

# Ven a mercados del continente como opciones para crecer, opinan Encabeza México emisión de IED en Latinoamérica

## Suma en 4 años inversiones de 63 mil mdd, indica la Unctad

Ivette Saldaña  
maria.saldana@eluniversal.com.mx

Los inversionistas mexicanos se convirtieron en la principal fuente de Inversión Extranjera Directa (IED) en América Latina en los años postcrisis, al desarrollar proyectos en Brasil, Panamá, Colombia, entre otros países más, sobre todo de enero del 2010 al primero de enero del 2014.

En esos 4 años México acumuló 63 mil 094 millones de dólares de IED en el extranjero, de acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (Unctad). Chile secundó a las firmas mexicanas con 62 mil 966 millones de dólares, mientras que Brasil registró más desinversiones que inversiones en ese periodo, que lo llevaron a acumular sólo 4 mil 242 millones de dólares y contabilizarse salidas por más de 7 mil millones de dólares.

Empresas como Bimbo, **América Móvil**, Alfa, Nemark, Femsa, Cemex, además de tener inversiones en el mercado mexicano, en paralelo aumentan sus proyectos y por ende se posicionan globalmente, afirmó el socio di-

rector de AT Kearney México, Ricardo Haneine.

Generalmente, las grandes empresas mexicanas ya tienen consolidados proyectos en el mercado interno, disponen de capital o tecnología que pueden usar para obtener ganancias adicionales en el extranjero, dijo el especialista y académico de la Universidad Anáhuac del Norte, Arnulfo R. Gómez García.

En los últimos años, una gran cantidad de empresas mexicanas dirigieron sus inversiones hacia Latinoamérica, extendiendo su presencia principalmente en países con grandes poblaciones como Brasil, o con crecimientos en los mercados de Centro y Sudamérica.

Para Gómez García, algunas empresas consideran que América Latina es un mercado adecuado para la inversión, ya que hay expectativas de ganancias sin tener enorme competencia, como la que podrían enfrentar en Estados Unidos, Canadá, Europa o Asia.

Además de Latinoamérica, hay inversiones de esas grandes empresas mexicanas en otros continentes, lo cual depende del sector del que se trate, explicó Haneine.

Por ejemplo, las empresas mexicanas del sector automotriz como Nemark extienden su presencia de acuerdo a los proyectos que las grandes armadoras de autos tienen por Europa del Este, Estados Unidos, Canadá, Latinoamérica y Asia.

En bienes de consumo se va mucho hacia Latinoamérica o América del Norte, como lo hace Femsa, quien también ya se expande por Filipinas. El caso del cemento es una industria que debe ser local, pero aún así Cemex llevó su capital a Australia, aunque luego de la crisis vendió sus acciones.

**América Móvil**, desde antes de la redefinición de las reglas del sector, trabajó en convertirse en el principal operador de datos móviles y lo ha logrado, dijo Haneine.

El aumento en la salida de inversiones es evidente, ya que la Unctad registró un incremento en el flujo de capital que México emite al exterior. Mientras de 2005 a 2007 las inversiones mexicanas estuvieron en un promedio anual de 6 mil 830 millones de dólares, de 2010 a 2013 se duplicó al subir a 15 mil 773 millones de dólares.

Principalmente las grandes empresas, pero, también hay pequeñas y medianas empresas que actualmente han logrado posicionarse en



Fecha <b>22.07.2014</b>	Sección <b>Cartera</b>	Página <b>5</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------

el exterior, sobre todo en el sector de tecnologías de la información como Softtek, Neoris, empresas de sistemas de la información de Jalisco, entre muchas otras más, explicó Haneine.

Los negocios de menor tamaño tienen también posibilidades de internarse en Latinoamérica porque se trata de mercados similares al nuestro y con un grado de desarrollo menor al de México, dijo Gómez García.

La competitividad es clave para que cualquier empresa pueda salir del país, además de que requiere hacer un análisis, de manera que tenga definido cómo mantener un posicionamiento global de la firma. "Ello implica definir en qué mercado debo participar, en qué segmentos, dónde puedo desarrollar mi pla-

taforma de manufactura y diseño", dijo Haneine.

Un ejemplo es Grupo Bimbo, que definió estrategias para ser líder de todos los productos que tiene y no solo en Centroamérica y Latinoamérica, también en EU, Canadá y en últimos años inició con presencia en China.

El otro es Nemark, que desarrolló productos innovadores como las cabezas de motor de aluminio para que los autos sean menos pesados, pero a esta empresa le conviene crecer en otros mercados más que en México, porque "para sobrevivir en una industria global tienes que tener estrategias globales que permitan tener un posicionamiento más grande", explicó el socio director de AT Kearney en este país.

Sin embargo, no todas las

empresas latinoamericanas tienden a salir, explicaron analistas, eso solamente se da en algunas economías como México y Colombia.

La Unctad aseguró que en 2013 la inversión extranjera que salió de países de América Latina al exterior cayó 8%, al solamente ser de 115 mil mdd, en parte porque se redujo el número de adquisiciones y fusiones, y también porque hubo empresas que aumentaron sus deudas. En contraste, empresas colombianas compraron más empresas en el exterior.

En 2012 el monto de la IED que emitió Latinoamérica fue de 124 mil millones de dólares, de las más altas en los últimos 10 años, de un total de 1.4 billones de dólares que se invirtieron en el mundo.

“

Los negocios de menor tamaño tienen también posibilidades de internarse a Latinoamérica porque se trata de mercados similares y con menor desarrollo”

**Arnulfo R. Gómez García.**  
académico de la Universidad Anáhuac

**15**

**mil 773 mdd**  
invertieron  
mexicanos  
de 2010 a 2013

“ Empresas como Bimbo, **América Móvil**, Alfa, Nemark, Femsa, además de hacer invertir en México, se posicionan globalmente”

**Ricardo Haneine**, socio director de AT Kearney México



**DIVERSIFICACIÓN.** Imagen de archivo de la planta de Nemark en Monterrey. Esta empresa ha llevado fábricas hacia Estados Unidos, Canadá, Europa del Este, Latinoamérica y Asia