

**MUNDO**

**JAVIER  
VILLASANTE**

Socio director  
de Internacional  
en Cuatrecasas,  
con oficina en  
Mozambique y  
Angola



# PORQUE ESTO



**BEATRIZ  
REGUERO**

La directora de Riesgo País de Cesce recuerda que el clima para hacer negocios sigue siendo complicado pero lleno de oportunidades.

**POR MARTA GARCÍA ALLER  
FOTOGRAFÍAS MÁXIMO GARCÍA Y JORDI PARRA**

**PACIENCIA. ÉSE ES EL PRIMER CONSEJO QUE** dan quienes, como Jean Christ, director general para África y Oriente Próximo de Gallina Blanca, hacen negocios en tierras subsaharianas. La empresa española de alimentación vende sus caldos bajo la marca *Jumbo* en 25 países africanos y es líder de mercado en la mayoría de ellos. "Tienen otra manera de hacer negocios mucho más personal: las reuniones que en Europa durarían un par de horas allí duran días, porque hay que ganarse la confianza hablando de muchas cosas, además de negocios", cuenta Christ, que se pasa unas dos semanas al mes en África. Desde que en los años 70 Gallina Blanca empezara a exportar al continente negro la situación ha cambiado mucho: "Es un área cada vez más relevante para la empresa; la facturación en la región crece a un ritmo superior al 15%". Parte de su éxito africano, que se estudia como caso en escuelas de negocios internacionales, fue adaptarse a las necesidades especiales de un consumidor muy particular: "Vendemos las pastillas de caldo de una en una para facilitar su accesibilidad a los que menos recursos tienen, y con un complemento vitaminado especial para hacerlas más nutritivas", explica Christ. "Además de paciencia, hacer negocios allí requiere mucha creatividad".

El continente africano está entre las economías del planeta que más rápido crecen. De hecho es, junto a la asiática, la única región que no ha dejado de expandirse durante la crisis. Su PIB global aumentó en 2010 un 5% y para 2011 algunos analistas pronostican que se incrementará otro 5,5%. Queda, sin embargo, casi todo por hacer. Sus infraestructuras, como la mayoría de su población, son todavía pobres, el talento es escaso y las guerras y hambrunas asuelan gran parte del continente. ▶

# ES ÁFRICA

**LA CRISIS HA AUMENTADO EL  
ATRACTIVO DE ÁFRICA COMO DESTINO  
PARA HACER NEGOCIOS. PUEDE QUE EL  
RIESGO SEA MAYOR, PERO TAMBIÉN LO  
ES LA RECOMPENSA**



MUNDO

## PORQUE ESTO ES ÁFRICA

Son muchas las adversidades. ¿Merece la pena arriesgarse?

“Sí, sin duda: África es lo que fue China hace 15 años”, dice Carlos Horstein, director de Desarrollo de Negocio de IESE y gestor del MBA que acoge cada año la visita de un centenar de directivos africanos. “Aquellas empresas que entendieron entonces que era el momento de arriesgarse e ir a Asia son las que han triunfado. Ahora es el momento”.

Según la ONU, África ofrece más retorno por inversión que ningún otro emergente. “En algunos casos asciende al 30%”, dice Mariola Alfonso, responsable de la firma de análisis de mercado TNS, autora del estudio *Oportunidades en mercados emergentes*.

“Hay dos factores que han contribuido a la aceleración del cambio en África: por una parte, que el continente tiene muchos recursos naturales que los emergentes necesitan y, por otra, las reformas políticas y económicas que se han desarrollado internamente en muchos países”, explica Oladiran Bello, investigador del *think tank* Fride experto en desarrollo y gobernanza en el continente africano.

Hasta ahora, las empresas que daban el salto estaban sobre todo vinculadas a energía y minerales (los recursos naturales supusieron el 24% del crecimiento del PIB entre 2000 y 2008). Pero la rápida expansión de su economía en medio de



cio en Kenia, por ejemplo, los trámites que un extranjero tiene que hacer han pasado de 35 a 5 (en España son 7).

Las oportunidades las protagonizan sectores relacionados con infraestructuras, agroindustria y telecomunicaciones.

Este último es sin duda uno de los más florecientes: la implantación de móviles crece al 20% anual y sólo en la última década África ha aportado 316 millones de usuarios nuevos.

**JEAN CHRIST**  
Director general para África y Oriente Medio de Gallina Blanca, una de las empresas españolas pioneras en llegar al África subsahariana.

La construcción es otro de los campos con mayor atractivo para la inversión, una oportunidad que muchas empresas españolas del sector no están dejando pasar. “Hemos experimentado un importante crecimiento en África en los últimos años, principalmente en proyectos vinculados con la energía y el agua”, explica Javier Navarro, director de Desarrollo de Negocio en África de Isolux Corsán, donde acumula contratos por más de 1.000 millones de euros. Actualmente representa el 8% de los ingresos del grupo y la perspectiva es que siga en aumento.

