los negocios africanos. En lo que concierne a la inversión extranjera directa, como se mencionó, pese a que África ha registrado los más altos retornos a la IED (Inversión Extranjera Directa) en el mundo, es una de las regiones con más bajos índices de IED, esencialmente por la aversión al riesgo percibido sobre el entorno socio-político del continente.

No obstante, en la pasada década se registró un incremento sustancial en los montos de capital invertidos por empresas internacionales en África. La inversión procedente de la OCDE creció casi 10 veces en este período hasta alcanzar \$88.000,0M USD. A juzgar por los datos de 10 bancos centrales de países africanos, los flujos de la OCDE representan 83% de las transacciones entre 2005 y 2010.¹²



Estados Unidos sigue siendo el mayor inversionista en África, pero 75% de la inversión proviene de compañías petroleras que se concentran en cinco países (Guinea Ecuatorial, Nigeria, Sudáfrica, Angola y Mauritania). China e India representan cerca de 3% del IDE en los 10 países africanos receptores principales de inversiones. La inversión extranjera directa en África en 2008 y 2009 equivale, respectivamente, a 2 y 3% de los flujos mundiales de IDE, frente a 1% que representaba en 2000.¹³

El sector privado de la India ha invertido cerca de \$16,000.0M USD en África desde 2005, apostando por un continente de alrededor de mil millones de consumidores similares a los de la India.

Tradicionalmente, la mayor parte de la IED en África ha ido al sector de recursos naturales (minería y explotación petrolífera), pero en los últimos años los sectores servicios y de manufactura han sido destino preferente y últimamente, el sector de Telecomunicaciones cobra mucha fuerza.¹⁴

China e India son los países que se muestran más activos en la inversión a largo plazo en el continente. Además del evidente interés en asegurar recursos naturales para los próximos lustros, apuntan a participar con la expectativa de conseguir alta cuota en un creciente mercado con sólido apetito para el consumo.

Una estadística interesante y útil, que complementa a la IED, es la inversión bruta de los negocios en el continente. Se trata del desembolso total que hacen las empresas en activos fijos: fábricas, maquinaria, equipo, construcciones, así como inventarios de materias primas y todo aquello que provea las bases para producción futura; considera a la inversión que reemplaza a activos totalmente depreciados.

En la lista de países con mayor inversión (medida como proporción del PIB), de los primeros 10, cinco pertenecen a África, lo que da mayor perspectiva a la dinámica económica del continente con ratios que van de 39 a 49%; para efectos de comparación, China, a la cabeza de la clasificación, se estima que invirtió en 2011 más de 54% de su PIB.¹⁵



SECTORES QUE ACTÚAN COMO PALANCAS DEL CRECIMIENTO

Se registra la presencia de numerosos factores que empujan el crecimiento económico acelerado de África, como, por ejemplo, robustos precios de commodities, sectores económicos que reflejan sólidos fundamentos de negocio, deuda declinante, crecientes flujos de capital (como se describe en la sección previa), así como una creativa, cada vez más educada y profesionalizada gestión de los negocios.¹⁶

Entre los sectores que destacan, se encuentra el de las energías; África se ha convertido en un importante proveedor de gas y petróleo en el mundo; con reservas que alcanzan los 120 mil millones de barriles, es decir, 9.5% de las reservas mundiales, es la tercera región en riquezas petroleras. Además, detenta 8.2% de las reservas totales de gas del planeta. Esta aportación tiende a subir, acentuando la presencia del continente en el sector y de hecho, se espera que pronto aporte más petróleo a EUA que Medio Oriente; 17 las reservas probadas de gas y petróleo africano aumentaron 15% estos últimos 10 años, frente a un incremento de 8% en el resto del mundo en el mismo período.¹⁸

También en el renglón de recursos naturales (que en África parecen inagotables) se encuentran diversos minerales: 90% de las reservas globales de platino, 60% de las de diamantes, 50% de las de cobalto... etcétera, se localizan ahí, lo que supone una oportunidad para las empresas de la industria extractiva, que no sean de gran escala ya que la contribución de África al negocio de los gigantes del sector es aún marginal: en 2009, sólo 6% de las rentas de las empresas más grandes del sector minero global (BHP Biliton, Vale, Rio Tinto y Xstrata) se registraron con origen en el continente.

