

“El cliente africano necesita sentirse apreciado”

DHL Express organiza la mesa redonda: “Las oportunidades de negocio para exportar a África Subsahariana” en la feria IMEX Impulso Exterior Valencia 2015

Los retos y oportunidades para las empresas españolas en el mercado africano han sido los argumentos que han protagonizado la mesa redonda: “Las oportunidades de negocio para exportar a África Subsahariana” a cargo de Nicolás Mouze, Director de Marketing y Ventas de DHL Express, Roberto Barros, miembro del Departamento de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Tarragona, y Carlos Nabor Marolla, Director General de la compañía Ceurar.

El principal mensaje transmitido por los ponentes, todos ellos con gran conocimiento del mercado africano, ha sido la existencia de oportunidades en este continente, no exentas de inconvenientes, como son los diversos requisitos aduaneros en función de los países y los tipos de mercancía. Estos condicionantes requieren preparación y contar con un partner logístico con infraestructura y amplio conocimiento de los países, que aporte seguridad a las exportaciones.

Nicolás Mouze, Director de Marketing y Ventas de DHL Express, expuso durante la mesa redonda la trayectoria de DHL en África, que se inició en 1978 con la primera oficina en Sudáfrica. DHL cuenta con una importante infraestructura en el extenso territorio africano, como son 40 delegaciones propias y 11 filiales, con las que se cubre el servicio en 54 territorios y 2.200 puntos de servicio. DHL destina 14 aviones dedicados y 235 vuelos comerciales a los diversos países y actualmente tiene 16.00 clientes activos en el continente.

DHL conecta África con el resto del mundo a través de 5 Hubs, situados en Johannesburgo, Nairobi, Lagos, Abidjan y Libreville, siendo el único operador internacional con red propia el continente. Gracias a estas instalaciones, la compañía realiza más de un 90% de entregas a tiempo y antes de las 12h.

Roberto Barros, miembro del Departamento de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Tarragona, expuso durante su intervención las particularidades que caracterizan el comercio africano. La idea principal es que África no es un mercado de “a primera vista”: ningún comprador acepta los precios a la primera. Por otro lado, los países africanos se caracterizan por su hospitalidad y es necesario conocer la idiosincrasia local, así como mantener un contacto presencial y personal para generar confianza.

Según Roberto Barros: “El cliente local necesita sentirse apreciado y es fundamental distinguir el circuito comercial y el circuito administrativo, manteniendo reuniones, tanto con los responsables gubernamentales, como con las empresas privadas”. Es importante distinguir las diferencias entre las cuatro zonas que dividen el continente: Magreb, África Oeste, Este y Austral, así como la diversidad existente entre las capitales y el resto de territorios.

Las grandes dificultades para el comercio en África vienen derivadas de los déficits existentes en infraestructuras, formación, escaso desarrollo agrícola e industrial, alta dependencia de las importaciones y malas comunicaciones.

Algunos de los ejemplos expuestos durante la mesa redonda se han centrado en países como Guinea Ecuatorial, con numerosas mercancías restringidas (medicamentos, cosméticos, armas, pieles, joyas, etc.); Ghana, que requiere autorizaciones especiales para productos tecnológicos; Senegal, que exige factura oficial para envíos del alto valor; Mauritania, que prohíbe la comercialización de productos que puedan resultar ofensivos para la cultura musulmana; Nigeria, que requiere el detalle del valor de la mercancía, porte y seguros; Mozambique, donde se producen retrasos en el despacho de aduanas en función del valor de la mercancía o Angola, donde es necesaria toda la documentación aduanera independientemente del valor de la mercancía.

Por último, Carlos Nabor Marolla, Director General de la compañía Ceurar, empresa exportadora de alimentos, expuso la experiencia de su compañía en África, donde centran gran parte de su actividad.

Además de la mesa redonda sobre los mercados asiáticos, DHL Express ha ofrecido diversas charlas en su stand, relacionadas con aspectos prácticos para la exportación en mercados clave como Brasil, Perú y México, además de servicios de transporte para e-commerce internacional, durante los dos días de actividades feriales con gran éxito de asistencia por parte de los visitantes a la feria.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia Rasilla
915191005

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Valencia](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [Recursos humanos/empresa](#)

NotasdePrensa

<http://www.notasdeprensa.es>