

Estudo The Deloitte Consumer Review 2014

Economia africana com crescimento de 50% até 2019, impulsionada pelo aumento do consumo

- *Economia africana com previsões de crescimento de cerca de 50% - de 1,1 biliões de dólares para 3,17 biliões de dólares em 2019*
- *Angola e mais 14 países africanos poderão ultrapassar o nível de crescimento da China nos próximos cinco anos*
- *Oito das 12 economias com maior crescimento em África não dependiam directamente do petróleo ou dos minérios em 2013*
- *Empresa angolana KERO destacada como exemplo de modernização no sector do retalho em África*

Luanda, 10 de Dezembro de 2014 – O aumento do consumo potenciado pela classe média emergente, alinhado com o crescimento anual de cerca de 8%, poderá adicionar 1,1 biliões de dólares ao PIB africano até 2019, com a Etiópia, o Uganda e Moçambique entre os mercados com maior crescimento, e as grandes economias como a Nigéria, a África do Sul, o Egipto e Angola a manterem um desempenho muito positivo. As previsões são do estudo *The Consumer Review 2014. África: Uma Visão do Século XXI* da Deloitte.

Com as economias emergentes – tais como a China, a Índia e o Brasil – a demonstrar sinais de abrandamento, o relatório revela que as empresas estão a olhar cada vez mais para os mercados africanos emergentes, de forma a compensar este abrandamento. De facto, prevê-se que, nos próximos cinco anos, 15 países africanos - nos quais se incluem Angola, Nigéria, Etiópia, Uganda, Tanzânia e Zâmbia – ultrapassem o nível de crescimento chinês.

Até ao momento, a história da economia africana tem estado focada nos recursos naturais e na exportação de matérias-primas. Em 2013, oito das 12 economias com maior crescimento já não dependiam directamente do petróleo ou dos minérios. É expectável que, no futuro, sejam os consumidores a assumir o papel central, à medida que a procura doméstica for aumentando por via do aumento dos rendimentos e da urbanização. Esta transformação irá coincidir com o crescimento da classe média africana – uma população com um perfil mais optimista, integrado e consciente das marcas.

Ben Perkins, responsável global pela área de Consumer Business Research da Deloitte, refere que *“a previsão é que, em 2030, mais de 500 milhões de africanos pertençam à classe média. A população será, também, maioritariamente jovem, com cerca de 680 milhões de pessoas – ou seja, cerca de 60% da população – abaixo dos 25 anos. Estes jovens irão desempenhar um papel crítico no desenvolvimento económico do continente, não só porque irão querer maior acesso e mais opções de alimentos, bens de consumo e entretenimento, mas também porque trarão uma mentalidade mais inovadora e empreendedora.”*

A população africana está a aglomerar-se nos grandes centros urbanos, e a urbanização será um impulsionador essencial à actividade económica. Muitos centros urbanos irão atravessar as fronteiras dos países, ligando grandes populações e criando mercados consideráveis e novas oportunidades de comércio.

O estudo da Deloitte demonstra que há uma tendência transversal aos quatro mercados com maior crescimento em África: cerca de 25% dos consumidores jovens afirmaram uma forte preferência pela compra de marcas conhecidas, enquanto um em cada quatro afirmou poder comprar os últimos *gadgets* – o que aponta para uma consciência e apetência por produtos de marca e topo de gama. Prevê-se igualmente que África terá 334 milhões de subscrições de *smartphones* até 2017, o que representa uma excelente oportunidade para os negócios de consumo no continente.

Rodger George, responsável de Consultoria da Deloitte África Oriental, afirma que, *“apesar dos vários desafios que África enfrenta a nível de infra-estruturas, os africanos têm provado que estão dispostos a inovar. Por exemplo, demos o salto das infra-estruturas de comunicação fixas pobres ou inexistentes, directamente para as comunicações móveis, tendo representado o maior crescimento do mundo nos últimos cinco anos. O Quênia é já um dos líderes mundiais em moeda electrónica e o continente africano, como um todo, tem uma taxa de penetração de serviços móveis de cerca de 72%, e que deverá chegar aos 97% até 2017”*.

