

México, “jugoso” negocio para multinacionales

En al menos 10 empresas globales, este país significa equilibrar pérdidas de otros mercados. Expertos sugieren regularlas más, sin ponerles un freno

MIGUEL PALLARES GÓMEZ

—miguel.pallares@eluniversal.com.mx

Las compañías multinacionales obtienen hasta 73% de sus utilidades en México y, aunque operan en más de una centena de naciones, el mercado mexicano es de sus principales zonas en ingresos e incluso compensa caídas en otras regiones; sin embargo, los beneficios no son proporcionales para la **economía** local, explicaron expertos consultados.

De acuerdo con un ejercicio elaborado por EL UNIVERSAL con información pública de 10 multinacionales (Bancomer, Santander, OHL, Walmart, Coca Cola, HSBC, Citigroup, Pepsi, Heineken y Hasbro), se observó que el aporte de México representa entre 3% y 34% de los ingresos netos de dichos corporativos y entre 1% y 73% de sus ganancias.

Con más de 53 millones de pobres en México, los especialistas consideran que es necesario desarrollar políticas industriales estrictas para que el beneficio obtenido de nuestro mercado sea proporcional a la mejora de las condiciones de las familias mexicanas y los sectores productivos locales.

Los expertos afirmaron que es necesaria la inversión extranjera, pero que ésta llega a sobrevalorarse y por esa razón el gobierno mexicano ofrece hasta cinco o 10 veces más apoyos a las transnacionales, aunque la inversión extranjera directa representa entre 2.5% y 3% del Producto Interno Bruto (PIB) y la inversión privada nacional

aporta 12% y 13%.

En medio de este entorno, los grandes corporativos multinacionales han sido acusados de actos de corrupción en México como el reciente caso de OHL y el supuesto pago de sobornos por parte de Walmart, pero también han sido sancionadas por elusión de impuestos como Hasbro, lo cual evidencia parte de sus acciones.

Excesivas facilidades. “México ofrece más de lo que se da en otros países, da muchas facilidades y subsidios a estas empresas, por lo que es claro que la multinacional aprovecha la necesidad de inversión de los gobiernos estatales y federal”, comentó José Luis de la Cruz, director del Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico (IDIC).

El investigador, quien ha colaborado en universidades como Harvard, dijo que las transnacionales también cuentan con un poder de negociación, económico y de gestión para sacar provecho al mercado, capital humano y ubicación del país, pero ofrecen un discurso sobre efectos altamente benéficos para la **economía** local.

“Se otorgan beneficios a las extranjeras a veces muy superiores de lo que se da a empresas mexicanas a inversiones similares; se da preferencia a las transnacionales con apoyos que van de cinco o 10 veces superiores y es que se ha sobredimensionado la inversión extranjera directa”, agregó.

José Antonio Quesada, socio líder de clientes y mercados de PwC México, explicó que para atraer inversiones de corporativos globales el gobierno mexicano ofrece ventajas como beneficios en pago del impuesto predial o extinción de ciertos gravámenes; sin embargo, a los directivos le preocupan temas como la corrupción.

“No soy creyente de que dando un trato preferencial se pueden atraer los grandes proyectos, porque los extranjeros tienen otro tipo de preocupaciones como el manejo de los negocios de nuestro país”, agregó.

Mercado atractivo. Rafael de la Fuente, economista en jefe para Latinoamérica del banco suizo UBS, señaló que la corrupción y la inseguridad en México son factores considerados por las transnacionales para decidir el destino de inversiones, pero en general el potencial del mercado tiene mayor atractivo para empresarios.

“El hecho de que México tenga ventajas competitivas por su cercanía con mercados como Estados Unidos, además de ofrecer un alta competitividad en algunos sectores como el manufacturero, evita que los problemas de corrupción e inseguridad, tengan un impacto importante”.

