

El nuevo motor

Calestous Juma

UNA de las cosas que se notan a lo largo y a lo ancho de África hoy es la cantidad de gente con teléfonos celulares: 71% de los adultos en Nigeria, por ejemplo, 62% en Botswana, y más de la mitad de la población de Ghana y Kenya, según una encuesta de Gallup de 2011.

La telefonía celular ha crecido más rápido en África que en ninguna otra región del mundo desde 2003, según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. A fines de 2011 África pasó a ser la segunda región más conectada del mundo, después de Asia, con 616 millones de abonados a servicios móviles, según la empresa británica Informa Telecoms & Media.

Obviamente, Sudáfrica, la nación más desarrollada, aún tiene la mayor penetración, pero toda África ha dado un enorme salto tecnológico, y la innovación y la conectividad han llegado incluso a rincones alejados, habilitando servicios de banca móvil y transformando el mundo de los negocios.

Café al aire libre en Addis Abeba, Etiopía.

de África

África acude a los consumidores de la clase media para alimentar la prosperidad

Conscientes del éxito de la telefonía celular, la banca y el comercio minorista están estudiando la expansión en África para captar una creciente clase media de consumidores. Según el Banco Africano de Desarrollo (BAfD), uno de los resultados del enérgico crecimiento económico de los últimos años ha sido un aumento significativo del tamaño de la clase media africana.

La clase media continuará creciendo, de 355 millones (34% de la población de África subsahariana) en 2010 a 1.100 millones (42%) en 2060, según dicho banco (BAfD, 2011a). Y allí radica la clave de la futura prosperidad africana.

Una buena combinación

Tras la independencia de los países africanos, el continente sufrió una seguidilla aparentemente interminable de dificultades,

desde guerras civiles e inestabilidad política hasta inseguridad alimentaria crónica, sequías, enfermedades, y pobreza y corrupción generalizadas.

Pero en los últimos años África ha comenzado a experimentar un renacimiento económico. Gracias a los avances en materia de política económica, gobernabilidad y uso de los recursos naturales, sumados a un ambiente más propicio para los negocios y un aumento de la demanda de materias primas africanas en economías emergentes como Brasil, China, India y Sudáfrica, los niveles de crecimiento de África se han mantenido elevados a pesar de la desaceleración mundial.

“En la última década, pese a las sucesivas crisis alimentarias y financieras mundiales, África ha crecido a un ritmo sin precedentes. Aunque el crecimiento tendrá que continuar durante





Vista de una calle de Nairobi, Kenya.

décadas para que realmente haga mella en la pobreza africana, el potencial de África ahora despierta cada vez más optimismo”, afirma el BAFD en su informe *Africa in 50 Years' Time*.

La pobreza será un hecho inescapable durante mucho tiempo: un tercio de los africanos continuarán en la indigencia en 2060, viviendo con menos de US\$1,25 al día, según el BAFD.

Para el mundo exterior, el simbolismo de ayudar a gente que vive con apenas US\$1 diario tiene un atractivo irresistible. Pero el énfasis en la ayuda no alentó a África a aspirar a un mejor desempeño económico. El cambio de enfoque —de la pobreza a una prosperidad que crece de a poco— representa una transformación radical de la concepción del futuro económico africano, con profundas implicaciones en la práctica y en las políticas.

El tradicional énfasis en la erradicación de la pobreza distrajo tanto a las autoridades africanas como a los donantes internacionales de la tarea de analizar a fondo vías para promover la prosperidad: desarrollo de infraestructura, educación técnica, espíritu de empresa y comercio.

¿Quién integra la clase media?

No es fácil definir la clase media ni cuánta gente pertenece a esa categoría en los 47 países de África subsahariana. Pero el grupo al que nos referimos se halla entre la numerosa población pobre (que vive con menos de US\$2 al día) y la minoría acaudalada.

