



**NACIONES UNIDAS
COMISIÓN ECONÓMICA PARA ÁFRICA**

**África: Potencial vs. Estereotipos
“¿Una encrucijada en el camino para África?”**

por

**Carlos Lopes
Subsecretario General de las Naciones Unidas
y Secretario Ejecutivo de la CEA**

**3 de octubre de 2014
Las Palmas de Gran Canaria**

El título “Una encrucijada en el camino” me recuerda al 23 de septiembre de 2003, cuando el Secretario General Kofi Annan se dirigió a la Asamblea General de la ONU con un tono dramático pero suave para anunciar: “Excelencias, hemos llegado a una “encrucijada en el camino”. Este momento puede ser tan decisivo como cuando se fundaron las Naciones Unidas en 1945”.

El Secretario General era consciente de que las profundas divisiones entre los Estados miembro, sumadas a la multitud de nuevos y complejos desafíos, exigía reconsiderar las normas comunes de compromiso. Aunque Annan usó la palabra “decisivo”, obviamente estaba preocupado por la indecisión que podría resultar de perspectivas e interpretaciones divergentes que prevalecían.

Yo seguía estos acontecimientos críticos desde mi nuevo puesto, liderando Naciones Unidas en Brasil a la vez que un nuevo presidente, que luego se convertiría en una leyenda, demostraba lo importante que era. Mantuve un diálogo con el presidente Lula da Silva y personal de confianza sobre temas que iban desde los Objetivos de Desarrollo del Milenio hasta políticas inclusivas y agresivas reformas sociales. En ese momento no imaginaba que esta experiencia sería parte de los elementos que me calificaban para unirme al equipo de Kofi Annan dos años más tarde y ayudar a lidiar con “la encrucijada” que se estaba volviendo retorcida e ingobernable.

¡Ya he escuchado otras veces eso de “una encrucijada en el camino”! Pero, sinceramente, no creo que se deba a que África y sus dirigentes no tomen decisiones sobre el futuro que les espera.

África está en el proceso de tomar por sí misma las decisiones correctas, a pesar de que en algunos casos puedan parecer poco estratégicas o no planificadas. Durante la celebración del 50º Aniversario de la Historia Institucional Panafricana, el tema de la Cumbre de la Unión Africana de 2013 se centraba en la necesidad de no repetir errores, de prepararse para los siguientes 50 años con una visión y una agenda que asegurase que para el 2063 los africanos reclamen su participación de las fortunas globales. Se percibe esta misma valentía en la elaboración de metas específicas para África o en las negociaciones de algunas alianzas clave. Una ráfaga de iniciativas intra-africanas mantiene a los forjadores de políticas más ocupados que nunca. 32 países participan en estudios prospectivos, la gran mayoría de las fuerzas de paz en África pertenecen al continente, y la mayor parte de los debates económicos se centran en la movilización de recursos internos, detener flujos financieros ilícitos o mejorar el uso de las inversiones.

Los indicadores macroeconómicos son los mejores desde la independencia. Con el cambio de milenio, el PIB de África era 600.000 millones US\$, en el 2013 aumentó a 2,2 mil millones US\$, lo que representa uno de los crecimientos más rápidos de toda la historia. En comparación, China tardó 12 años en duplicar el PIB per cápita; la India, 17 años; y los EE.UU. y Alemania, entre 30 y 60 años.

El tema que ahora domina el discurso continental de líderes africanos es la transformación estructural. Esto implica lograr lo que aún no ha ocurrido: pasar de una baja productividad agrícola a revertir industrias de valor añadido, a una reducción limitada de la pobreza, o falta de empleo y políticas inclusivas adecuadas.

La encrucijada en el camino para África apunta hacia una dirección y una opción que es la necesidad de utilizar los vientos favorables para hacer frente a la transformación. Esto, como hemos destacado en muchas de nuestras intervenciones, apunta a una sola dirección: la industrialización.

Para que África crezca y se transforme, es necesario comprender claramente los acontecimientos de nuestros tiempos. África no es novata en el negocio de la transformación, sin embargo tiene que innovar en este campo. Las lecciones de diferentes partes del mundo ayudarán a África a evitar errores y ser más sofisticada.

