

RESEÑAS



The Emerging Markets Century

Antoine van Agtmael

Sinopsis

Antoine van Agtmael es el pionero que se especializó en analizar e invertir en mercados del tercer mundo hace ya veinticinco años y acuñó el término 'mercado emergente' cuando la mera idea de canalizar capital desde las economías avanzadas hacia el 'tercer mundo' era considerada una locura. En *The Emerging Markets Century* van Agtmael mantiene que durante el próximo medio siglo las relaciones económicas mundiales sufrirán una transformación dramática. Países como China, India, Brasil y Rusia (conocidos conjuntamente bajo el acrónimo BRIC, que también es usado como denominador genérico para este tipo de economías de creciente pujanza) poseen, mantiene el autor, el potencial de transformarse en los líderes económicos de la economía globalizada.

El síntoma más revelador de las expectativas de futuro de estas economías es la fortaleza de algunas compañías transnacionales surgidas en países en vías de desarrollo. El presente libro incluye el análisis de 25 'multinacionales emergentes' que se han transformado en actores de primer orden de los mercados globalizados. En la tercera y última parte, el autor también incluye una extensa guía para inversores en la que se proporcionan consejos básicos para aquellos que desean invertir en estas compañías emergentes, así como un apéndice con los perfiles de estas 25 empresas.

Las Multinacionales Emergentes

La opinión pública occidental continúa percibiendo a las grandes multinacionales como algo propio de los países avanzados. No obstante, un cierto número de empresas basadas en países en desarrollo ha demostrado la capacidad de competir en igualdad de condiciones contra sus oponentes del primer mundo. Algunas, como la cementera mejicana CEMEX, han llegado incluso a fagocitar rivales más antiguas surgidas en economías avanzadas. Otras, como la multinacional aeronáutica brasileña Embraer, o la compañía india de servicios informáticos Infosys, han llegado a dominar internacionalmente sus respectivos mercados. Desde un punto de vista estructural cuatro elementos han sido determinantes para explicar este fenómeno.

Primero, las naciones occidentales solo representan el 15% de la población mundial. El mero peso demográfico ya está conduciendo a que sea en los mercados emergentes donde se originen las tendencias que terminan imponiéndose en el resto de las economías globalizadas. Un ejemplo claro es el de las telenovelas de origen latinoamericano. Los populares *culebrones* hacen furor entre el público de países tan dispares como India y Rusia hasta el punto de desplazar a sus competidoras norteamericanas. En el proceso, la productora mejicana Televisa se ha transformado en un gigante audiovisual

global. Otro ejemplo más sofisticado es el de la coreana Samsung, cuyos teléfonos móviles plegables han logrado conectar con el gusto de clientes en todo el mundo a expensas de las propuestas de otras compañías tradicionales como Nokia o Motorola.

En segundo lugar, casi todas las economías que actualmente disfrutan de éxito económico han seguido un modelo de desarrollo según el cual el abandono de alternativa intervencionistas y proteccionistas durante los años noventa hizo que compañías que habían disfrutado de la protección del estado o incluso habían sido creadas por este, se vieran obligadas a someterse a la disciplina del mercado. Tras la crisis del Sudeste asiático, aquellas empresas que operaban en las economías emergentes afectadas y lograron adaptarse con éxito han emergido de las crisis más eficaces y mejor adaptadas para competir en al arena global. La coreana Pohang Iron and Steel Company (POSCO) y Embraer, por ejemplo, fueron creadas por la voluntad de sendas dictaduras militares. Ambas se han consolidado como compañías de referencia en sus mercados cuando la gestión privada ha eliminado ineficacias. En este sentido la crisis del sudeste asiático de los años noventa se puede considerar coma un tercer elemento estructural. La crisis fue una bendición disfrazada que, lejos de destruir las economías emergentes de Asia y América Latina, forzó a compañías basadas en estas zonas a adaptarse o desaparecer.

El cuarto elemento estructural que ha contribuido a la aparición de gigantes empresariales en las economías emergentes ha sido el crecimiento de los flujos comerciales internacionales. Proceso que ha cristalizado en el fortalecimiento de la Organización Mundial del Comercio y la reducción progresiva de tarifas internacionales y de otros controles estatales. Sobre todo, este fenómeno se refleja en el aumento de las inversiones directas de capital en las economías en desarrollo. Según la percepción mas comúnmente aceptada, estás inversiones suelen concentrarse en empresas manufactureras articuladas en torno al uso intensivo de mano de obra poco cualificada. No obstante, lejos de ese tópico aceptado comúnmente, las empresas que están triunfando en las economías emergentes ya no se basan exclusivamente en los bajos costes laborales y la imitación de innovaciones creadas en el primer mundo.

