

BLOGS INVITADOS

Los mercados emergentes en la era digital

septiembre 28, 2017

Mis compañeros y yo hemos mantenido un activo debate sobre la evolución que se ha observado en muchos mercados emergentes a lo largo de las últimas décadas. Hemos visto cómo se han producido cambios drásticos desde los modelos económicos unidimensionales del pasado, que dieron paso a motores de crecimiento nuevos y diversos. Esta evolución incluye la acelerada introducción de nuevas tecnologías y la rápida digitalización de las economías. El vicepresidente sénior y director general de Templeton Emerging Markets Group, Carlos Hardenberg, aborda el tema en mayor profundidad.



[Carlos Hardenberg](#)
[Senior Vice President and Managing Director](#)
[Templeton Emerging Markets Group](#)

Mis compañeros y yo hemos mantenido un activo debate sobre la evolución que se ha observado en muchos mercados emergentes a lo largo de las últimas décadas. Hemos visto cómo se han producido cambios drásticos desde los modelos económicos unidimensionales del pasado, que dieron paso a motores de crecimiento nuevos y diversos. Esta evolución incluye la acelerada introducción de nuevas tecnologías y la rápida digitalización de las economías. En este artículo, el vicepresidente sénior y director general de Templeton Emerging Markets Group, Carlos Hardenberg, aborda el tema en mayor profundidad.

Si analizamos las economías de los mercados emergentes en su conjunto, podremos comprobar cómo se ha producido una drástica transformación desde los modelos del pasado, a menudo basados en las exportaciones de productos básicos. Hemos sido testigos de una nueva generación de empresas muy innovadoras, situadas en mercados emergentes, que evolucionaron hacia servicios y procesos de producción con un mayor valor añadido. Desde nuestro punto de vista, este espacio se encuentra en un momento muy atractivo para los inversores.

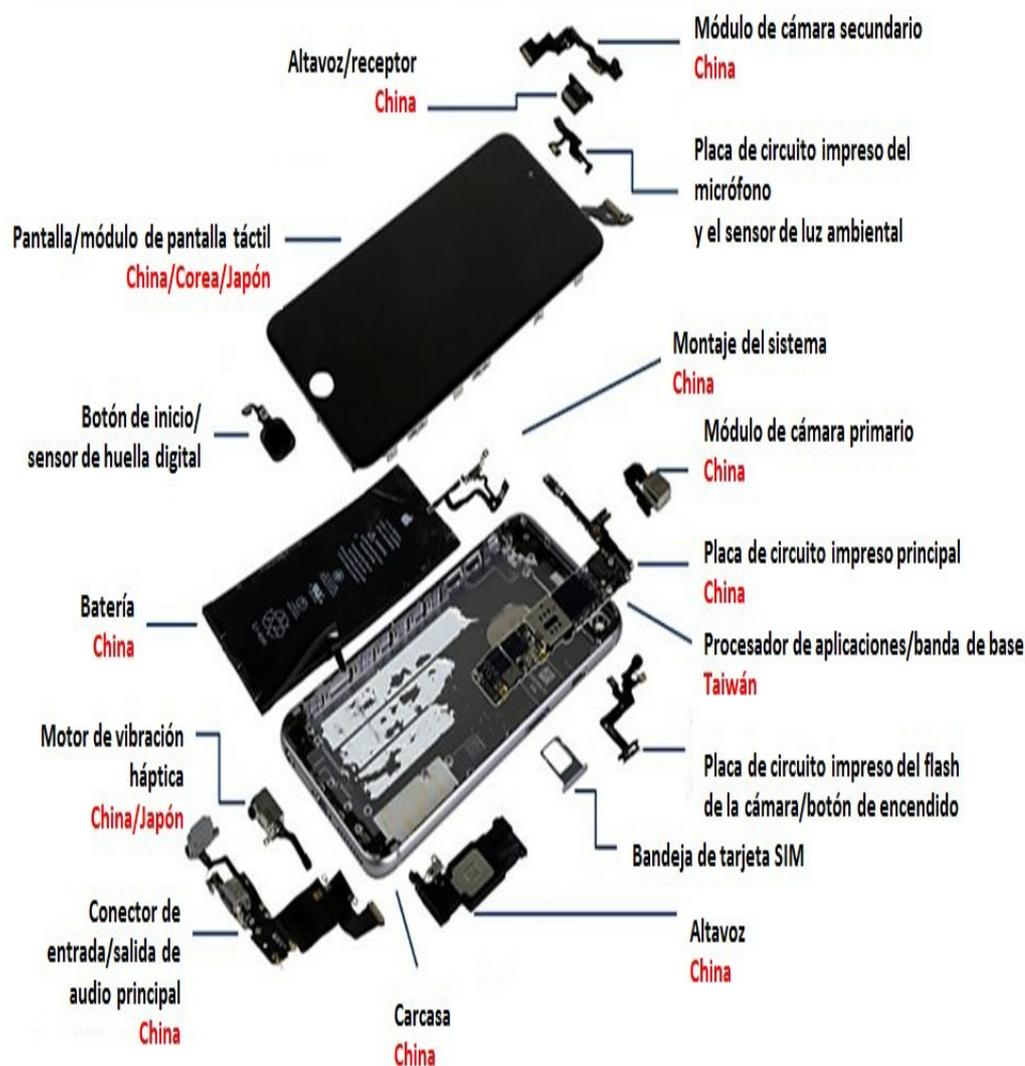
El sector de la tecnología en los mercados emergentes nos ofrece muchas oportunidades interesantes, desde hardware hasta software, pasando por diversas formas de comercio electrónico y ocio.