Estas personas no pertenecen a la clase media en el sentido de los países desarrollados, ni siquiera en el de los mercados emergentes. Pero en términos africanos tienen un ingreso disponible y demandan un volumen creciente de bienes y servicios que contribuyen al bienestar general de la sociedad. Su ingreso promedio es de US\$1.460 a US\$7.300 al año.

Según el BAFD, la clase media africana viene creciendo de manera constante desde los años ochenta. En 1980, integrada por 111 millones, o un 26% de la población. Una década después

había aumentado a 27%, o 196 millones, y para 2010 abarcaba más de un tercio de la población (BAFD, 2011b).

Los africanos de clase media son jóvenes y se encuentran en la etapa adquisitiva de la vida, según un estudio reciente realizado en las ciudades nigerianas de Lagos, Abuja y Puerto Harcourt por el banco Renaissance Capital, especializado en inversiones en mercados emergentes. Casi 70% tiene menos de 40 años. En un momento u otro, alrededor de la mitad está adquiriendo bienes de consumo duraderos. Y esa demanda se extiende a otros sectores, como vivienda, transporte y ocio.

Según las proyecciones del McKinsey Global Institute, el gasto en consumo de África alcanzará US\$1,4 billones en 2020, frente a unos US\$860.000 millones en 2008. La decisión de grandes cadenas minoristas como Walmart de establecerse en África refleja la confianza mundial en el ímpetu económico que cabe esperar de la clase media africana.

Para 2030, los países africanos de gran población —como Etiopía, Nigeria y Sudáfrica— serán las principales fuentes de la nueva clase media, que podría llegar a gastar US\$2,2 billones al año, o alrededor de 3% del consumo mundial.

En toda África se respiran aires de cambio. Persisten muchos problemas de larga data, como la pobreza aguda, la mala infraestructura y la hambruna en partes del continente donde abundan los recursos naturales. Pero igualmente notable es el surgimiento de una nueva generación de empresarios jóvenes que crean oportunidades nuevas.

Los factores que hacen posible este cambio van desde un clima de negocios que promueve un crecimiento de raíz local hasta una mayor integración regional y nuevas fuerzas favorables a la globalización que generan oportunidades de crecimiento.

Clima de negocios y espíritu de empresa

Además de las políticas económicas públicas que promueven el crecimiento, el surgimiento de una clase media africana ha estado

empujado por un sector privado vigoroso, encabezado por empresarios locales que están adoptando con rapidez nuevas tecnologías que fortalecerán el potencial de la clase media. Por ejemplo, los avances de las tecnologías de la información y las comunicaciones ofrecen nuevas oportunidades empresariales para los jóvenes.

Aun así, el grueso de la fuerza laboral africana continuará en el sector informal, trabajando en empleos poco productivos y poco reutilizables. Incluso si el empleo remunerado en el sector formal aumenta 10% por año, el sector informal seguirá predominando —entre 60% y 70%— en 2020.

Rwanda, recordada aún por el derramamiento étnico de sangre de 1994, quizás ofrezca una idea de la futura clase media africana. Inspirada por la perspectiva de integrarse a la economía mundial, la juventud está explotando las últimas tecnologías para lanzar nuevas empresas.

Clarisse Iribagiza y otros estudiantes de ingeniería del Instituto Kigali de Ciencia y Tecnología de Rwanda fundaron en 2010 HeHe Limited, una empresa de desarrollo de aplicaciones móviles. La compañía es fruto de la capacitación que los estudiantes recibieron en un programa del Instituto Tecnológico de Massachusetts orientado a fomentar el espíritu de empresa y negocios informáticos. HeHe es una de muchas flamantes empresas de Rwanda que buscan aprovechar la expansión de la infraestructura de telecomunicaciones, sobre todo la banda ancha.

Algo parecido está ocurriendo en otros países. En Kenya, por ejemplo, nuevas empresas están llevando tecnologías de información de avanzada a campos tan diversos como el ocio, las comunicaciones, la educación, la agricultura y los servicios.

