

INTERNACIONALIZACIÓN

El comercio con África repunta un 20% y anima la inversión española

EL GRAN DESCONOCIDO/ El África subsahariana ha abierto una puerta al crecimiento gracias al interés de las grandes potencias emergentes y a su incipiente clase media, que supera ya los 300 millones de personas.

D. Gracia. Madrid

El seísmo financiero ha cambiado las reglas del juego global para ricos y pobres. África, el eterno desconocido de los flujos de inversión globales, ha encontrado una brecha por donde iniciar el cambio. El Banco Mundial estima que en los próximos cinco años sólo países como Angola, Mozambique, Kenia, Nigeria o Tanzania van a seguir la fuerte estela de crecimiento de China. La emergencia del gigante asiático, de India o de Brasil explican una parte de este fenómeno. "África es la mayor beneficiada por el boom de los BRIC y su alta demanda de materias primas", explica Christian Wessels, experto en nuevos mercados de Roland Berger.

Frente a los tópicos tradicionales de pobreza, corrupción, Wessels advierte de que Europa "debería tener una mayor atención hacia sus inversiones". En su opinión, este heterogéneo continente cuenta con la mayor y más joven fuerza laboral del mundo; con una clase media que supera ya los 300 millones de personas (mayor que en India) y con el 75% del crecimiento de los mercados de gran consumo globales. Para muestra, un botón: en pocos años, Nigeria ha alcanzado ya 70 millones de licencias de telefonía. "Era un mercado al que nadie quería ir", ironiza.

Pese a las olas de revueltas que han recorrido el norte africano -destino tradicional de la inversión nacional en el

La conservera española Grupo Calvo opera ya en once países de la región



Alfredo Bonet, secretario de Estado de Comercio Exterior. / Rafa Martín

GUINEA

Guinea Ecuatorial, está viviendo una segunda época de relaciones con su antigua metrópoli. Se ha convertido en el **cuarto país** de la exportación española en África subsahariana y cuenta con **50 empresas** hispanas instaladas.

continente- las empresas españolas han girado el foco hacia el África subsahariana. En el primer trimestre de este año las exportaciones hacia esta región crecieron un 20%. La inversión española en África alcanza ya los 6.297 millones de euros, según datos del Ministerio de Industria.

Pese a todo, entrar en un mercado tan inmenso y dispar sigue siendo una tarea ardua. Juan Amías, director de planificación Corporativa internacional de Satec considera que en los países africanos, "el empresario siente a veces que no tiene protección, de que no hay un soporte diplomático". Y añade que "África ofrece otra manera de hacer negocios. Se piensa en el corto plazo, pero requiere de mucho tiempo. Cuando no hay dinero en el mercado como ahora, África puede frustrar".

Ramón López, director de África y Oriente Próximo de Elecnor, apoya esta tesis del largo plazo. Su empresa tiene presencia en Angola, Congo, Nigeria, Marruecos y Camerún con una plantilla de 800 personas. En su opinión, cualquier compañía que se decida a invertir en estos países "requiere cuatro asuntos básicos.

En primer lugar, capital humano local y expatriado. Es un continente que se odia o se ama, por eso es importante encontrar a gente blanca con ganas. En segundo lugar, la mentalidad a largo plazo. Por otro lado, tener un socio local y por último un seguro internacional de pago".

Más lentitud

"En África se esperan horas y horas, se negocia mucho, todo es más lento", admite Luis Soares de Sousa, socio responsable de negocios en el continente de Cuatrecasas, Gonçalves Pereira. Su experiencia en Angola y Mozambique, donde el bufete ibérico tiene oficinas, le dice que "es muy importante tener un socio local que sea tu socio en el continente de igual a igual. Normalmente, tendemos a dejarlo en un segundo plano. La mentalidad y la actitud es

lo más importante, no tratar con inferioridad".

Con esa actitud y mediante alianzas en destino, el Grupo Calvo han conseguido alcanzar ya once mercados africanos -Marruecos, Libia, Egipto, Mauritania, Guinea, Nigeria, Angola, Sudán, Mozambique, Mauritania e Islas Reunión-. "En países como Angola, Mozambique o Guinea hay una clase media creciente. Con un ritmo de crecimiento del 7% u 8%, el potencial del mercado es muy grande", señala Dario Chemerinski, director internacional del Grupo Calvo.

La conservera española comercializa en África con dos marcas, Calvo y Gómez Acosta, a través de una o dos distribuidoras en cada país, señala Chemerinski. Además, también posee una flota de dos barcos con bandera de Cabo Verde que opera en toda la costa occidental africana.

Gigantes globales como Wall-Mart o Nestlé también han fijado posiciones en África. Wessels considera que el mercado de consumo, la masiva introducción de la telefonía, las infraestructuras energéticas o de comunicaciones van a marcar las tendencias del continente en los próximos años.

Eso sí, este experto recomienda a las empresas acercarse a esta región con una mentalidad completamente nueva. Los esquemas tradicionales de consumo y negocio en Europa no valen en mercados que parten de cero.

Los esquemas tradicionales de negocio no sirven en mercados que parten de muy abajo

Aventuran una caída del 3% del precio del alquiler en verano

Expansión. Madrid

Los precios del alquiler de la vivienda vacacional, como apartamentos o chalets, experimentarán un ligero descenso este verano cercano al 3%, según la opinión de expertos consultados por *Efe*.

Los directores de los principales portales inmobiliarios explican que el abaratamiento del arrendamiento de los inmuebles vacacionales responderá al incremento de nuevas viviendas experimentado en los últimos años y a la crisis económica. No obstante, será precisamente la situación de la economía la que impulsará el turismo nacional este verano, ya que muchas familias no pueden planificar grandes viajes o alojarse en hoteles este año, aunque disminuirán su tiempo de estancia.

Por otro lado, los conflictos surgidos en el norte de África derivarán a nuestro país gran parte del turismo internacional habitual en la zona.

El secretario de Estado de Turismo y Comercio Exterior, Joan Mesquida, dijo hace dos días que este año el turismo crecerá más del doble y, en algunos sectores, hasta más del triple que el PIB, sobre todo debido a la llegada de turistas del exterior, debido a que sus países están ya menos afectados por la crisis.

Para el director de Fotocasa, Christian Palau, "los españoles pasarán este año en España sus vacaciones, que serán más cortas y con menos excesos, por lo que optarán por alojamientos más económicos, como el alquiler vacacional".

Por otro lado, el precio medio de los alquileres de vivienda en España creció un 1,1% durante el mes de junio en comparación con el mismo mes del ejercicio anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). La subida se mantiene dos puntos por debajo del IPC.

SOMOS COMUNICACIÓN, SOMOS INFORMACIÓN CREAMOS ESCUELA



ESCUELA
DE PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN
DE UNIDAD EDITORIAL

www.escuelaunidadeditorial.es

(Avenida de San Luis, 25. 28033 Madrid)
T. 91 443 51 67 - informacion@escuelaunidadeditorial.es

- Masters Oficiales y Masters Propios
- Programas de Desarrollo Profesional
- Cursos de Especialización
- Seminarios y Jornadas Profesionales
- Escuela de Verano
- Formación In-Company

Con la colaboración de:

