

ATRAYENDO INVERSIÓN:

Digitalización convierte a África en polo de atracción de startups

Gracias a un mayor acceso a internet, empresas de todo tamaño están mejorando su funcionamiento e innovando en productos y servicios.

NOEMÍ MIRANDA G.

Algo que en países de mayores recursos parece ser de sentido común —que una empresa cuente con computadores para los trabajadores que lo necesitan—, en algunos lugares de África recién se está comenzando a hacer realidad. De acuerdo con la Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial, hoy, más del 50% de las empresas con cinco o más trabajadores tiene computadores con acceso a internet, cifra que llega al 80% en las medianas y grandes empresas. Esto ha permitido que velozmente adopten nuevos servicios; por ejemplo, el 62% de las empresas usa tecnologías avanzadas para pagos digitales.

“Digitalizar es equivalente a construir carreteras: con esa infraestructura puede haber transporte que conecte a comunidades aisladas con distintos servicios. La digitalización permite lo mismo; que los emprendedores, por ejemplo, accedan a información en línea sobre fondos públicos o privados de fomento a la innovación. Incluso, ya es un beneficio poder contar con redes sociales; ¿cuántos negocios nacen en Instagram y luego van creciendo?”, destaca Juan Reutter, director del Instituto Milenio Fundamentos de los Datos.

Para Ingrid Bachmann, directora del núcleo de investigación Nudos y académica de la Universidad Católica, “las herramientas digitales simplifican procesos que de otra manera serían muy difíciles de implementar y muy costosos; para una persona que está tratando de establecer un negocio es mucho más fácil comunicarse con sus clientes, hacer el seguimiento de las compras y crecer gracias a la digitalización”.

Los avances digitales han hecho que la región se convierta en un nuevo polo de atracción. Ismail Patel, analista sénior de GlobalData, señala en un reciente reporte que “Egipto, Sudáfrica, Nigeria, Kenia y Túnez emergen como las capitales de las startups tecnológicas de África”, destacando diversas alianzas. Por ejemplo, el operador de telefonía móvil Safaricom selló un acuerdo con la aplicación Tappi, que ofrece a los emprendedores desde la creación de un



El 62% de las empresas usa tecnologías avanzadas para pagos digitales.

perfil digital de su negocio, pasando por la atracción de consumidores, hasta la consolidación de su reputación comercial.

En tanto, la estadounidense Unartificial Labs, junto con la tunecina Enova Robotics, crearon NextGuard, un robot de vigilancia con inteligencia artificial, capaz de detectar situaciones de riesgo y emergencias, como accidentes. Otro caso de éxito es el de Paymentology, el sistema verificador de pagos, que se unió a la *fintech* Union54 de Zambia, para crear ChitChat, aplicación de mensajería segura que integra una billetera de pago digital, gracias a una tarjeta de débito virtual Mastercard.

Sin embargo, aún hay desafíos que superar. Según el Banco Mundial, menos del 30% de las empresas que han adoptado tecnologías de manera intensiva las usan para que el negocio crezca, fenómeno que se conoce como digitalización incompleta. Y esto ocurre porque este proceso no consiste solamente en tener la capacidad de conectarse a internet, sino que requiere de la adquisición de habilidades para hacer uso de esta tecnología de manera provechosa y segura, concluye Ingrid Bachmann.