Muchas personas puede que no sepan que Prato (un pequeño pueblo en Italia) fue una vez conocida como la capital textil de ese país. En los últimos 20 años, un aumento de la inversión

China ha traído al corazón de esa ciudad europea 50.000 trabajadores chinos para producir en masa ropa “made in Italy”, etiquetada por Fendi, Salvatore Ferragamo como por marcas más accesibles como Zara o Topshop. Su rapidez, eficiencia y alta productividad son una fuerza a tener en cuenta. Esta comunidad en aumento ha dado la vuelta a/cambiado todas las reglas de lo que alguna vez fue un tranquilo Prato, hasta el punto de que algunos acusan a este tipo de desarrollo de impulsar la creación de talleres clandestinos de exportación.

Las “maquiladoras” de México son otro fenómeno de los patrones económicos contemporáneos. Una “maquiladora” es una operación de fabricación en una zona de libre comercio, donde las fábricas importan la maquinaria y el material, libre de impuestos y aranceles, para montar, procesar o manufacturar y luego exportar los resultados de esos productos a los países donde se originaron las materias primas. En Tijuana, los trabajadores mexicanos son conscientes de su dependencia a la inversión y exportación por la frontera de Estados Unidos. Durante los años de la demanda recesiva por parte del “gran vecino” se perdieron unos 300.000 empleos ante competidores que estaban en Asia. Sin embargo, han vuelto a ser competitivos gracias al reciente incremento de los costes laborales en Asia. Las exportaciones aumentaron un 50% entre 2009 y 2012, alcanzando los 196.000 millones US\$. Haciendo una comparación, las exportaciones manufactureras totales de África son solo de 91.000 millones US\$, iguales a las de Tailandia. Lo que es nuevo en México es que los inversores chinos han descubierto el truco y forman parte de la aumento repentino de 7.400 millones US\$ en la inversión que se hizo en 2012 en “maquiladoras”. Ofrecen a las “maquiladoras” que prosigan su cambio más lucrativo a la industria automovilística. Uno de los estados que se beneficiará con esta inversión es Guanajuato, cuyo crecimiento podría acelerarse considerablemente. Ya ha habido anuncios de ampliación de suministros por parte de empresas como General Motors, Ford, Chrysler, Honda, Mazda, Nissan, Audi y Volkswagen.

La fabricación de productos electrónicos ha captado el interés mundial, incluso en la propia China. La mayoría de los dispositivos y aparatos que utilizamos los ensambla Foxconn (el mayor operador en la industria, con una plantilla de más de medio millón de trabajadores). De hecho, Foxconn es el mayor contratista mundial en la industria electrónica, con clientes como Apple, Dell, HP, Microsoft o Sony. Ellos han decidido construir una planta en Itú, a las afueras de São Paulo, con una inversión de 500 millones US\$ y generando eventualmente 10.000 puestos de trabajo.

¿Qué puede aprender África de estas experiencias?

El cambiante panorama sobre el comercio y la inversión internacional ha cambiado completamente nuestro entendimiento de las cadenas de valor mundiales. Desde los años 80, hay una creciente tendencia a que las empresas se establezcan en muchos países para llevar a cabo las diferentes etapas y actividades del proceso de producción. Ya no es la misma empresa la que produce cualquier producto de la A a la Z. De hecho, la producción ya no está limitada por las fronteras físicas, más aún cuando el valor de las patentes y la propiedad intelectual es más importante que los bienes físicos. Sistemas financieros complejos e innovadores, acuerdos de capital de riesgo, estándares globales y los mecanismos de solución de controversias han contribuido a crear un mundo donde el crudo proteccionismo no funciona. Sin embargo, todos parecen practicar el proteccionismo inteligente, mejor entendido como la capacidad de hacer que las normas trabajen para uno y sortear a los sistemas para atraer inversiones, capital y mercados.