Estas jóvenes empresas son prueba del impacto económico a largo plazo de la inversión en infraestructura. En 2009, Seacom Company, una compañía de Mauricio, puso en servicio un cable submarino de fibra óptica de US\$600 millones que conecta Sudáfrica y Europa a lo largo del litoral oriental africano. Según el ex presidente de Seacom, Brian Herlihy, el proyecto catalizó una inversión adicional de US\$6.000 millones en el tendido de fibra terrestre para redes nacionales “medulares”, redes municipales y torres para comunicaciones móviles en el este y el sur del continente.

Un 76% de las acciones de Seacom están en manos de inversionistas africanos, un indicio de que la tecnología y el capital extranjero pueden potenciar la inversión local en megaproyectos que estimulan el desarrollo empresarial y el crecimiento de la clase media. En la próxima fase, Seacom ayudará a África a dar un gran salto hacia los servicios de banda ancha, como la computación en nube.

La mejora del clima de negocios se traducirá en un mayor énfasis en el crecimiento económico de raíz local en las próximas décadas, especialmente en las ciudades, que suelen ser centros de creatividad. La nueva clase media tomará cuerpo en núcleos industriales y agrícolas que ofrezcan oportunidades para la innovación y el espíritu de empresa. Las inversiones actuales en infraestructura crítica como la banda ancha conducirán a una mayor conectividad, movilidad y nucleamiento de la actividad económica.

La nueva clase media africana florecerá en centros de crecimiento conectados a la economía mundial. Las semillas de ese crecimiento se pueden observar en lugares como Ikeja, el incipiente distrito industrial informático de Lagos. Nuevas

industrias de conocimiento como la red de producción cinematográfica de Nigeria (“Nollywood”) harán surgir una nueva camada de empresarios listos para moldear el carácter de la próxima generación de africanos de clase media.

Mercados regionales

Más allá de la promoción de fuentes locales de crecimiento económico, África está actuando con rapidez para fomentar la integración regional encaminada a ampliar sus mercados. El más destacado de esos esfuerzos es el lanzamiento, en junio pasado, de las negociaciones para una gran zona de libre comercio que se extendería desde Libia y Egipto hasta Sudáfrica.

La nueva zona fusionaría tres bloques actuales: la Comunidad del Desarrollo de África Meridional, la Comunidad del África Oriental (CAO) y el Mercado Común para África Meridional y Oriental (véase “Un vistazo a las cifras: El comercio en África oriental” en esta edición de *F&D*).

Dicha zona abarcaría 26 países con un PIB combinado de más de US\$1 billón y un mercado estimado de 700 millones de consumidores, atractivo para inversionistas tanto extranjeros como nacionales. El desarrollo industrial y agrícola local estaría en primer plano, pero muchos insumos provendrían del extranjero, y las negociaciones para crear esta zona de libre comercio tripartita ya se encuentran en marcha.

Los grandes bloques comerciales facilitan el crecimiento económico, lo cual, a su vez, estimula la expansión de la clase media. Se estima que, gracias a las iniciativas de libre comercio de los tres bloques regionales africanos actuales, las exportaciones de los 26 Estados miembros aumentaron de US\$7.000 millones en 2000 a más de US\$32.000 millones en 2011.

Estos esfuerzos parten de los proyectos de integración en curso de la CAO, que incluyen una unión aduanera, un mercado común, una moneda común y una federación política. Los cinco miembros —Burundi, Kenya, Rwanda, Tanzania y Uganda— albergan 135 millones de personas y tienen un PIB total (a precios de mercado corrientes) de alrededor de US\$80.000 millones, lo cual constituye un vasto mercado de consumo.

La región está negociando el establecimiento de una unión monetaria encaminada a promover y mantener la solidez de la política monetaria y fiscal y la estabilidad financiera. Las negociaciones están intentando tener en cuenta las limitaciones de la zona del euro mediante la incorporación de cláusulas sobre integración fiscal y estabilización financiera. Si se la adopta tal como está contemplada, la unión monetaria produciría la primera verdadera economía regional africana, que atraería inversión extranjera directa y estimularía el gasto en consumo y el crecimiento de la clase media.