La conducción autónoma es un ejemplo de la creciente influencia de las empresas de los mercados emergentes. Muchos de los fabricantes de los componentes y la infraestructura necesarios para hacer realidad la conducción autónoma se encuentran en mercados emergentes, sobre todo en Asia. Además, poseen un alto grado de especialización. Por ejemplo, la producción de los sensores, las cámaras y otros componentes ligeros y elementos de software, que facilitan la conducción autónoma, suele llevarse a cabo en mercados emergentes.

Otro ejemplo lo encontramos en la tecnología de telefonía móvil. En torno al 80 % de los componentes de un conocido teléfono móvil se fabrican en mercados emergentes, desde la batería hasta la cámara, sin olvidar la carcasa (véase la siguiente imagen).

Producción de componentes de un conocido teléfono móvil

Casi el 80 % de sus componentes se fabrican en mercados emergentes



Fuente: Estimaciones de Global Research de Merrill Lynch, Bank of America, febrero de 2017.

Somos conscientes de que la tecnología ha influido en casi todos los aspectos de nuestras vidas. Ha transformado nuestra manera de comunicarnos, comprar, trabajar y jugar. Este cambio ha afectado a los consumidores de todo el mundo, incluso a aquellos que se encuentran en las que se podrían considerar las economías menos desarrolladas. Se ha calculado que entre el 40 % y el 50 % de la población mundial tiene acceso a internet y que el 70 % de los jóvenes de entre 15 y 24 años lo utiliza. [\[1\]](#) No hace tanto, nadie lo hacía.

El número de usuarios de internet se ha multiplicado por diez entre 1999 y 2013. En 2005, se llegó a los mil millones de usuarios, en 2010, a los dos mil millones y, en 2014, a los tres mil millones.^[2] Si analizamos la cantidad de usuarios de internet en todo el mundo, China (21 %) y la India (14 %) son los países con un mayor número de usuarios, por encima de los Estados Unidos (9 %), Japón (3 %) y Alemania (2 %).^[3]

La estrategia «Internet Plus» de China, presentada en 2015, pone de relieve el papel clave que el Gobierno espera que desempeñen las actividades empresariales en línea a la hora de impulsar su siguiente etapa de crecimiento económico. La estrategia tiene el objetivo de aumentar la digitalización en el ámbito económico y de incrementar la presencia de las actividades económicas basadas en internet de China en todo el mundo.