Los expertos también subrayan el potencial de áreas apenas desarrolladas, como los servicios financieros: en Nigeria, un país con 150 millones de habitantes, sólo un 15% de la población adulta tiene una cuenta bancaria (en América Latina es del 38% y en Asia alcanza el 55%).

Angola, Ghana, Sudáfrica y Nigeria son las joyas de la corona. “Hay otros destinos de gran atractivo para inversores extranjeros que se mantienen estables como Gabón, Botswana, Namibia y Seychelles”, dice Beatriz Reguero, directora de Riesgo País y Gestión de Deuda de la aseguradora CESCE. “Pero en África no se puede generalizar”.

Pese a que las potencias emergentes como India y China han sido las primeras en tomar posiciones, eso no debe desanimar a quienes quieran dar el salto ahora. “En la mentalidad africana, ▶

la atonía global está aumentando su atractivo. De mantenerse a este ritmo, los consumidores africanos gastarán en bienes y servicios 1.400 millones de dólares en 2020, casi tanto como India, según un informe de la consultora McKinsey, gracias a una clase media pujante que previsiblemente pasará de 70 a 128 millones de personas.

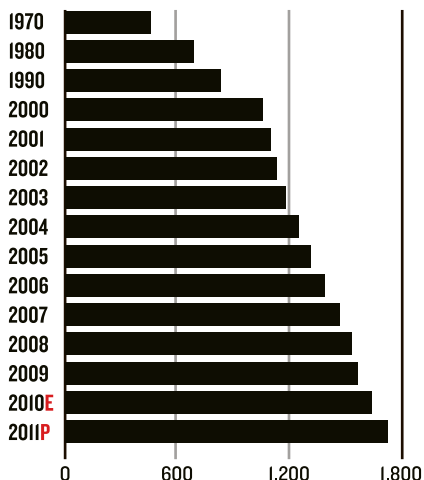
También el informe *Doing Business 2011* del Banco Mundial destaca la mejora del clima de negocios en los países subsaharianos, que son los que más han modernizado sus regulaciones para la creación y el funcionamiento de empresas en el último año. Para abrir un nego-

MUNDO

# PORQUE ESTO ES ÁFRICA

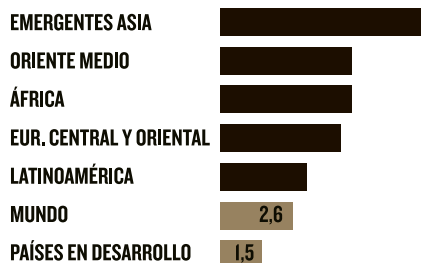
## ÁFRICA ACELERA

Evolución del PIB africano desde 1970, en miles de millones de euros.



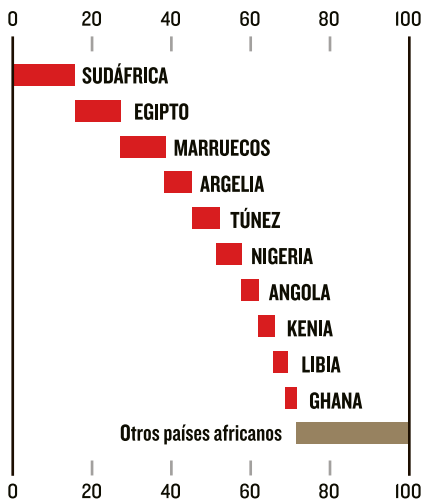
## CRECIMIENTO DEL PIB, POR REGIONES

Desde 2000, crece más rápido que Europa del Este y Latinoamérica.



## LOS ELEGIDOS

Sólo 10 países concentran el 70% de la inversión extranjera directa en el continente negro.



Fuente: FMI, McKinsey Global Institute y Ernst & Young.

los productos europeos tienen mejor calidad que los asiáticos, así que pueden sacarle mucho partido a ese valor añadido”, dice Bello. Además, a raíz de las grandes inversiones que han hecho en África los gigantes asiáticos, atraídos por sus materias primas, están surgiendo otras oportunidades. “Los emergentes cuentan con el capital para invertir, pero no tienen el *know how*”, explica Sanjay Peters, profesor de IESE Business School y director de la consultora Emerging Partners, ponente en *Foro sobre Mercados Emergentes* de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD). “Existen muchas opciones para formar alianzas con empresas indias, chinas y brasileñas. Es una buena manera de empezar, porque se minimiza el riesgo en la inversión y se aprende sobre el terreno”.