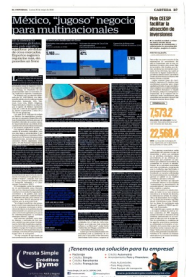
La visión de UBS coincide con el incremento de las inversiones por parte del Consejo Ejecutivo de Empresas Globales (CEEG) —quien declinó hacer comentarios— y que en febrero de 2015 anunció una inversión de 11 mil millones de dólares en México por parte de sus miembros.

El CEEG agrupan a 42 empresas multinacionales con presencia en México y según sus propios datos éstas representan más de 10% del PIB, 11% de exportaciones a Estados Unidos, generan 500 mil empleos directos y tienen presencia en sectores como el aeronáutico, alimentos, bebidas, automotriz y bancario, entre otros.

Pepsico, quien ocupa actualmente la presidencia del CEEG, obtuvo 4 mil 113 millones de pesos en ingresos en México, equivalente a más de 6% de sus ventas totales, y su presencia en el mercado mexicano cuenta con marcas dominantes en participación como Sabritas, Pepsi, Ganesa, Gatorade y Quaker, entre otras.

México tiene un papel preponderante para compañías como las refresqueras, al ser mayor consumidor per cápita de refrescos a nivel mundial, el mercado mexicano representó 42% del volumen de ventas para The Coca Cola Company en Latinoamérica y fue su principal país en la región.

En otros sectores como el bancario



Fecha 25.05.2015	Sección Cartera	Página 7
----------------------------	---------------------------	--------------------

e infraestructura, la participación de México es más alta. Por ejemplo, el Grupo BBVA obtuvo 34% de sus ingresos y 73% de utilidades por sus operaciones, aunque según sus datos ajustados, el país aporta 45% de la ganancia; en tanto, OHL logró 13% de su facturación en suelo azteca.

En la industria detallista, Walmart de México fue el segundo mercado más importante para la matriz en número de unidades, sólo detrás de Estados Unidos, y aportó 12% de utilidades netas al corporativo en 2014. En el sector cervecero, el grupo holandés Heineken ganó 11% de ingresos y 15% de sus ganancias en nuestro país.

Gran negocio. “Todo el mundo sabe que la banca es un súper negocio en México, los créditos otorgados son en su mayoría de consumo y las comisiones muy altas, lo que produce grandes utilidades. En el caso de Coca Cola, México es el país que más consume refresco y es líder aquí”, opinó Jesús Valdés Díaz de Villegas, catedrático de la Universidad Iberoamericana.

Aclaró que las multinacionales son necesarias para el desarrollo de un país, por lo que pidió evitar discursos extremistas sobre robos o saqueos al mercado mexicano, ya que también se generan empleos, impulsan exportaciones e impulsan el crecimiento.

Coincidió Raúl Feliz, investigador del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), quien dijo que

“Se da preferencia a las trasnacionales con apoyos que van de cinco o 10 veces superiores y se ha sobredimensionado la inversión extranjera”

JOSÉ LUIS DE LA CRUZ

Director del Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico

no hay nada de dañino en que las multinacionales busquen generar utilidades en México, ya que la mayoría del dinero que ganan se reinvierte.

“La inversión extranjera no es un regalo, no vienen a poner una empresa en México para que el dinero que ganan sea gratis, es natural que parte se lleve a sus matrices, no hay nada alarmante al respecto”, sentenció.

Silvia Rodríguez, catedrática de la Universidad Panamericana, opinó que los ingresos y beneficios de las multinacionales no se han traducido en mejoría en la población, por lo que es necesario un marco regulatorio y políticas necesarias para mejorar la posición de empleados, proveedores y empresas ligadas a estos gigantes.

“Son necesarias políticas industriales más severas, que brinden certeza jurídica y la normatividad para que estas multinacionales operen. En todos los casos el objetivo de una empresa es crear utilidades, por lo que se debe de cuidar un freno a empresas”, acotó.

Para Carlos Ugalde, subdirector de análisis de Signum Research, las utilidades de subsidiarias en México representan de 10% a 20% en promedio para una multinacional, por lo que sugirió usar parte de ellas para acrecentar y mejorar operaciones en el país.