Las compañías emergentes comparten un estrategia común que ha sustituido a la producción de productos baratos y de dudosa calidad. Empresas tan dispares como la vitivinícola chilena Concha y Toro, la automovilística coreana Hyundai, o la maderera brasileña Aracruz han basado su éxito en una combinación que incluye un énfasis casi obsesivo en seis elementos: el control de calidad; la investigación tecnológica y la articulación de redes logísticas sofisticadas; mayor adaptabilidad que sus competidoras 'avanzadas' a las nuevas tendencias de mercado; políticas de adquisición inteligentes y agresivas; una mayor sensibilidad a los huecos de mercado no cubiertos por compañías previamente establecidas; y la creación o adquisición de marcas comerciales de prestigio.

Como resultado, a pesar de los miedos que el *outsourcing* ha creado en el llamado primer mundo, el éxito de estas compañías no se ha traducido solamente en pérdidas de empleo en las economías avanzadas. Al margen de la réditos capturados por las multinacionales occidentales, se ha estimado que la deslocalización de la producción puede generar, solo en Estados Unidos, más de 380,000 empleos entre 2006 y 2008. Además, las corrientes de inversión empiezan a fluir en dos sentidos. Por ejemplo, tras adquirir las dos empresas fabricantes de cemento más importantes de España, CEMEX no solo ha protegido puestos de trabajo existentes sino que ha creado aún más empleo y riqueza en una economía avanzada. Hyundai, en un ejemplo similar, ha creado recientemente dos mil empleos directos y más de cinco mil indirectos con su fábrica de automóviles en Alabama, Estados Unidos. Empleos además más seguros por estar en una fábrica más moderna y eficaz que las equivalentes de competidores norteamericanos.

En cualquier caso, las nuevas compañías emergentes cada vez tienden a ser menos 'mejicanas', 'chinas' o 'indias' y a ser más globales. Así, el 52% del accionariado de la 'coreana' Samsung está en manos de inversores internacionales, una proporción que asciende al 57% en el caso de Hon Hai, el fabricante de componentes electrónicos de Taiwán. El promedio en las multinacionales emergentes asciende a un 50%.

Recomendaciones económicas para el 'siglo de las economías emergentes.'

Según el autor, el análisis de las nuevas compañías emergentes ofrece ciertas indicaciones sobre la realidad económica del próximo medio siglo, además de ciertas recetas útiles para la política económica de los gobiernos occidentales. En el futuro próximo el progreso tecnológico y la generación de nuevos productos comerciales no serán ya feudo exclusivo de compañías occidentales, sino fruto de la colaboración entre multinacionales de distinto origen. Dos ejemplos claros de cómo este fenómeno ya está teniendo lugar son dos compañías taiwanesas de alcance global. Hon Hay fabrica componentes electrónicos para algunas de las compañías más conocidas del mercado electrónico, como Hewlett-Packard, IBM o Apple. Yue Yuen, por otro lado, posee una cuota del 17% de la manufactura global de zapatos deportivos luego vendidos por las marcas comerciales más famosas como Rebook, Nike o Adidas. Así, ambas compañías cooperan con socios procedentes de mercados avanzados para desarrollar nuevos diseños y mejoras tecnológicas.

Además de la cooperación tecnológica, la aparición de las multinacionales emergentes también permitirá satisfacer los gustos de diferentes mercados de forma más eficiente. De la misma forma que la mejicana Televista ha revelado los gustos televisivos del público en las naciones en vías de desarrollo, Hyundai optó por cambiar el diseño de sus automóviles destinados al mercado norteamericano tras abrir un centro de diseño y marketing en California.

En lo que respecta a las recomendaciones del autor para una política económica más eficaz, van Atgmael aconseja a los estados avanzados que imiten el comportamiento de algunos gobiernos de países emergentes como China, Taiwán y Corea. Estos gobiernos colaboran rutinariamente con el sector privado para crear centros de investigación y desarrollo asociados con determinadas áreas productivas y para ajustar los sistemas educativos a un mundo cada vez más competitivo. Así por ejemplo, el éxito de Embraer se ha visto ayudado por la existencia de un instituto tecnológico aeronáutico vecino con la principal fábrica de la compañía. En una escala aun mayor y mejor conocida, el gobierno de la India ha creado una red de centros educativos superiores capaz de nutrir la creciente demanda domestica, además de atraer más inversiones de capital extranjero. Estas iniciativas deben complementarse con la construcción y mantenimiento de infraestructuras esenciales que faciliten la integración en las redes comerciales globales. Los gobiernos occidentales también deben abandonar las opciones proteccionistas que, aunque temporalmente útiles para industrias 'infantiles' o incluso eficientes en el corto plazo, solo contribuyen a debilitar a las empresas al aislarlas de las presiones del mercado. Una lección que algunas cementeras norteamericanas solo aprendieron cuando, tras instigar la imposición de tarifas contra CEMEX, se vieron absorbidas por la compañía mejicana años más tarde. CEMEX, privada de apoyos estatales se transformó en una compañía más global y más fuerte que sus mimadas hermanas del norte.

David Sarias
Becario FAES 2007