

tendencias

La hora de las "multilatinas"

Las megacorporaciones de los países emergentes ya son un fenómeno mundial. Cuál es el secreto para pasar de "grande" a "multinacional".

Ezequiel Burgo
ESPECIAL PARA CLARIN

Uno de los temas más discutidos en foros y publicaciones especializadas a nivel mundial hoy en día, es el boom de las multinacionales pertenecientes a economías emergentes. Ya no se trata sólo de saber cuál será la próxima estrategia de Shell o Rolls-Royce sino la de la brasileña Petrobrás o la coreana KIA por citar dos casos. Lo cierto es que estas compañías le pisan cada vez más los talones a sus pares del mundo industrializado.

La semana pasada Deutsche Bank, por ejemplo, citaba un informe que mostraba el crecimiento de las "multilatinas" (multinacionales latinoamericanas) a nivel mundial. Otro tanto hacía Boston Consulting Group unos meses más atrás con un trabajo sobre el mismo fenómeno pero para otras economías en desarrollo (India, China y Rusia). Y ahora llega a Buenos Aires Mark Foster, CEO mundial de Accenture Bussiness Consulting, para hablar, entre otros temas, sobre el impacto de este fenómeno en la economía mundial.

Pero antes de desembarcar en el país, Foster conversó con Clarín, y sostuvo que el cambio que está ocurriendo en la economía global (los países emergentes tienen más peso en el PIB mundial) se debe en parte a que estas empresas multinacionales conquistan velozmente nuevos mercados aprovechando su competitividad. De acuerdo a Foster, las únicas empresas locales que pueden acercarse a esta elite son Aluar, Arcor y Techint. "Son buenos ejemplos de empresas exitosas a nivel global", aseguró.

La fórmula para que haya más firmas argentinas que jueguen en esta liga se la dijo Foster al cronista: "La clave tiene que estar en que las firmas continúen invirtiendo en investigación y desarrollo. Sólo de esa forma podrán aumentar sus niveles de exportación en los próximos años".

La realidad es que el peso de las compañías argentinas a nivel mundial no es aún como el de sus pares vecinas. La Argentina no tiene ninguna firma ubicada en el ranking de las principales 500 empresas del mundo que elabora la revista Fortune por ejemplo. "Mientras que México tiene cinco y Brasil cuatro", destacaba el informe de DB.

Que la inversión en innovación es "la" clave puede sonar a frase hecha. Pero es una de las conclu-



POCOS LUGARES. ALUAR ES UNA DE LAS EMPRESAS ARGENTINAS QUE PODRIA SER UNA "NUEVA" MULTINACIONAL.

Según Foster, las empresas locales que pueden acercarse a esta elite son Aluar, Arcor y Techint.

siones de la investigación ("High Performance Business") que se hizo en base a los casos de 6.000 empresas a nivel mundial utilizando 500 variables para medir por qué algunas logran un mejor desarrollo que otras. Foster presentará el estudio que según Harvard Business Review, es una de las 10 iniciativas más importantes de los últimos 25 años.

Las conclusiones de este documento a las que tuvo acceso Clarín Económico, son más bien

cuantitativas. "Las firmas de mejor desempeño muestran determinadas características y prácticas", afirma Foster. Y marca que las empresas que integran este lote reúnen tres similitudes: criterio entre necesidades actuales y oportunidades futuras, capacidad de mantener un liderazgo a lo largo de ciclos económicos y mejora constante en los niveles de facturación y rentabilidad.

Se viene el consumo

Hombre con formación "made in Oxford", Foster habló en el último Foro Económico de Davos y aseguró que en el futuro los consumidores de países en desarrollo, como la Argentina, tendrán un peso cada vez mayor en la

economía mundial.

Va un ejemplo: en 2005 las economías del G6 acaparaban la mitad del consumo global a pesar que su mercado albergaba sólo al 10% de la población mundial. Pero según una proyección de Accenture Business Global, el consumo del lote liderado por China, India, Brasil, México, Corea y Rusia, será superior al del G6 en veinte años. Se calcula así que el crecimiento del gasto de los hogares en estos mercados emergentes crezca 7,4% en los próximos diez años, un ritmo tres veces superior al del G6.

¿Cómo está la Argentina en medio de esto? Según el trabajo que presentará Foster, el consumo agregado a nivel mundial es

de 30.374 millones de dólares medido en paridad de poder de compra (PPP, una medida más útil para comparar diferencias en los niveles de vida entre países porque tiene en cuenta el costo relativo de vida y elimina las distorsiones de los tipos de cambio).

El mercado más grande en estos términos es el de Estados Unidos (7.335.000 millones de dólares) y luego le sigue China (3.088.000 millones). Más abajo aparecen Brasil (757.000 millones de dólares) y México (648.000 millones).

El dato de la Argentina no figura en el ranking (aparecen solamente los primeros 15 y en ese lugar está Australia con 339.000 millones), pero teniendo en cuenta el PIB medido en PPP para la Argentina y la composición

> "La Argentina tiene gente con talento y puede hacerlo valer con exportaciones de alto valor agregado".

del consumo agregado, el mercado argentino se ubicaría en alrededor de 315.000 millones de dólares, siempre en PPP.

El desempeño de estas variables a futuro para estos países dependerá principalmente que sus economías sigan creciendo, aunque también que las empresas sepan como posicionarse en el nuevo tablero mundial.

"La Argentina tiene gente con talento y puede hacerlo valer mucho con exportaciones de alto valor agregado", dice Foster. "Muchos nuevos mercados está comenzándose a abrir. La diferencia con tiempos anteriores es que este tipo de economías ahora cumplen un rol activo en la globalización", concluyó.

**El logo de su empresa no solo vende.
También encuentra.**

Publicando un aviso agrupado con el logo de su empresa, podrá republicar esa u otra búsqueda el domingo siguiente, con un descuento del 40% sobre el valor del 2° aviso.

Consulte en su receptoría más cercana o llame al 4510-4545 (Capital y GBA)
o al 0 810 222-8476 (Interior) o Ingrese en www.receptoría.clarin.com.

CLASIFICADOS

EMPLEOS