Encarar el reto de la inversión

El comercio dentro de África está limitado por las deficiencias de la infraestructura (principalmente de energía, transporte, riego y telecomunicaciones). La República Democrática del Congo, por ejemplo, tiene una red vial pavimentada de unos 3.100 kilómetros en total y cuatro veces el tamaño de Francia, que tiene casi 1 millón de kilómetros. Su capacidad para participar efectivamente en la zona de libre comercio dependerá de lo rápido que invierta en construir y mantener su infraestructura.



Una pareja se toma una foto con un móvil en Soweto, Sudáfrica.

En conjunto, África necesitará casi US\$500.000 millones durante la próxima década para atender las necesidades de infraestructura (véase “Construir una infraestructura africana” en esta edición de *F&D*). Varios países han puesto en marcha planes ambiciosos para llenar ese vacío. Senegal, por ejemplo, está modernizando la infraestructura de energía, carreteras y aeropuertos para transformarse en un núcleo empresarial regional.

El crecimiento económico de África y el consiguiente avance de la clase media dependen en parte de una mayor inversión internacional impulsada por la intensificación del comercio, sobre todo con mercados emergentes en crecimiento. El comercio de China con África, valorado en US\$10.000 millones en 2000, superará los US\$110.000 millones en 2011, según las proyecciones; el comercio con India ascendió a US\$3.000 millones en 2000 y llegará a US\$70.000 millones para 2015. Indiscutiblemente, estos lazos acarrearán riesgos: el crecimiento global de África está tan correlacionado con la exportación de materias primas a China que es vulnerable a las fluctuaciones de la industria manufacturera de este país.

Más allá de las necesidades apremiantes de inversión social en educación y salud, se requerirán gigantescas infusiones de capital para llenar el enorme vacío de infraestructura en el continente.

Respaldo de la diáspora

La expansión de la clase media africana coincide con la integración del continente a la economía mundial. Algo que probablemente estimule la conectividad mundial es la gran cantidad de africanos que han emigrado (véase “Movilizar a las diásporas” en la edición de septiembre de 2011 de *F&D*). Su número está estimado en 30 millones o más, y representa una posible fuente de inversión.

La principal influencia de esta diversa comunidad se ha manifestado hasta el momento a través de sus remesas, que están estimadas en US\$38.000 millones al año y que podrían ascender a US\$60.000 millones si se tuvieran en cuenta las transferencias no registradas. Estos flujos, que en gran parte mantienen a los familiares que se quedaron en África, eclipsan considerablemente los US\$25.000 millones que África recibe anualmente en asistencia oficial para el desarrollo.

Pero la diáspora africana se está transformando en una fuente importante de capital de inversión que respalda el crecimiento de la clase media.

Los emigrantes africanos están ayudando a construir una nueva generación de universidades que promueven no solo el conocimiento, sino también la expansión de la clase media. Un ejemplo es la Universidad Ashesi en Ghana, fundada por Patrick Awuah, ex empleado de Microsoft y ex alumno de la Haas School of Business de la Universidad de California, Berkeley. La institución busca formar “una nueva generación de líderes africanos en el mundo de los negocios con sentido de ética y espíritu de empresa, y promover los más altos valores de conocimiento, liderazgo y sentido de ciudadanía”.

Algo parecido ocurre en zonas incluso más pobres de África. Por ejemplo, Somalilandia, que declaró su independencia tras la caída del dictador militar somali Siad Barre en 1991, ha recurrido considerablemente a la diáspora para fundar instituciones de enseñanza superior, comenzando por la Universidad de Hargeisa y siguiendo con la Universidad de Burao, la Universidad de Amoud, la Universidad Tecnológica de Somalilandia y la Universidad de Gollis.

La creciente contribución de la diáspora africana al avance de la clase media se ve reforzada por el aumento de la conectividad y la movilidad. Los vuelos directos entre Estados Unidos y África occidental, por ejemplo, facilitan el flujo de inversiones hacia la región. La comunidad de Ghana que trabaja en la industria farmacéutica en la región de Nueva Jersey está comenzando a invertir en la atención de la salud en su país de origen. Corrientes de inversión y vínculos comerciales parecidos ayudarán a promover el crecimiento de la clase media en el oeste de África.