“Un buen punto a considerar es que estas utilidades sean usadas para mejorar la **economía** en México, es una de las observaciones comunes al ser una de las principales fuentes de ingresos

y apoyar en momentos críticos a las transnacionales”, comentó.

A las matrices. Abogados fiscalistas explicaron que las empresas envían sus ganancias de diferentes formas a sus matrices como en dividendos, gastos, precios de transferencia, compra y reventa de productos, pérdidas fiscales y un sin fin de estrategias para tratar de reducir su carga tributaria.

En febrero de 2015, la fabricante de juguetes Hasbro informó que fue obligada a pagar 65 millones de dólares al Sistema de Administración Tributaria (SAT), tras una investigación sobre elusión de impuestos que se remontan al periodo entre 2000 y 2013. Previo a esta noticia, la autoridad mexicana había anunciado la investigación contra 270 multinacionales.

Herbert Bettinger, socio director de Bettinger Asesores, consideró que el seguimiento reciente del SAT sobre las ganancias de los corporativos no es nuevo, ya que siempre han existido “estrategias fiscales muy sofisticadas, que escapan al fisco mexicano porque se habla de operaciones en varias partes del mundo”.

“En estatutos de cada compañía se pueden determinar qué porcentaje corresponde a cada accionista, por lo general la multinacional con el nombre como General Motors no es la accionista, sino otras compañías debajo de ella”, agregó Luis Carbajo, del bufete Baker & McKenzie. ●

“La inversión extranjera no es un regalo, no vienen a poner una empresa en México para que el dinero que ganan sea gratis, es natural que parte se lleve a sus matrices”

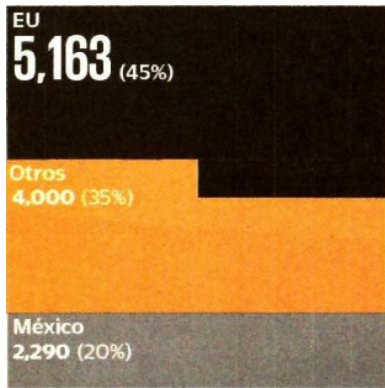
RAÚL FELIZ

Investigador del CIDE

Fecha 25.05.2015	Sección Cartera	Página 7
----------------------------	---------------------------	--------------------

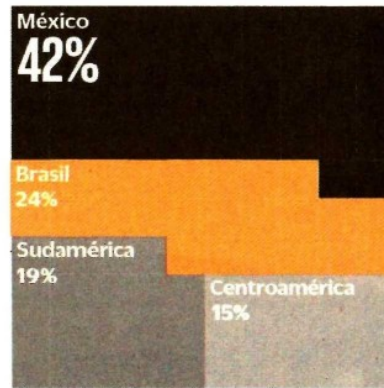
El mercado mexicano es clave

Principales mercados para Wal-Mart Stores
(Cifras en unidades en 2014)



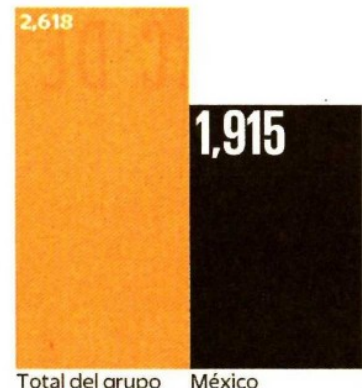
Fuente: Wal-Mart

Volumen de ventas de Coca Cola en Latinoamérica
(Participación porcentual en 2014)



Fuente: The Coca Cola Company

Ganancias de Bancomer
(Cifras en millones de euros en 2014)



Fuente: Grupo BBVA



ARCHIVO EL UNIVERSAL

Pepsico obtuvo 4 mil 113 millones de pesos en México, que equivale a más de 6% de sus ventas totales; sus marcas son Sabritas, Gamesa, Gatorade y Quaker.