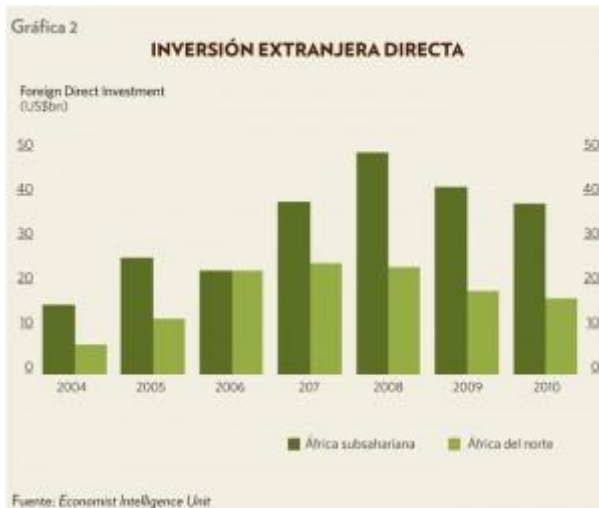


De 1999 a 2004, la tasa de crecimiento en telefonía celular fue de sólo 58% anual (la siguiente región con mayor crecimiento en este segmento, palidece con un «escaso» 35%). Las empresas del sector de telefonía celular en África registraron a unos 90 millones de nuevos abonados en 2010, o sea el equivalente de la población alemana. Aún así, existe ahí un mercado «no conectado» de unos 600 millones de personas, pero se espera que el sector alcance una tasa de penetración de 75% para 2014.

Las líneas fijas de telefonía son prácticamente inexistentes por lo que la demanda de comunicaciones y medios para gestionar los florecientes negocios (por ejemplo, acceder en tiempo real a precios de mercado), han reforzado este crecimiento. No obstante, las redes de telefonía están creciendo, en el período 2009-10 tres nuevos cables submarinos han sido desplegados (Teams, Seacom y Eassy) lo que refleja los esfuerzos para comunicar el continente.¹⁹

Otros sectores atractivos son el financiero y el agrícola. En África, con 80% de la población sin cuenta bancaria, las instituciones financieras desarrolladas al amparo de estas necesidades, se benefician del crecimiento ayudando a las personas sin acceso a sus prestaciones a acceder al sistema financiero, gracias al desarrollo de servicios innovadores como el banco móvil (apoyado por la telefonía celular; por ejemplo M-Pesa, negocio de transferencia electrónica de dinero, ya cuenta con 12 M de abonados).

África tiene la oportunidad de convertirse en el granero del mundo. Aunque el continente posee más de 25% de las tierras de cultivo del globo, genera sólo 10% de la producción agrícola mundial, situación debida en gran parte a recursos técnicos inapropiados, aunque esto puede cambiar pronto gracias a los numerosos emprendedores que están iniciando negocios en este sector, accediendo a tecnificación en las explotaciones.



ENTORNO POLÍTICO Y SOCIAL

Desde mediados de la década de 1980, los procesos de privatización han sido el tema central en la agenda del desarrollo para la mayoría de los países africanos. La actividad empresarial florece por todos los rincones africanos; incluso en países poco proclives a promoverlos como Somalia, donde estuvieron sin un gobierno central por espacio de una década (por ejemplo, ahí las tarifas de telefonía celular son muy económicas gracias a la falta de un gobierno central que las regule).

El factor demográfico es clave: hay toda una generación de jóvenes con mejores niveles educativos accediendo al mercado de trabajo, con una proporción a la alza de la población económicamente activa por lo que el crecimiento económico despega a toda velocidad.

El último factor importante es la democratización. África finalmente está alcanzando madurez política; tres décadas después de la liberación colonial, ninguno de los gobiernos continentales había conseguido ser reemplazado por medio de las urnas, pero desde que Benín lo consiguió en 1991, esto ha ocurrido más de 30 veces.

CLIMA DE NEGOCIOS

La mayoría de negocios africanos sufre por la pobre infraestructura; sin embargo, esto parece despertar la creatividad y el ingenio empresarial. El profesor Lluís Renart, del IESE, pudo atestiguar cómo una humilde empresa de alquiler de vehículos en Kenia, en realidad conectaba la demanda con una lista de propietarios de vehículos particulares que ganaban dinero extra alquilándolos a turistas u hombres de negocio.

Otro ejemplo dramático es del empresario de telefonía celular en Congo, que inició el negocio en medio de la guerra civil y al no recibir equipos del exterior, levantó una antena celular soldada con pedacería de hierro y otros metales... esa antena continúa operando.