Fortalecer la capacidad empresarial

Las universidades y otras instituciones de enseñanza superior desempeñan un papel crucial en la transmisión del conocimiento local que requieren los empresarios. Por razones históricas, las universidades africanas tienden a centrarse más en las funciones educativas tradicionales que en las aptitudes técnicas y empresariales. Las primeras universidades tenían por finalidad formar a empleados públicos poscoloniales, y los administradores coloniales salientes no estaban demasiado interesados en preparar a africanos para convertirse en agentes de cambio económico. Este enfoque tradicional sirvió de modelo a las universidades nuevas, aun cuando las duras exigencias económicas requerían más énfasis en la tecnología y los negocios.

Pero a medida que África invierta en infraestructura nueva y moderna, habrá oportunidades para fortalecer las capacidades de la región en el diseño, la ejecución y el mantenimiento de proyectos. Y los proyectos regionales de energía, transporte, riego y telecomunicaciones, a su vez, servirán de base para la formación técnica.

Estas universidades especializadas pueden combinar la preparación teórica con trabajos prácticos a través del aprendizaje experiencial, contribuyendo a diversificar los enfoques aplicados a la enseñanza superior sin necesidad de reformar las universidades actuales, algunas de las cuales podrían adoptar los nuevos modelos voluntariamente.

Ya hay universidades de este tipo en África y otras regiones. Por ejemplo, Egipto, Ghana y Kenya tienen facultades dedicadas al sector de telecomunicaciones. Además, las variadas exportaciones de África —minerales y materias primas agrícolas, entre

otras— están vinculadas a largas cadenas de valor que ofrecen una amplia base para la elaboración de planes de estudio y la innovación pedagógica, en localidades diversas.

Ahora no resta sino esperar que se creen planes de estudio centrados en la producción de café, chocolate, té, flores, cobre y diamantes. La Universidad Carnegie Mellon, de Pittsburgh, ha establecido una sucursal en Rwanda para estudios de posgrado en tecnología y ciencias de la empresa, que le permitirá al país posicionarse como núcleo tecnológico y servir también a los países vecinos.

Núcleos urbanos de crecimiento

El ascenso de la clase media trae aparejada una creciente urbanización, y los centros demográficos pueden alimentar el crecimiento y la creatividad.

Lagos, la antigua capital de Nigeria, fue dada por perdida cuando las autoridades federales decidieron trasladar la sede del gobierno al corazón del país. Hoy, es un vibrante símbolo de la renovación económica, gracias en parte al dinámico gobierno de la ciudad, pero también en gran medida al espíritu de empresa de sus habitantes y al surgimiento de la clase media como fuerza económica.

Casi 20% de la población de Lagos pertenece a la creciente clase media nigeriana. La encuesta reciente de Renaissance Capital predice que sus integrantes estimularán significativamente la demanda local e internacional de manufacturas.

Una manera de explotar el potencial urbano es reposicionar las ciudades como núcleos de innovación. Lagos, por ejemplo, hace poco fundó un consejo consultivo que tiene por objeto promover el dinamismo tecnológico y empresarial. El consejo está presidido por el Ministro de Estado de ciencia y tecnología, cuyas funciones están evolucionando del papel tradicional de respaldar la investigación al de fomentar la innovación.

Este cambio contribuirá mucho a realzar el papel de la clase media como fuerza económica en la región.

Espacio para una revolución agrícola

Sin embargo, los nuevos sectores tecnológicos y la visión urbana no son las únicas fuentes de crecimiento. También existe un enorme potencial desaprovechado en la agricultura africana, que de hecho ha experimentado un retroceso. La producción mundial de alimentos ha aumentado 145% desde 1960, pero la de África subsahariana es 10% más baja hoy que hace 50 años, en gran medida como resultado de una falta de inversión en agricultura.

