

## ¿Por qué las multinacionales pueden sobrevivir a los conflictos comerciales?

Jody Jonsson, gestora de Capital Group

Como gestora que invierte en diversas empresas multinacionales de gran tamaño, la pregunta que escucho con más frecuencia estos días es si me preocupa el impacto de una guerra comercial global. En un momento en el que las aduanas y otras restricciones amenazan con deshacer décadas de liberalización del comercio, **¿son estas compañías las más vulnerables?**

Es posible que la respuesta le sorprenda: Aunque desde luego sigo la situación política, el impacto que pueda tener sobre las multinacionales bien gestionadas no me preocupa demasiado. Dicho de manera simple, son las compañías mejor posicionadas para navegar un entorno incierto y para diseñar soluciones efectivas, que incluyen el enfoque multilocal que les acerca a los clientes de todo el mundo.

### Una tregua comercial temporal

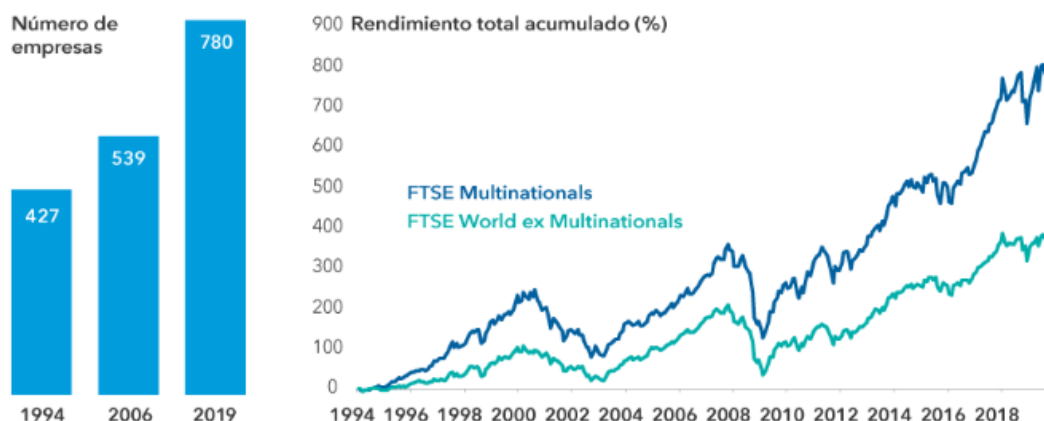
Cuando hablé de este tema por primera vez, hace casi dos años, la guerra comercial entre China y Estados Unidos estaba empezando a recrudecerse. Desde entonces, nos hemos encontrado con varios giros y sorpresas que, finalmente, nos han llevado a una «fase primera» de un acuerdo comercial entre Pekín y Washington, que adoptaron el pasado 15 de enero.

Está claro que este pacto comercial es un paso en la buena dirección: China ha accedido comprar más productos estadounidenses, mientras que Estados Unidos ha reducido algunos aranceles sobre los productos hechos en China. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer antes de que las dos economías más importantes del mundo se enfrenten a los problemas más complicados, como el robo de propiedad intelectual o los importantes subsidios que reciben las empresas propiedad del gobierno chino. **Esos temas pueden tardar años, o incluso décadas, en resolverse.**

Mientras tanto, las empresas que hacen negocios por todo el mundo están haciendo lo que se les da mejor: navegar en río revuelto y encontrar una manera de tener éxito a pesar de los escollos geopolíticos.

### Las empresas multinacionales han crecido y han superado al mercado

El número de empresas del Índice FTSE® Multinationals ha crecido en más de un 80% desde 1994, y el índice ha superado con creces al mercado bursátil en general



