

Universidad Católica del Uruguay

***OPORTUNIDADES DE INSERCIÓN PARA URUGUAY EN LOS
MERCADOS DE ÁFRICA SUBSAHARIANA***

***VI Jornadas Académicas de la Unión de Exportadores del
Uruguay y del Banco República del Uruguay***

31 de octubre de 2012

**Ignacio Bartesaghi
Susana Mangana
Macarena Oroz**

**DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES E
INTEGRACION (DNII)**




Universidad
Católica del
Uruguay

CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN

- ¿Por qué África Subsahariana?
- Características de África Subsahariana.
- Aspectos clave para la inserción en los mercados subsaharianos.
- Oportunidades de negocios.
- Algunas conclusiones.

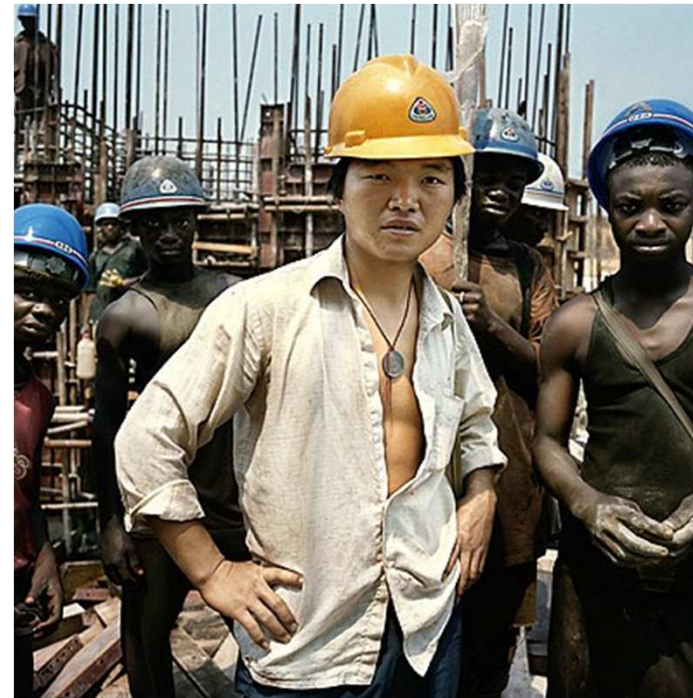
POR QUÉ ÁFRICA SUBSAHARIANA

- ✓ Segunda región con crecimiento sostenido tras América Latina.
- ✓ Mercados emergentes con potencial, donde ROU puede apelar a su conocimiento de la cultura lusófona para ingresar.
- ✓ La política exterior uruguaya se acerca a África vía apertura de nuevas misiones y oficinas vinculantes ➡ lo que facilita el ingreso.
- ✓ Ayuda a corregir panorama incierto: lenta recuperación de EEUU, crisis europea.

LOS CONTRASTES DE ÁFRICA SUBSAHARIANA



INFRAESTRUCTURA EN MARCHA



CARACTERÍSTICAS DE ÁFRICA SUBSAHARIANA

- Conformada por 48 países, un 13% de la población mundial (850 millones de personas) y 25 de millones de kilómetros cuadrados de territorio.
- No se extendieron a dicha región los efectos de la “Primavera Árabe”. Relativo aislamiento del impacto de la crisis internacional.
- Territorio con abundancia en recursos naturales pero escaso know-how.
- Crecimiento del PIB del 5% en 2011 (de las zonas más dinámicas).

ASPECTOS CLAVE PARA LA INSERCIÓN EN LOS MERCADOS SUBSAHARIANOS

- Entorno legal.
- Aspectos políticos y económicos.
- Conflictos y su impacto en los negocios.
- Calidad de la infraestructura.
- Innovación y Tecnologías de la Información.

ASPECTOS CLAVE PARA LA INSERCIÓN EN LOS MERCADOS SUBSAHARIANOS

- Institucionalidad.
- Entorno de los negocios.
- Aspectos culturales y las relaciones comerciales.
- Relaciones económicas con América Latina.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Casos de Estudio Angola, Nigeria y Sudáfrica.

- Además de las oportunidades en servicios de construcción, diseño, ingeniería, venta de potabilizadoras de agua, software, servicios de salud, educación, en productos agrícolas se destacan los siguientes:

Leche y
productos
lácteos.

Frutas y
frutos
comestibles.

Animales
vivos.

Residuos de la
industria
alimenticia.

Preparaciones
de carne y de
pescado.

Productos de
molinería,
malta.

Grasas y aceites
animales y
vegetales.

Semillas y
frutos
comestibles.

Tabaco.

Preparaciones en
base a cereales
harina y almidón.

Los demás
productos de
origen animal.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Caso de Estudio Angola, Nigeria y Sudáfrica.

Y en productos industriales ...

- Productos farmacéuticos, abonos, extractos curtientes y tintóreos, jabones y detergentes, productos químicos, plásticos, caucho, madera, papel y cartón, los demás artículos textiles, manufacturas de fundición de hierro y acero, máquinas y aparatos eléctricos, vehículos automóviles y sus partes, perlas finas cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas.

ALGUNAS CONCLUSIONES

- Las cámaras empresariales + UEU podrían suscribir con el M°RREE un Plan Integral para África hasta 2025.
- Generar red de contactos para consolidar información periódica que nutra la estrategia de inserción en África según las regiones.
- Se debe invertir más en visibilidad. ROU ha sido admitido como Observador Internacional de Francofonía. Seguir esta senda y solicitar ingreso como observador en CPLP.
- Incrementar presencia física, intercambio de visitas oficiales, contactos con universidades. Instalar estudio sobre África en siglo XXI en programas académicos de ROU.

ALGUNAS CONCLUSIONES

- Oportunidades comerciales en: servicios de consultoría en construcción, software bancario, plantas potabilizadoras y de tratamiento de aguas residuales, venta y plantación de arroz para su industrialización, carne y productos lácteos.
- Para otros productos que encuentran dificultad en la coyuntura regional actual, África Subsahariana es una alternativa a estudiar.
- Evitar prejuicios y analizar riesgos para sortear obstáculos. Involucrar a los tres sectores: público, privado y académico en el diseño de la estrategia.

Universidad Católica del Uruguay

***OPORTUNIDADES DE INSERCIÓN PARA URUGUAY EN LOS
MERCADOS DE ÁFRICA SUBSAHARIANA***

***VI Jornadas Académicas de la Unión de Exportadores del
Uruguay y del Banco República del Uruguay***

31 de octubre de 2012

**Ignacio Bartesaghi
Susana Mangana
Macarena Oroz**

**DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES E
INTEGRACION (DNII)**




Universidad
Católica del
Uruguay