

Informe e-País en Nigeria Noviembre 2016

Este informe ha sido realizado por
Guillermo Rodríguez, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lagos

El panorama del comercio digital en Nigeria se presenta muy esperanzador y con unas grandes perspectivas para los próximos diez años, todos los estudios y las estadísticas consultadas prevén porcentajes de crecimientos superiores al 300% para cinco años, y superiores al 1.000% en diez en el sector del comercio online. Esto solo es posible porque la industria aún no está muy desarrollada en el país, ya que en amplias zonas del territorio nigeriano la introducción de internet es muy baja o inexistente, sin una buena cobertura de datos o incluso con dificultades para acceder a suministro eléctrico. En este sentido está siendo muy importante para el acceso a internet la introducción y expansión del mercado de telefonía móvil. También dificulta hasta cierto punto el comercio online la reputación que tiene Nigeria como el país con más estafas comerciales y timos digitales, con lo cual la desconfianza es muy grande y eso retrae a muchos nigerianos de gestionar sus compras a través de plataformas online.

Sin embargo, a pesar de estas dificultades, el país tiene una serie de fortalezas que están llevando a que grandes grupos internacionales como el gigante Rocket Internet estén adquiriendo diferentes empresas con servicios online para incluirlas en sus propios servicios. Por un lado está la demografía del país, con un crecimiento estimado de varios millones de habitantes al año y una población muy joven en la que más de un 40% de los habitantes tiene menos de 19 años. La desigualdad en el país es muy grande, pero las empresas cuentan con que aumente paulatinamente el poder adquisitivo de los 170 millones de habitantes del país que viven en una situación cercana a la subsistencia, lo cual supondrá también la llegada de 170 millones de consumidores, no en vano la clase media nigeriana ha aumentado un 400% desde el año 2000.

Otro de los problemas de Nigeria, la falta de infraestructura, que supone grandes dificultades a la hora de organizar la logística y para el transporte, puede ser una ventaja para el comercio online. Muchas personas no pueden acceder a los importantes centros de compra físicamente bien porque no existen los medios de transporte adecuados o porque pueden llegar a necesitar horas para desplazarse hasta ellos. Bien por los problemas de seguridad que hacen que sea peligroso cualquier desplazamiento por carreteras nigerianas, por los atascos endémicos dado el mal estado de las carreteras y la poca planificación o por lo apartado de ciertas comunidades, puede ser realmente engorroso llegar a los puntos de venta. Esto es una gran oportunidad para el reparto a domicilio que aporta el comercio online, facilitando la comparación entre productos y servicios ahorrándose el desplazamiento. Esto también es un desafío para las plataformas online, que deben estar preparadas para desarrollar una buena logística que salve todos estos problemas, lo que supone una gran inversión inicial. En Nigeria aún se están desarrollando los hubs logísticos, que funcionarían como base a empresas que no pudieran permitirse un gran despliegue, pero tuvieran un buen proyecto comercial, por lo que es lógico que por ahora solo empresas con capacidad para asumir estos costes sean las que están copando la mayoría del mercado.

La actual crisis económica que está viviendo Nigeria, tras el descenso en los precios mundiales del petróleo, ha afectado a los beneficios de las grandes plataformas de venta online en el último año, pero continúa aumentando la inversión en el sector, de lo que se deduce que los inversores confían en que la crisis será pasajera y seguirá siendo interesante invertir en Nigeria en el medio-largo plazo.

En lo que respecta a la legislación actual hay varias leyes pendientes de aprobación en el senado nigeriano, actualmente las leyes de comercio online están más dirigidas al castigo de estafas que al correcto establecimiento del sector y se usa legislación internacional, pero no hay un desarrollo específico de las leyes que regulen el comercio electrónico en Nigeria. También afecta al comercio electrónico que hay un cierto número de productos que están prohibidos para su exportación

a Nigeria, se trata de productos bastante genéricos y en ocasiones de “commodities”. Se supone que estas medidas están impuestas para proteger los productos nigerianos y mejorar la implantación de empresas en el país, pero lo que está logrando es que los nigerianos tengan que viajar al extranjero si quieren adquirir ciertos productos y es una posibilidad perdida para el comercio online en Nigeria.

Según avanza el éxodo rural hacia las ciudades mejora el acceso a internet de la población y se empieza a establecer un perfil de consumidor virtual urbano, con un gran interés en las redes sociales y en adquirir productos por estatus con un componente claramente aspiracional. Este perfil sería un consumidor joven, menor de 35 años y predominantemente masculino, interesado en productos de alimentación, moda y tecnología, y que también realiza un gran número de pedidos de servicios de restauración.

En general el mercado e-commerce en Nigeria está en un proceso claro de expansión, con grandes perspectivas de futuro dada la demografía y los grandes recursos propios del país que están aún por desarrollar.