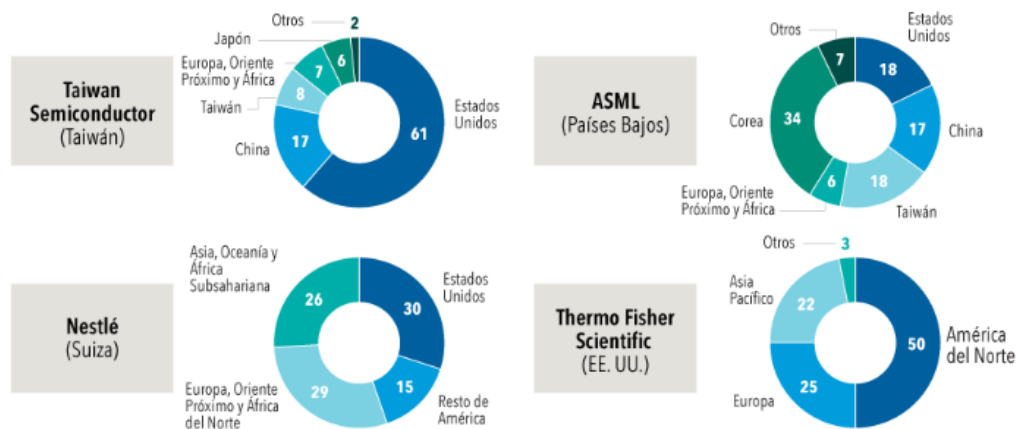
Fuentes: Capital Group, Refinitiv Datastream. El índice FTSE Multinationals está compuesto por empresas que obtienen más del 30% de sus ingresos fuera de su territorio nacional. A 31/12/2019.

### Mantener la calma

¿Cuál es la lógica de mi alta confianza? Hay un motivo por el que las multinacionales han llegado a dominar la economía global y los mercados financieros. En su mayoría, las dirigen personas inteligentes, resilientes y con experiencia, que son capaces de adaptarse a las condiciones cambiantes. Ya se han enfrentado a todo tipo de entornos comerciales, tanto favorables como desfavorables, y por eso opino que estas compañías, «veteranas de mil batallas», se encuentran en la mejor posición para sobrevivir e incluso prosperar en un entorno hostil.

Para los inversores, es importante evitar centrarse demasiado en los rumores que rodean al comercio y al proteccionismo. Es fácil perderse en la retórica sobre el acero, o los brotes de soja, o cualquier materia prima que sea el siguiente objetivo. Todos los días aparecen datos contradictorios, y muchas veces no tienen mayor consecuencia. En la medida en que los conflictos comerciales hacen que los inversores se alejen de las multinacionales, prestar demasiada atención a su discurso va en detrimento del éxito de las inversiones a largo plazo.

### Las empresas globales recorren el mundo en busca de clientes Ingresos (%) por región



Fuentes: Capital Group, informes de la compañía. Las cifras pueden no sumar 100. Ingresos relativos a 2018

### Recolocar las piezas en el tablero

Si algo he aprendido en mis 31 años como inversora profesional es que las compañías inteligentes siempre serán capaces de adaptarse. Si se invierte en empresas fuertes y globales con equipos de gestión con experiencia, lo más habitual es que resulten estar a la altura del desafío. Las compañías mejor dirigidas del mundo encontrarán una forma de ganar incluso cuando los gobiernos intentan recolocar las piezas en el tablero a mitad de juego.