Anteriormente, los países desarrollaban bases industriales fuertes antes de negociar y competir a nivel mundial. Ahora, se pueden introducir en segmentos específicos y subsectores de los procesos globales de producción. El ascenso y la expansión de las cadenas de valor mundiales no se deben principalmente al incremento del comercio de bienes, sino que se centra en tecnología, finanzas, inversión y otros servicios modernos. Por ejemplo, podemos comprobarlo en la ventaja comparativa que ejerce China en Prato, no solo por mano de obra barata sino también por la capacidad de los chinos de producir y alterar los patrones de producción de la noche a la mañana. Por tanto, la innovación y la flexibilidad son el foco principal de la industrialización en el siglo XXI.

Esto me lleva a una segunda lección. Los requisitos actuales para el desarrollo de la política industrial son diferentes a los de 1970. Uno de los cambios principales es que la política económica es más abierta y comparable que nunca. Los grupos interesados quieren formar parte de estrategias innovadoras multisectoriales y contribuir a su diseño. Los instrumentos de política económica también han cambiado de manera significativa, pasando de una dependencia abrumadora de gestiones administrativas enfatizar el cambio en los procesos de mercado mediante los impuestos, los subsidios y las medidas de gasto público, con el fin de corregir desequilibrios de mercado. Es más, el desarrollo de la política industrial se ha vuelto más policéntrica y más ecléctica al ejercer simultáneamente una variedad de objetivos, en lugar de centrarse exclusivamente en promocionar un crecimiento rápido.

Los modelos de industrialización de sustitución de importaciones utilizados en Latinoamérica o el modelo de exportación impulsado por el sudeste asiático ya no son una opción para África (particularmente este último, basado en la premisa de producción en masa con mano de obra barata, gran capacidad de absorción y ahorro significativo de recursos). África, como una recién llegada, se encontrará con este nicho ocupado y en su mayoría perdido, aun cuando por su atractivo podría haber sido tomado en cuenta.

De hecho, la tercera lección es que África tiene que luchar por la igualdad de condiciones, pero en un clima adverso. Las negociaciones comerciales y sobre el cambio climático que se llevan a cabo actualmente no la favorecen. Tomemos el ejemplo de la agricultura. Algunos de sus productores de algodón (como burkineses para hilos o egipcios para el algodón procesado) lo han logrado en términos de productividad; pero no pueden competir con los subsidios de la agricultura de los países desarrollados. Los subsidios han desaparecido oficialmente de las categorizaciones de la OMC, pero han sido sustituidas por cantidades iguales o superiores mediante una batería de primas medioambientales y seguros que descuadran el marco. Si la agricultura debe desempeñar un papel fundamental en la transformación estructural de los continentes, considerando que el 60% de la mano de obra está empleada en el sector, es necesario un esfuerzo interno descomunal para aumentar la productividad y aprovechar nuestra enorme reserva de tierra cultivable que no ha sido utilizada. Sin embargo, los factores externos son igualmente importantes.

El sistema de comercio internacional no ayuda a África a industrializarse, pero esto no va a cambiar fácilmente. África necesita crear una estrategia para hacer frente a esta realidad.

Primero, África tiene que utilizar su posición de negociación, maximizando las demandas para darle más valor a los productos donde tiene una posición dominante. África posee el 12% de las reservas mundiales de petróleo, el mayor potencial de energía renovable, el 40% del oro mundial, entre el 80-90% del cromo y platino; el 70% del coltán; el 60% de la tierra cultivable mundial no utilizada; el 17% de los bosques mundiales y el 53% del cacao mundial producido, únicamente, por dos países como son Costa de Marfil y Ghana. Recursos como estos deben ser aprovechados.

En segundo lugar, como una recién llegada, África no se ha bloqueado a ninguna tecnología en particular, por lo que puede seguir un camino de energía verde y limpia y dejar atrás viejos modelos industriales basados en carbón. La creciente conciencia de la degradación medioambiental y el cambio climático está dando lugar a nuevas prioridades de investigación y diseño, como tecnologías de energía limpia que podrían ser ampliadas rápidamente. El continente está en condiciones de absorber, adaptarse y aprovechar las grandes cantidades de conocimiento científico y técnico existente. Su gran energía hidroeléctrica, geotérmica, biomasa, eólica y solar es un activo increíble. Por ejemplo, solo se ha explotado el 5% del potencial hidroeléctrico de África.