En el despacho de abogados hispano-luso Cuatrecasas, Gonçalves & Pereira, que ya tiene dos oficinas en el África subsahariana (Mozambique y Angola), no dudan de “la oportunidad que supone para empresas españolas hacer de puente entre emergentes”, según Javier Villasante, socio director de Internacional del bufete. “Tenemos empresas chinas que nos contratan para que les lleve proyectos en Angola por nuestra experiencia”. La abogacía y los servicios de consultoría son un área en vertiginosa expansión en la economía angoleña, cuyo PIB ha crecido un 11% en la última década, y que con casi 20 millones de habitantes sólo tiene 1.200 abogados. “Hay una demanda creciente de todo tipo de servicios”, dice Villasante.

Pero no sólo las grandes compañías han dado el salto, también las pymes se están haciendo un hueco, sobre todo en sectores como la agricultura y la pesca, aún poco maduros. Las exportaciones españolas de alimentos a África han aumentado un 43,23% en lo que va de año hasta los 610,04 millones de euros, según África-Infomarket. También las industrias auxiliares que acompañan a gigantes de telecomunicaciones e infraestructuras ofrecen nichos de interés.

La falta de recursos con la que la crisis ha dejado a organismos públicos como el ICEX, hasta ahora principales promotores de incursiones en nuevos merca-



QUIEREN QUEDARSE EN ÁFRICA

## NSIKAN USORO

Jefe de Operaciones de Tanzila Petroleum: “La apertura a empresas extranjeras está creando nuevos mercados”

dos, no está frenando la expansión de las pymes. Este otoño, 15 de estas empresas se han embarcado rumbo a Angola en una expedición organizada por una consultora independiente, Naxan, especializada en asesoría para la internacionalización en África. Si cada empresario paga los 4.500 euros que cuesta el viaje a la excolonia portuguesa es porque ven claro el retorno económico. “Eso demuestra que no son simples excursiones, las oportunidades que hay allí son tremendas y estas empresas lo saben”, dice Eduardo Sanzol, presidente de





oportunidades de productos que demandan mercados locales y pueden interesar a empresas españolas.

Por si quedara alguna duda del inminente despegue de las economías africanas, su capital humano más cualificado también apuesta por ello. Para los directivos africanos Occidente ya no representa el sueño de prosperidad laboral, prefieren desarrollar su carrera en casa: "Hace 10 años prácticamente no había oportunidades, ahora es diferente", dice Nixsan Usoro, jefe de Operaciones de la compañía petrolera Tanzila Petroleum en Nigeria. "Con el fin de la dictadura en 1999 y las desregulaciones para favorecer la entrada de empresas extranjeras, las oportunidades ahora son casi ilimitadas". Igual que Usoro, el resto de jóvenes promesas africanas del mundo de los negocios que pasaron en octubre por las aulas del IESE en Barcelona para cursar una parte de su MBA, no se plantean expatriarse: "Preferimos trabajar en África porque hay muchas más oportunidades", dicen Irekpitan Ivie, gerente de un banco nigeriano, y Charles Wanhoji, analista de Airtel en Kenya. También quienes trabajan en sectores más maduros, como es el caso de Laura Wandera, asesora legal en África de Coca-Cola, una de las pocas multinacionales con presencia en casi todo el continente, notan el cambio: "Hemos entrado en una fase de crecimiento vertiginoso en estos últimos tres años. Ahora se está logrando crecer en sitios nuevos como Somalilandia, donde hasta ahora no se había podido", dice Wandera, que tampoco se plantea expatriarse.

Ojalá sea cierto que el despegue económico de África es inminente. La inversión extranjera directa ha pasado de 9.400 millones de euros en 2000 a 46.000 millones en una década. "El gran reto del continente no pasa sólo por cimentar la estabilidad política, sino sobre todo por diversificar su economía, porque no es sostenible el nivel de extracción de recursos que está viviendo", dice Bello. Que lo logre dependerá de si las empresas confían en su potencial. 

**IREKPITAN IVIE**

Manager de Parkway Microfinance Bank (Nigeria): "Las compañías grandes están llegando a África. Hay muchas oportunidades laborales"

**LAURA WANDERA**

Departamento Legal de Coca-Cola África: "La variedad entre sí de los países del continente supone un reto constante"

**CHARLES WANJOHI**

Analista de Airtel Kenya: "Si trabajas en telecomunicaciones, África es el lugar del momento. El potencial es enorme"

Naxan. Esta consultora navarra, que además de en Angola ya está presente en Nigeria, Ghana, Gambia, Senegal, Sierra Leona y Mozambique, no sólo asesora empresas en su salto a África, también está creando su propia red comercial para vender directamente exportaciones españolas. "Es normal que haya reticencia a salir a países asociados a un riesgo alto como éstos, pero a veces se sobredi-

parece consolidada y sus relaciones comerciales son fluidas", dice Sanzol, que ya ha asesorado en año y medio la aventura africana de una veintena de empresas, con proyectos que van desde la construcción de carreteras en Sierra Leona a la exportación de mobiliario urbano a Angola, pasando por la venta de embudidos en Senegal, Gambia y Gana. Naxan publica en su *web* alertas con

