

# EMPRESAS MULTINACIONALES EMERGENTES

Su creciente rol en los mercados  
regionales e internacionales

*(Parte 1)*



**Informe - LXIV**

## EMPRESAS MULTINACIONALES EMERGENTES

Su creciente rol en los mercados regionales e internacionales

### ÍNDICE

I. Mensajes Principales .....	3
II. Introducción .....	5
III. Contexto Macro y el desarrollo de Empresas Multinacionales Emergentes (EME) .....	9
1. Liberalización de los mercados emergentes.....	9
2. Aspectos socioeconómicos relacionados.....	16
3. Integración regional y extraterritorialización.....	26
4. Fortalecimiento de la Innovación y la I&D.....	29

## I. Mensajes Principales

- Hace 20 años, a principios de los años 90, era inimaginable pensar que alguna gran multinacional proveniente del mundo desarrollado pudiese ser adquirida o representada por alguna empresa multinacional del mundo emergente. Hoy en día, la conformación económica, social y de negocios en el mundo viene cambiando esta situación de manera drástica, generando nuevos desafíos al *status quo* que muchas multinacionales tradicionales daban por hecho.
- En el año 2010 la revista *The Fortune Global 500* ha visto incrementar el número de compañías emergentes provenientes de Brasil, China, Rusia e India (BRICS) de 27 a 58 en los últimos 5 años, mostrando así la capacidad de competencia y el alcance actual con el que cuentan estas empresas.
- El proceso de liberalización de los mercados emergentes tuvo varias etapas, entre las que se pueden destacar principalmente tres: (i) Flexibilización y apertura de los mercados del Sudeste Asiático (ASEAN), (ii) Extinción del bloque de la Ex Unión Soviética y (iii) Establecimiento del Consenso de Washington para América Latina.
- La concentración poblacional hasta antes de 1960 se hallaba en relativa equidad entre los países en desarrollo y los países desarrollados; luego de ello se observa una explosión demográfica donde la población se cuadruplica, alcanzando los 7000 millones de habitantes en 2012. Con ello los países emergentes representan el 84% del total poblacional y los países desarrollados únicamente el 16%.
- Se espera que al 2025 las clases medias en China alcancen los 612 millones de personas. Para el mismo período India se posicionaría como el segundo país del mundo en tamaño de fuerza laboral, con 478 millones de personas, principalmente de ingresos medios bajos. Por otro lado, en Latinoamérica el 42% de las personas son consideradas de clase media; en esta región, algunos países presentan moderados bolsones de personas de clase media, estos son: Chile (49%), Brasil (47%), Perú (46%) y Colombia (44%).
- Las EME están empezando a asumir posiciones más agresivas, traduciéndose en adquisiciones y fusiones, con claras intenciones de dominar sus mercados tradicionales y también aquellos similares de escala regional e internacional. Algunos ejemplos importantes son: (i) la adquisición de Corus (Gran Bretaña/Holanda) por Tata Group en 2007, (ii) la compra de la división de computadores personales de IBM por parte de Lenovo en 2005 y (iii) la adquisición de Novelis en 2007 por parte de Hindalco.

- Las EME tienden a ser, en principio, más pequeñas que sus pares transnacionales al momento que inician su proceso expansivo y utilizan una estrategia operativa de nicho en sectores de elevada especialización, comprometiendo así también mayores flujos de I&D en tecnología y conocimiento aplicados a sus mercados.