Es probable que muchos miembros de esta nueva generación de consumidores «digitalizados» (entre ellos, los de los mercados emergentes) nunca hayan visitado una sucursal bancaria física, nunca hayan utilizado un teléfono conectado a un cable y compren cada vez con más frecuencia la ropa y otros bienes a través de internet, en lugar de acudir a los establecimientos tradicionales.

Los 10 países con el mayor número de usuarios de internet del mundo en 2016



Fuente: [Internet Live Stats](http://InternetLiveStats.com), datos actualizados de julio de 2017.

Este creciente acceso a internet implica un aumento de las oportunidades. Examinemos el caso de Indonesia, por ejemplo. Según las investigaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, cada vez que el índice de penetración de internet aumenta un 1 %, el crecimiento del desempleo se reduce en un 8,61 %.^[4] El efecto total de la banda ancha en el desempleo es una combinación de los nuevos puestos de trabajo que se crean y de los puestos existentes que consiguen salvarse, los cuales, de no ser así, habrían contribuido a aumentar la tasa de desempleo.^[5]

Además, se han incrementado los ingresos discrecionales de los consumidores y el peso de la clase media. Este aumento del poder adquisitivo ha dado lugar a una cultura más centrada en el consumidor, así como a oportunidades de inversión nuevas y más diversas.

De conformidad con las investigaciones de McKinsey, si Indonesia se introduce plenamente en la digitalización, puede lograr un crecimiento aproximado de 150 000 millones de dólares estadounidenses (el 10 % del PIB) para 2025.^[6] El uso de la tecnología digital puede estimular la productividad y ampliar la participación en la economía. Si bien el comercio electrónico está creciendo a una gran velocidad en Indonesia, que es una de las diez economías de mayor envergadura del mundo por paridad del poder adquisitivo, todavía hay margen para incrementar los avances en este ámbito.



Un creciente acceso a internet implica un aumento de las oportunidades

Ejemplo: Indonesia 



-8,61 %

Reducción del crecimiento del desempleo cada vez que la penetración de internet aumenta un 1%



140 millones

Personas de clase media con un poder adquisitivo en aumento



18%

Crecimiento interanual del sector del comercio electrónico hasta 2020



150 000 millones de dólares estadounidenses

Posible crecimiento para 2025 si Indonesia aumenta la digitalización

Fuentes: Unión Internacional de Telecomunicaciones, *Impact of Broadband on the Economy*, abril de 2012; Centro de Investigación Pew, *Welcome to the Global Middle Class Surge*, julio de 2013; y McKinsey & Company, *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*, octubre de 2016. No hay garantía de que las estimaciones, proyecciones o previsiones vayan a cumplirse.

En 2013, el Centro de Investigación Pew encuestó a casi 40 000 personas de 39 países, a las que planteó esta pregunta: ¿Disfrutarán los niños de su país de mejores condiciones de vida que sus padres?[7] Resulta curioso el hecho de que, en la mayor parte de las economías avanzadas, la respuesta a esta pregunta fue un contundente «no». Así respondieron dos tercios de los encuestados en los Estados Unidos. Del mismo modo, en el Reino Unido no se mostraron mucho más optimistas con respecto a la posibilidad de que sus hijos fuesen a vivir mejor que ellos.[8]

En cambio, en China, el 82 % de los encuestados indicaron que esperaban que sus hijos disfrutasen de unas mejores condiciones y, en Brasil, el 79 % de los participantes señalaron lo mismo.[9] En Chile, Malasia, Venezuela, Indonesia, Filipinas, Nigeria, Ghana y Kenia la mayoría de los encuestados también consideraron que la siguiente generación vivirá mejor que la actual.

Un perfil cambiante

Los consumidores no son los únicos que han cambiado: el perfil de lo que se podría considerar una empresa de un mercado emergente también se ha transformado. En el pasado, estas empresas se basaban, por lo general, en modelos de negocio incipientes y bastante simples. Además, estaban muy orientadas a la infraestructura.

Durante los últimos diez años, aproximadamente, hemos sido testigos de una migración gradual hacia unos modelos de negocio cada vez más sofisticados. Las empresas de los mercados emergentes han establecido sus propias marcas comerciales y nichos, y se han expandido más allá de sus países o regiones de origen, a menudo a través de adquisiciones.

Estamos asistiendo al desarrollo de una nueva generación de empresas de mercados emergentes. En general, las empresas de los mercados emergentes también han logrado una generación de flujo de caja favorable y una mejora de las ganancias. Antes, había algunos períodos en los que los balances de estas empresas se encontraban sometidos a fuertes presiones debido a la deuda en moneda extranjera. Experimentaban dificultades, sobre todo cuando la divisa local se veía bajo presión.

Hoy en día, parece que estos problemas relacionados con las divisas se gestionan mucho mejor y que los balances de estas empresas son mucho más saludables. En líneas generales, las empresas de los mercados emergentes han reducido su apalancamiento con el paso del tiempo, han saneado sus balances y han reparado sus modelos de negocio.

La cuestión sigue siendo el crecimiento

Una característica que definía en general a los mercados emergentes en el pasado (y que todavía lo hace en la actualidad) es su elevado nivel de crecimiento. Las economías de los mercados emergentes han crecido a una velocidad significativamente mayor que las economías de los mercados desarrollados, una tendencia que, según nuestras previsiones, continuará en este sentido.

A pesar de esta mayor tasa de crecimiento, las valoraciones parecen, en términos generales, mucho más razonables que en los mercados desarrollados. Se puede invertir en muchas de estas empresas a un precio significativamente inferior al que habría que pagar para invertir en una sociedad similar en el mundo desarrollado.

Los modelos de negocio de los mercados emergentes han pasado a ser mucho más sofisticados y sólidos de lo que eran en el pasado. Estamos muy entusiasmados con las oportunidades que encontramos hoy en día en los mercados emergentes, así como con su potencial de cara al futuro.

Los comentarios, las opiniones y los análisis de Carlos Hardenberg tienen carácter meramente informativo, por lo que no deben interpretarse como un asesoramiento de inversión individual ni como una recomendación para invertir en un valor concreto o adoptar una estrategia de inversión determinada. Debido a la celeridad con que pueden cambiar las condiciones económicas y de mercado, los comentarios, las opiniones y los análisis recogidos aquí son válidos solo en la fecha de su publicación y pueden variar sin previo aviso. Este artículo no pretende ser un análisis completo de cada hecho relevante en relación con cualquier país, región, mercado, sector, inversión o estrategia.

Información legal importante

Todas las inversiones conllevan riesgos, incluida la posible pérdida de capital. La inversión en títulos extranjeros conlleva riesgos especiales, entre ellos el riesgo de fluctuaciones cambiarias, de inestabilidad económica y de acontecimientos políticos adversos. Las inversiones en mercados emergentes, de los cuales los mercados fronterizos constituyen un subgrupo, entrañan riesgos más altos relacionados con los mismos factores, aparte de los asociados a su tamaño relativamente pequeño, su menor liquidez y la falta de estructuras jurídicas, políticas, empresariales y sociales consolidadas para respaldar los mercados financieros. Debido a que estas estructuras suelen estar incluso menos desarrolladas en mercados fronterizos, así como a otros factores, entre ellos el mayor potencial de sufrir una volatilidad de precios extrema, la falta de liquidez, barreras al comercio y controles de cambio, los riesgos asociados a mercados emergentes se ven acentuados en mercados fronterizos. Los precios de las acciones experimentan fluctuaciones, a veces rápidas y drásticas, debido a factores que afectan a empresas concretas, industrias o sectores específicos, o condiciones de mercado generales.

[1] Fuentes: Internet Live Stats, Hechos y cifras de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2017.

[2] Fuente: Internet Live Stats, 2017.

[3] *Ibid.*

[4] Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones, *Impact of Broadband on the Economy*, abril de 2012.

[5] *Ibid.*

[6] Fuente: McKinsey & Company, *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*, octubre de 2016. No hay garantía de que las proyecciones, previsiones o estimaciones vayan a cumplirse.

[7] Fuente: Centro de Investigación Pew, *Welcome to the Global Middle Class Surge*, julio de 2013.

[8] *Ibid.*

[9] *Ibid.*