Es un hecho que hay grandes riesgos (inestabilidad política, pobreza, corrupción... etcétera) y eso no debe menospreciarse al decidir acometer ese mercado, pero también es verdad que la percepción generalizada del riesgo es mucho mayor que los factores reales. África es un mercado (una suma de ellos) que vale mucho la pena explorar... las recompensas pueden ser enormes.



Moverse con éxito en África requiere paciencia (el concepto africano del tiempo es diferente de la nuestra a tal punto que en un país como la República Democrática del Congo, la palabra «lobi» significa a la vez «hoy» y «mañana»), hands-on management aunque sin llegar al extremo de empresas chinas o hindúes que no confían para nada en los africanos y, lo más importante, empatía hacia africanos y autoridades locales. El verdadero reto para las empresas extranjeras es adaptarse a África, no a la inversa: las que no han asimilado esta regla básica han fracasado rotundamente, contribuyendo negativamente a la reputación de África.

La mayoría de las empresas mexicanas tienen sin lugar a duda las habilidades competitivas para los mercados africanos ya que son armadas para operar en los mercados de exportación «desregulados» de América Central y del Sur. México comparte además más valores comunes de lo que se imagina con África, tanto al nivel de las influencias europeas como de los idiomas (francés, inglés, portugués) y la religión (católica). La precariedad en la cual vive todavía una franja importante de la población africana es una noción esencial que brasileños, hindúes y, en una menor medida los chinos, han asimilado y que explica su impresionante éxito en África.

A imagen de España (cuyas exportaciones aumentaron 12% en 2010), el enfoque de México sobre los mercados del norte de África debe adaptarse a los códigos que prevalecen allí. Cabe también mencionar que tanto la experiencia como el impresionante desarrollo del IESE en África



y los estrechos lazos que lo unen al IPADE podrían ser beneficiosos para los empresarios mexicanos.

Los diferentes ángulos de ataque de un mercado tan vasto como África deben obviamente ser escogidos con cuidado. Sin embargo, nos parece que, en una primera etapa, la UE 27, por sus lazos históricos con África, sea la base ideal para cruzar el Rubicón.

Podemos lógicamente preguntarnos si no es hora de que los sectores públicos y privados mexicanos se enfoquen sobre África cuyas sinergias con México nos parecen más evidentes que aquellas con otros mercados emergentes, más lejanos, pero más de moda.

Notas

1 Emilio A. Calderón Mora. ¿Es África un nicho de negocios para el empresario Mexicano? Facultad de Economía y Administración; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México (XII Congreso Internacional de ALADAA. 2007)

2 «Africa: open for business. The potential, challenges and risks». Special Report from The Economist (2012)

3 Carol Pineau. «The Africa You Never See». The Washington Post (Sunday, April 17, 2005; Page B02)

4 «Africa Open For Business». Documentary directed and produced by Carol Pineau (2005)

5 «The Africa You Never See». Carol Pineau. The Washington Post (Sunday, April 17, 2005; Page B02)

6 Carol Pineau Africa: open for business official website - <http://www.africaopenforbusiness.com/> – (2012)

7 «Africa: open for business. The potential, challenges and risks». Special Report from The Economist (2012)

8 CIA World Factbook website – <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (2012)

9 «Africa: open for business. The potential, challenges and risks». Special Report from The Economist (2012)

10 The Guardian Data Blog website <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2010/apr/30/credit-ratings-country-fitch-moodys-standard> (Junio 2012)



-
- 11 Nota técnica «Perspectivas de crecimiento en África». IPADE – EE 11 N 01 (Noviembre, 2011)
 - 12 Ibid
 - 13 Ibid
 - 14 Ibid
 - 15 CIA World Factbook website – <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (2012)
 - 16 «Africa: open for business. The potential, challenges and risks». Special Report from The Economist (2012)
 - 17 Africa Open For Business official website – <http://www.africaopenforbusiness.com/> Carol Pineau (2012)
 - 18 Nota técnica «Perspectivas de crecimiento en África». IPADE – EE 11 N 01 (Noviembre, 2011)
 - 19 «Africa: open for business. The potential, challenges and risks». Special Report from The Economist (2012)

Artículo elaborado por miembros fundadores del foro México-IPADE WorldLink en exclusiva para la revista istmo. El Foro es una asociación de egresados del IPADE que promueve la investigación, reflexión y el desarrollo de oportunidades para la expansión internacional, en mercados no convencionales, para las empresas mexicanas