

# África: la gran oportunidad

**El crecimiento económico, la rápida urbanización y la formación de clases medias convierten al continente negro en un mercado clave para el azulejo. Marruecos, Nigeria o Sudáfrica son los mercados que más crecen, mientras el conflicto comercial con Argelia se estanca.**

**Josep Menero**

Son muchas las incertidumbres que aparecen en el panorama económico. Todos los sectores industriales reconocen ya una desaceleración del crecimiento y temen la llegada de una nueva recesión. Los expertos temen que procesos como la guerra comercial entre Estados Unidos y China, el Brexit o, en definitiva, el incremento del proteccionismo aceleren esos presagios. El **sector azulejero español** no es ajeno a estas cuestiones, aunque su fortaleza exterior sea incuestionable. Se impone la necesidad de estar presente allá donde surjan oportunidades para paliar posibles caídas de ventas en otros espacios, y uno de esos lugares donde el paisaje es esperanzador es África.

La previsión es que el continente negro crezca este año un 4,1%, por encima de la media mundial. Este escenario de crecimiento no es nuevo, pese a que haya situaciones dispares según los países, y comienza a dibujarse un panorama interesante para las empresas cerámicas gracias a la conjunción de ingredientes como la rápida urbanización, el aumento del consumo privado y la formación. El auge de la construcción es evidente en una región del planeta que cuenta con cinco ciudades de más de diez millones de habitantes (El Cairo, Johannesburgo, Luanda, Kinshasha y Lagos) y otra docena por encima de los cinco.

En el caso del azulejo español, concentrado en más de un 90% en la provincia de Castellón, las ventas en el 2018 ascendieron a 281 millones de EUR, lo que supone un incremento del 11% con respecto al ejercicio anterior. Este año las cosas van algo peor y podría volverse a cifras de hace dos años, fundamentalmente debido a la dificultad para entrar en el mercado argelino.

Las empresas del **Tile of Spain** llegaron a vender a este país del norte de África por valor de 115 millones de EUR en el 2016, pero el cierre de la frontera y la imposición posterior de

elevados aranceles para las compañías provocan que estar en ese mercado sea ahora prácticamente misión imposible. La patronal **Ascer** explicó a *Técnica Cerámica World* que el conflicto con Argelia trasciende al sector y añadió que la negociación diplomática la lidera la Comisión Europea, algo que confirmaron fuentes comunitarias.

Mientras esta situación no se soluciona, las empresas parecen haberse centrado en consolidar su presencia en otros destinos. Marruecos es el principal por varios factores. Su cercanía a la península (que también provoca una mayor proximidad cultural a la existente con otros países de, por ejemplo, el África Negra), la existencia de rutas regulares entre el puerto de Castellón (en la foto) y el país gobernado por la monarquía alauí o el hecho de ser una de las economías más dinámicas del continente provocan que sea un destino apetecible para muchas compañías. ¿El resultado? Un incremento de las exportaciones que le sitúan como el séptimo destino para el azulejo, pero en una situación de empate técnico con el sexto, quinto y cuarto, que son economías tan potentes como Italia, Alemania y Arabia Saudí. También Nigeria o una Sudáfrica (y los países de su entorno) con la que la Unión Europea firmó hace escasos años un acuerdo de libre comercio son cada vez más destinos conocidos para la cerámica de Castellón.

Además, las firmas castellanenses miran con especial interés el despertar económico de los países del África Occidental (Camerún, Costa de Marfil, Senegal o Ghana). Tanto es así que más de una treintena de empresas participaron en abril en una jornada organizada por la Cámara de Comercio en la que se dieron datos como que solo en Costa de Marfil se estiman unas necesidades de vivienda de entre 400.000 y 600.000 unidades, además de que estos países necesitan modernizar sus infraestructuras públicas. Y, aunque en estos países también florecen industrias locales cada vez más



competitivas, por ahora su producción no llega para cubrir la demanda del continente, que en el 2017 llegó a los 920 millones de m<sup>2</sup>.

Desglosado el panorama por países, la certeza que queda es que si las instituciones europeas son capaces de desbloquear con rapidez el conflicto argelino, África pasaría a ser un actor de primer nivel en las exportaciones del **Tile of Spain**. Solo China vende más baldosas que España en el continente, aunque India también crece con fuerza. Entre estos tres países acaparan el 77% de las exportaciones africanas, con lo que las empresas castellonenses están mejor situadas que Italia, su principal competidor en los niveles medio y alto de calidad y precio. ♦