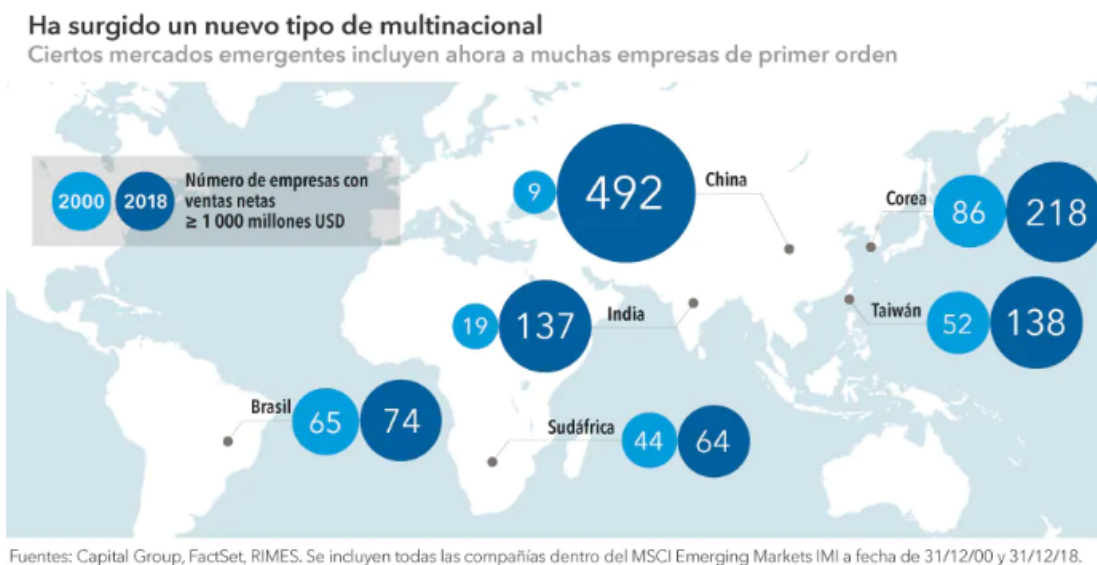
Por ejemplo, el enfoque de negocio multilocal que mencionaba antes está ganando adeptos. Muchas empresas globales están estableciendo operaciones en los mercados locales con éxito, en lugar de retirarse ante las barreras del comercio: ahora es muy importante para las multinacionales producir en el mismo lugar en el que van a vender. Para tener éxito, deben responder con rapidez y eficacia frente a la competencia local.

### 'Just do it', pero localmente

El gigante de complementos deportivos Nike optimiza este enfoque con iniciativas de venta hiper-locales. Por ejemplo, la empresa ha lanzado una tienda de venta al público en Los Ángeles, que elige qué zapatos vender basándose en los datos sobre las tendencias de venta detectadas en los códigos postales circundantes. No se puede ser mucho más local que eso. En Europa, Nike ha establecido una iniciativa de cadena de fabricación rápida que permite ajustar los colores y los materiales según las preferencias de los clientes en cada una de las ciudades en las que opera.

Visa y Mastercard están siguiendo el mismo ejemplo en lo referente al proceso de pago electrónico, que debe ajustarse no solo a las preferencias de los clientes locales, sino también a las estrictas normas financieras de muchos gobiernos dispares en todo el mundo. En consecuencia, ambas están creciendo a un buen ritmo mientras evolucionan y se adaptan a la competencia cambiante en la industria de la tecnología financiera.

Mientras tanto, Temenos, con base en Suiza, está aumentando rápidamente su negocio, altamente localizado, ofreciendo programas de software informático para la banca. Muchos de sus clientes emplean una tecnología antigua y necesitan soluciones muy locales y específicas para cumplir con la normativa estatal y federal de la banca. Esta discreta empresa ha crecido rápidamente en Europa, y ahora se encuentra en medio de un ambicioso proceso de expansión en Estados Unidos.



### La competencia emergente

Este enfoque multilocal ha resultado clave por muchos motivos para las empresas con sede en los Estados Unidos, Europa y Japón que querían mantener su importancia o expandirse en mercados emergentes de rápido crecimiento. Muchos de esos países, como China, India, Brasil, etc., están criando sus propios gigantes multinacionales junto con competidores menores centrados en un único país, y no van a esperar a que los agentes globales tradicionales se pongan al día.

Además de las preocupaciones comerciales, pequeñas competidoras con un mayor contacto con los mercados locales están superando a algunas grandes multinacionales. Desde mi punto de vista, esta amenaza es más importante que cualquier asunto político. Los consumidores de los mercados emergentes buscan marcas en las que puedan confiar, y empresas que conozcan bien el mercado local. Por eso, las multinacionales que puedan dividirse, pensar en clave local, actuar rápidamente y lanzar sus productos con rapidez deberían estar mejor posicionadas para tener éxito a largo plazo.

En última instancia, creo que el sentido común será el vencedor y que los conflictos comerciales se resolverán, pero que el desafío que supone una competencia local feroz seguirá siendo un importante instigador de la economía global, como siempre lo ha sido.