

Fecha <b>13.03.2017</b>	Sección <b>Primera-Nacional</b>	Página <b>2</b>
----------------------------	------------------------------------	--------------------



## TLCAN: la realidad se está imponiendo

**P**ara la visita que hará a **Donald Trump** a Washington mañana, la canciller alemana **Angela Merkel** llegará con directivos de importantes firmas de su país —como BMW y Siemens—, quienes harán ver al mandatario estadounidense que las empresas alemanas han creado empleo allí.

**Trump** hizo campaña el año pasado bajo la premisa de que el libre comercio ha afectado a Estados Unidos, llevándose cientos de miles de empleos a otros países, como México.

En su respuesta a la andanada de **Trump** contra el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el gobierno mexicano no ha usado suficientemente el argumento de que México no solamente no se ha llevado una cantidad significativa de empleos —si se compara la cifra con lo que ha significado la automatización en la industria estadounidense—, sino que las empresas mexicanas, igual que las alemanas, emplean a decenas de miles de trabajadores estadounidenses.

Es el caso de Bimbo, que invirtió 660 millones de dólares el año pasado en Estados Unidos, donde, de acuerdo con cifras de 2013, la empresa mexicana opera 69 plantas, más de 13 mil rutas de distribución y emplea a 27 mil personas. Más de uno de cada cinco empleados de la empresa trabaja en ese país.

Convertida en la quinta panificadora de Estados Unidos, Bimbo batalló para entrar en ese mercado. Tuvo pérdidas hasta 2008, pero desde entonces ha conseguido dar la vuelta al negocio. El año pasado, sus ventas allá tuvieron el mayor crecimiento de las cuatro regiones en las que opera a nivel mundial.

**Gruma** es otra empresa mexicana que se ha beneficiado mucho por sus operaciones en aquel país, donde concentra casi la mitad del mercado de la tortilla. Éste crece anualmente 5% en Estados Unidos.

De acuerdo con datos de la propia compañía multimarcas, **Gruma** tiene más plantas en Estados Unidos que en México (29 contra 24), desde Fife, Washington, hasta Lakeland, Florida.

El año pasado, la empresa informó a la Bolsa Mexicana de Valores que

**Responder sin desesperación a las amenazas de Washington ha dado buen resultado a México.**

Continúa en siguiente hoja



Fecha <b>13.03.2017</b>	Sección <b>Primera-Nacional</b>	Página <b>2</b>
----------------------------	------------------------------------	--------------------

sus ventas aumentaron gracias a un mejor desempeño de sus subsidiarias, “particularmente **Gruma** EU”.

Cemex es otra empresa mexicana que desde hace largo tiempo invierte y genera miles de empleos en Estados Unidos, pues tiene 13 plantas de cemento al norte de la frontera y 381 plantas de concreto premezclado. Sus ventas en 2015 en aquel país representaron 26% de las ventas a nivel mundial.

A las anteriores habría que sumar a Cinemex, que ya es la cuarta operadora de cines a nivel mundial y en 2011 inició operaciones con 150 salas en Estados Unidos, desde California hasta Nueva York; Lala, que a mediados del año pasado anunció la compra de tres plantas productoras en Estados Unidos, que se agregarían a las 19 que ya tenía en ese país; La Costeña, que está por abrir una segunda planta de vegetales enlatados, en Minnesota, y genera 15% de sus ventas en Estados Unidos, y Vitro, que en 2016 dio a conocer la compra de una unidad de vidrio plano, por 750 millones de dólares, para reforzar su presencia en suelo estadounidense.

Poco a poco, la realidad de la relación económica entre México y Estados Unidos ha estado imponiéndose por en-

cima de la demagogia populista que impulsó a **Trump** a la Casa Blanca.

Las recientes declaraciones del secretario de Comercio estadounidense, **Wilbur Ross**, dan cuenta de que no será tan fácil que su país imponga las condiciones en las que tanto insistía **Trump** en campaña, pues la integración económica de las dos naciones es un entramado complejo en el que hay ganadores en ambos lados de la frontera, pero también muchas oportunidades para los dos países cuando logra verse por encima del déficit comercial de Estados Unidos.

De pronto, la prisa estadounidense por renegociar el TLCAN se va convertido en un cálculo cuidadoso. “Probablemente no será antes de la última parte del año cuando las negociaciones reales empiecen”, declaró **Ross** la semana pasada.

Responder sin desesperación a las amenazas de Washington ha dado buen resultado a México.

Ahora tiene la oportunidad de pasar a la ofensiva, siguiendo el ejemplo de **Merkel**, y mostrar que la relación con México no sólo no afecta a consumidores y trabajadores estadounidenses, sino que los beneficia con precios más bajos y fuentes de empleo.