En tercer lugar, África debe centrarse en su consumo interno. El incremento de la población de África, la expansión de la clase media y las tendencias hacia un proceso rápido de urbanización contribuirán al aumento de la demanda de bienes de consumo. Los agronegocios son la clave para satisfacer esta demanda, sobre todo de alimentos procesados. La transición de la producción primaria hacia una agroindustria moderna e integrada ofrece una oportunidad lucrativa para un gran número de pequeños agricultores (la mayoría, mujeres) así como para la generación de

puestos de trabajo modernos para los jóvenes del continente. África no puede seguir importando yogur o pasta de dientes.

En cuarto lugar, la industrialización puede y debe ser incluyente. Debe evitar el derrumbe de edificios con trabajadores de maquilas atrapados en el interior, y a migrantes muriendo en el desierto o en el mar. Esto implica una enorme atención a los determinantes de un modelo integrado, en su mayoría a las pequeñas y medianas empresas.

En quinto lugar, la promoción de una mayor integración regional en África es un imperativo. En gran medida, las posibilidades de integración regional aún están sin explotar debido tanto a las barreras, arancelarias y no arancelarias, como al comercio entre los países africanos. La transformación de África requerirá esfuerzos renovados y más audaces.

¿Así que cuáles son las posibilidades de África de cara al futuro?

Los factores clave para la transformación del continente pasan por un crecimiento formidable: mejoras en la gobernanza económica, un auge de las exportaciones y el aumento de los precios de bienes. Una clase emergente de nuevos consumidores ha provocado un aumento de la demanda interna, estimulando el aumento del gasto público y la inversión privada. Además, también se están realizando continuos avances en la lucha contra algunos de los principales retos sociales. La mayoría de los países ha logrado la matriculación universal en la educación primaria con tasas por encima del 90% y la mitad de los países africanos han alcanzado la equidad de género en las matrículas de educación primaria. También se han producido grandes avances en salud, con una disminución del 38 % en la mortalidad de menores de 5 años y, del mismo modo, la tasa de mortalidad materna se ha reducido en un 42% durante el periodo de los ODM, las tasas de prevalencia de adultos con VIH/SIDA también ha disminuido del 5,9% en 2001 al 4,9% en el 2011.

Está emergiendo una nueva marca de África, una que irradia confianza, atractivo para las inversiones y que ha reducido considerablemente el riesgo, con inversiones que alcanzaron los 50.000 millones US\$ en 2012.

Pero, hay una pega. África todavía tiene que pasar de un crecimiento medio de 5-6%, ¡al mágico 7%! que es el mínimo necesario para duplicar los ingresos medios en una década. Todavía hay un largo camino por recorrer, ya que la pobreza sigue siendo alta, el acceso a los servicios sociales sigue débil y el omnipresente conflicto mina las ganancias.

Por lo tanto, África necesita herramientas políticas y facilitadores económicos. La similitud entre las inversiones en Prato, Guanajuato e Itú-São Paulo es lo que ha atraído la atención del primer socio comercial de África: China. La lección para África es que la industrialización es un negocio competitivo y el continente necesita encontrar su propia receta, su propia receta milagrosa, si quiere convertirse en una fábrica mundial. Es muy probable que el atractivo de África no se encuentre en la producción de ropa de Prada, de repuestos para Ford o en adaptar el iPhone de Apple al mercado brasileño. El atractivo de África será desafiar que su café pueda llegar a ser Starbucks; su chocolate, Toblerone; o su coltán sea de Samsung, sin pasar por alto parte de la cadena industrial, que también puede ser orgullosamente africana.

El difunto presidente Nelson Mandela captó el espíritu de la actitud africana, que debería aparecer en el caso de que se evocase una encrucijada en el camino: *“¿Existirá pasión en actuar apocadamente y contentarse con una vida que es menos que la que usted es capaz de vivir? [...] No me podía imaginar que el futuro que me esperaba podría compararse, de alguna manera, con el pasado que estaba dejando atrás”*.