Por ejemplo, el uso de fertilizantes es sorprendentemente bajo: apenas 13 kilogramos por hectárea en África subsahariana, en comparación con 71 kilogramos en el norte del continente. Apenas 24% de la producción de granos utiliza semillas mejoradas, en comparación con 85% en el este de Asia.

La falta de nutrientes ha producido un drástico agotamiento de la calidad del suelo: 75% de las tierras de labranza de África subsahariana están degradadas por el uso excesivo. Solo alrededor de 4% de los cultivos africanos reciben riego, en comparación con alrededor de 40% en el sur de Asia, lo cual deja a África subsahariana expuesta a las fluctuaciones de los precios mundiales de los alimentos.

Nuevos conocimientos y tecnologías, aunados a la flexibilidad de las técnicas, recursos y experiencias locales, pondrán en mar-

cha el desarrollo de nuevos productos y servicios, aprovecharán la innovación tecnológica, estimularán el espíritu de empresa, incrementarán la producción agrícola, crearán mercados y mejorarán la infraestructura. Los avances en el almacenamiento y el procesamiento de alimentos pueden ayudar a estabilizar los mercados agrícolas y promover la innovación rural.

El alza de precios de los alimentos ha avivado el interés externo en invertir en la agricultura africana. A comienzos de 2011, Saudi Star Agricultural Development, una empresa de alimentos propiedad del multimillonario jeque Mohammed al-Amoudi, anunció planes para invertir US\$2.500 millones en la producción de arroz en Etiopía para 2020. Empresas etíopes cultivarán superficies ociosas en las tierras bajas del país como parte del plan nacional para arrendar tres millones de hectáreas a inversionistas privados durante los próximos cuatro años. Etiopía tiene más de 74 millones de hectáreas cultivables, de las cuales actualmente se labran únicamente 15 millones. El aprovechamiento de los terrenos restantes es un primer paso en la promoción del desarrollo rural y la expansión de la clase media.

Diversificarse a través de nuevas oportunidades

Las fuerzas de la globalización —interdependencia comercial, conectividad y movilidad— le ofrecen a África nuevas oportunidades de crecimiento y de comercio con el resto del mundo.

Los cambios en el plano político y en la política económica iniciados hace más de una década están suscitando optimismo. La inversión combinada en infraestructura y capacitación técnica brindará respaldo a las empresas tecnológicas con el dinamismo necesario para impulsar la prosperidad económica. El surgimiento de estas empresas, a su vez, estimulará la inversión en el sector financiero, promoviendo el crecimiento de actividades de financiamiento de empresas nacionales.

A medida que la clase media africana crezca, las autoridades deberían otorgar más importancia a la integración económica regional y la inversión conexa en infraestructura, capacitación técnica y respaldo al empresariado. Invertir en el consumidor le traerá prosperidad a África, y no solo para la clase media. ■

Calestous Juma es Profesor de Práctica del Desarrollo Internacional y Director del Proyecto de Ciencia, Tecnología y Globalización en la Escuela Kennedy de la Universidad de Harvard. Es autor de The New Harvest: Agricultural Innovation in Africa (Oxford y Nueva York: Oxford University Press, 2011).

Referencias:

Banco Africano de Desarrollo (BAfD), 2011a, Africa in 50 Years' Time: The Road Towards Inclusive Growth (Túnez, 11 de septiembre).

—, 2011b, "The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa", AfDB Market Brief (Túnez, 20 de abril).

McKinsey Global Institute, 2010, Lions on the Move: The Progress and Potential of African Economies (Seúl, San Francisco, Londres, Washington: McKinsey & Company).

Robertson, Charles, Nothando Ndebele y Yvonne Mhango, 2011, A Survey of the Nigerian Middle Class (Lagos, Nigeria: Renaissance Capital, 26 de septiembre).

The African Executive, 2011, "Nigeria's Middle Class Exudes Growth and Optimism", 5 de octubre. Disponible en www.africanexecutive.com/modules/magazine/articles.php?article=6119