Apesar das significativas perspectivas de crescimento, a realidade africana continua a ser complexa e passível de risco. Há 54 países com diferentes mercados e desafios, e problemas como a má governação, falta de infra-estruturas, frágil situação em termos de segurança e processos logísticos pouco fiáveis, podem tornar o planeamento estratégico difícil. A África Ocidental foi também objecto de preocupação no que diz respeito à propagação do Ébola. No entanto, África está a progredir, e a difusão da democracia e a redução dos conflitos sugerem que a tendência dominante é positiva.

Ben Perkins conclui dizendo que *“a nossa investigação demonstra que África não está a sofrer de uma baixa procura, mas sim de uma falta de oferta. Ainda assim, para poderem beneficiar, as empresas terão que estar preparadas para se envolver e lidar com os vários desafios no longo-prazo, ao mesmo tempo que pesam os riscos e as possíveis recompensas.”*

“No entanto, onde há desafios, há também possíveis oportunidades para inovar. Dado o potencial de crescimento do continente africano, as oportunidades de negócio em África poderão superar os riscos, à medida que o continente se aproxima cada vez mais do seu pleno potencial económico.”

KERO: Desenvolvendo o talento do retalho moderno em África

O Kero, empresa de retalho do grupo angolano Zahara, é um dos exemplos de modernização que o estudo da Deloitte *África: Uma Visão do Século XXI* apresenta. O sucesso desta cadeia é apontado como resultado da aposta da empresa na variedade de produtos comercializados, cerca de 40.000 - 200 dos quais de marca própria, na produção nacional, que já representa 30% do total de vendas, e na gestão do talento.

O Kero iniciou a sua operação com 500 empregados e cresceu para 5.000, sendo que destes apenas 3% são expatriados. O sucesso do recrutamento é atribuído a diversos factores, nomeadamente ao sistema de gestão de recursos humanos, à formação, que tem permitido a transformação de profissionais sem experiência em especialistas no retalho moderno, e à oferta de um pacote de salários e benefícios acima da média do mercado.

###

Sobre o estudo The Deloitte Consumer Review. África: Uma Visão do Século XXI

Este é o nono relatório da série Deloitte Consumer Review, cujo objectivo é fornecer uma visão imparcial e objectiva das tendências de consumo que podem vir a ter um impacto significativo nos negócios de consumo.

Neste relatório, a Deloitte procura avaliar a forma como o mercado africano se tem desenvolvido, como as percepções em África se têm alterado e como os consumidores se estão a adaptar ao período de rápido crescimento económico. É analisada a importância do desenvolvimento de uma perspectiva do mercado de consumo africano do século XXI, argumentando-se a favor do melhor aproveitamento da oportunidade.

* Em Outubro de 2014, no âmbito do estudo *The Deloitte Consumer Review. África: Uma Visão do Século XXI*, a Deloitte inquiriu 2.000 jovens consumidores africanos dos quatro mercados de consumo com maior crescimento: Egipto, Quénia, Nigéria e África do Sul. Os consumidores foram inquiridos através dos seus telemóveis e o âmbito das perguntas incidiu sobre a utilização do telemóvel, o nível de confiança na sua situação financeira e na economia do país, a preferência por produtos de marca, em diferentes categorias de produto, e os aspectos que mais influenciam a escolha do local para comprar produtos alimentares ou roupa.

1. *Africa Telecoms Outlook 2014, Informa Telecoms & Media, 2013*

Sobre a Deloitte

"Deloitte" refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e respectivas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. A DTTL (também referida como "Deloitte Global") não presta serviços a clientes. Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da DTTL e suas firmas membro consulte www.deloitte.com/pt/about

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria fiscal, consultoria de negócios e de gestão e corporate finance a clientes nos mais diversos sectores de actividade. Com uma rede globalmente ligada de firmas membro em mais de 150 países e territórios, a Deloitte combina competências de elevado nível com oferta de serviços qualificados conferindo aos clientes o conhecimento que lhes permite abordar os desafios mais complexos dos seus negócios. Os mais de 200.000 profissionais da Deloitte empenham-se continuamente para serem o padrão de excelência.

A informação contida neste comunicado de imprensa está correcta no momento do envio à comunicação social.

###

Para mais informações contactar:

Departamento de Comunicação e Press Relations da Deloitte

Miguel Jerónimo
mijeronimo@deloitte.com

Catarina Zagalo
czagalo@deloitte.com
Tel: (+244) 943 764 962