

ESPAÑA Y AFRICA: RIESGO DEDESPERDICIA UNA OPORTUNIDAD HISTORICA

Tanto para el Gobierno como para los exportadores españoles, Africa al sur del Sahara ha sido casi totalmente ignorada como continente en el que España puede jugar un papel político importante, y aún más como mercado potencial de importancia para nuestro país. Fuera de Europa, la mayor parte de los esfuerzos de la Administración y de los empresarios españoles se ha dirigido a Iberoamérica, y en menor grado a países asiáticos o norteafricanos. Los únicos países africanos relativamente conocidos para el círculo empresarial español son Guinea Ecuatorial, a causa de nuestros antiguos lazos coloniales, y Nigeria, porque su población le sitúa entre los diez primeros países del mundo y por su reciente y mítica riqueza en petróleo. Sin embargo, estos dos países no son representativos de los cuarenta y cinco que integran el continente al Sur del Sahara; Guinea Ecuatorial es, en población e importancia económica, un milésimo de Africa, mientras que Nigeria padece problemas atípicos con una historia reciente de inestabilidad política y golpes de estado, y una desastrosa gestión económica que ha anulado con creces sus beneficios petrolíferos.

Africa Negra, a causa del desconocimiento que los españoles tienen de ella y de la imagen distorsionada que le dan estos dos países, ha sido olvidada como esfera de influencia política y como mercado para productos españoles. Sin embargo, la idea generalizada de un continente lejano, poco importante, pobre e incivilizado, que no paga sus importaciones, es falsa. Africa no es lejana, ni poco importante, ni más pobre que el conjunto de los países en vías de desarrollo, ni incivilizada. Y para España, Africa debería constituir una zona de gran prioridad en nuestros esfuerzos diplomáticos y comerciales. El por qué no lo ha sido ni lo es, ha constituido para mí un enigma durante los quince años en los que, trabajando estrechamente con Africa, he mirado hacia España desde fuera.

Las razones son poderosas. Primero, Africa es el continente más cercano a España, mucho más que Iberoamérica y que Asia, pero, sobre todo, España es el país más cercano a Africa, hecho que contribuye a hacer nuestras exportaciones más competitivas en Africa que las de los demás países; esta competitividad se ha demostrado en nuestras exportaciones al Norte de Africa, en las que los logros españoles no son tan dispares con los de otros países de Europa. Segundo, Africa, con un diez por ciento de la población mundial, produce algo más del tres por ciento del Producto Mundial Bruto y representa un mercado significa-

tivo de las exportaciones mundiales (más del cinco por ciento), con una cuota que ha ido en aumento en los últimos años pese a la recesión mundial. Tercero, en comparación con el resto del mundo, Africa continúa siendo un gran importador de bienes de equipo (que representan un 40% de sus importaciones), muchos producidos competitivamente en España. Cuarto, a pesar de la fuerte presencia de las antiguas potencias colonizadoras, el mercado africano continúa fluido y abierto a nuevos participantes, como lo prueba la creciente importancia de las importaciones de países europeos que no están en el Mercado Común y de los países del Sudeste asiático. España tiene todas las bazas imaginables para penetrar el mercado africano; el deseo de este de diversificar sus fuentes de suministro entre las que España está ausente; el hecho de que los africanos quieren "sacudirse" la influencia de sus antiguas potencias colonizadoras considerando las importaciones que aún hacen de ellas como un mal inevitable; la buena voluntad política hacia nuestro país motivada en gran parte por simpatía y admiración al Rey de España y por la históricamente única transición pacífica de la dictadura a la democracia; y la posibilidad de desplazar a los empresarios italianos, terceros en discordia entre Francia y el Reino Unido.

Por último, la afirmación de que no exportemos a Africa "porque los países africanos no pagan" es ligera. En primer lugar podría argüirse en lo que se refiere a bienes de consumo, que hay entre los cuarenta y cinco países, varios que constituyen menores riesgos crediticios que la mayoría de los países iberoamericanos a quienes hemos estado exportando. Pero el argumento definitivo es que, en lo que se refiere a exportaciones de servicios, ingeniería y bienes de equipo, España ha subutilizado de manera dramática esquemas internacionales de financiación como los del Banco Mundial, de algunos de los países del Comité de Ayuda al Desarrollo y otros organismos, con un potencial anual de miles de millones de dólares que financian directamente al exportador, que recibe el precio de su exportación directamente del organismo financiero, al contado y sin riesgo. Esta financiación directa al exportador a Africa va aumentando rápidamente, y Africa constituye la primera prioridad en financiación para los futuros planes del Banco Mundial.

Estas afirmaciones no son gratuitas ni se basan simplemente en la intuición. Un documentado informe que acaba de hacer Development Finance Consultants (DFC), empresa consultora especializada, ha confirmado que existe en Africa un importante mercado potencial para España, particularmente en servicios y bienes de equipo, en el que por ejemplo los exportadores españoles consiguieron una cuota casi ridícula de la financiación del Banco Mundial (menos del, 0,05% en 1983); esta deficiencia no fue debida a falta de competitividad de

nuestros productos sino a abulia empresarial y a falta de información por parte de la Administración; en efecto, en los últimos cuatro años, sociedades españolas (incluyendo filiales españolas de empresas extranjeras) sólo acudieron a concursos por valor de 10 millones de dólares al año (poco más del 1% de la financiación del Banco Mundial en África (al Sur del Sahara), de los que se adjudicaron el 10%

DFC ha preparado una matriz de oportunidades económicas del continente que determina el potencial del mercado para las exportaciones españolas y que puede servir de cuadro estratégico para determinar prioridades y políticas comerciales de penetración en cada país o grupo de países. Esta matriz, basada en una serie de indicadores económicos (PIB, financieros y de comercio exterior) puede constituir un ejemplo de decisión para el Gobierno y de orientación para los exportadores españoles.