

Fecha <b>13.02.2017</b>	Sección <b>Primera</b>	Página <b>5</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------

EMPRESAS INVIERTEN

# México apuesta por manufactura en EU

Roberto Morales  
EL ECONOMISTA

CASI UNA cuarta parte de la inversión mexicana acumulada en Estados Unidos corresponde al sector de la manufactura, cuya liberalización ha sido cuestionada por el presidente estadounidense Donald Trump.

Así, de las inversiones productivas acumuladas por 16,595 millones de dólares que tiene México en su país vecino, 3,759 millones han sido canalizados a la industria de la transformación.

Entre las compañías manufactureras mexicanas que han invertido en el mercado estadounidense están: Bimbo, **Gruma**, Kuo, Lala, Kaltex, La Costeña, IUSA, Katcon, Alpek, Sigma Alimentos y Nematik. En todos estos casos, las inversiones fueron realizadas luego de que las empresas incrementaron sus exportaciones al mercado estadounidense desde México, en un proceso típico de la internacionalización de las compañías a nivel mundial.

La correlación directa entre la economía mexicana y la de Estados Unidos

ha crecido en los últimos años como resultado de la firma del TLCAN y el consecuente incremento en la actividad comercial entre ambos países.

Otras empresas mexicanas que han invertido en Estados Unidos son: Cemex, Industria CH, Banorte, Bachoco, Grupo Bal, Cinépolis, Grupo México, Mexichem y Metalsa. De todas ellas, Cinépolis es la que más ha detallado sus posibles afectaciones si se imponen medidas proteccionistas por el nuevo gobierno de Trump. La compañía ha invertido 140 millones de dólares desde que en el 2011 comenzó a operar 150 salas de cine en California, Connecticut, Florida, Nueva York y Nueva Jersey, y planea abrir más salas en Ohio, Texas y Virginia durante el 2017.

Cinépolis importa a México bienes estadounidenses por 40 millones de dólares cada año en alimentos y proyectores para sus salas de cine.

“Es evidente que, si revoca el tratado, hay la posibilidad de que se inicie una guerra comercial entre los dos países y, por lo menos, volvamos a los aranceles previos al tratado”, dijo Alejandro Ramírez, presidente de Cinépolis, la exhibidora cinematográfica más grande de América Latina, en septiembre.

Las expectativas negativas de crecimiento tienden a afectar las decisiones de consumo e inversión, lo cual se traduce en un menor crecimiento económico a futuro para México.

[rmorales@eleconomista.com.mx](mailto:rmorales@eleconomista.com.mx)

