

## NOTICIAS A UN CLIC

Hillary Clinton anunciará por redes sociales su candidatura a las elecciones presidenciales de 2016

El punto en común de las fusiones de las empresas Sabadell-TSB y Heinz-Kraft

Caída del real brasileño frena apuesta de Telefónica en América Latina

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

✉ Mail

Jueves , Abril 9, 2015

# Los cinco grandes negocios mundiales que se han realizado este año

ABRIL	08			Compra	US\$70.000 millones	hidrocarburos ● Sinergias por US\$2.500 millones
ABRIL	07			Compra	US\$4.800 millones	● Aumento de participación en Europa, donde FedEx tiene 2% del mercado y TNT 15%
MARZO	27			Compra de línea de negocio	US\$5.000 millones	● Formación de una empresa centrada en productos químicos con cloro ● La operación le permitirá a Olin economizar US\$200 millones en tres años
MARZO	25			Fusión	La nueva empresa tendrá ingresos por US\$28.000 millones anuales	● Será la tercera firma de alimentos de Estados Unidos y la quinta del mundo ● Complemento de líneas de negocio
ABRIL	03			Acuerdo por	US\$6.300 millones	● Sinergias por US\$2.000 millones

**Bogotá** Los cuatro primeros meses del año son testigos ya de grandes fusiones y adquisiciones, acuerdos millonarios entre compañías de diferentes sectores como el energético, alimenticio y de insumos. Con este panorama, los expertos vislumbran un 2015 favorable para las alianzas empresariales, principalmente en Estados Unidos y Europa.

El más reciente fue el anuncio de compra de BG Group que hizo la angloholandesa Royal Dutch Shell en la jornada de ayer por US\$70.000 millones (lo que equivale a los activos internacionales y reservas de Venezuela según información del Bank Of America).

La firma británica tiene pozos en la costa de Brasil y reservas de gas en Australia, con lo que Shell aumentará 28% sus reservas de hidrocarburos y consolidará su liderazgo en el mercado mundial del gas, especialmente gracias a los proyectos que en este segmento tiene BG.

Shell espera que el proceso de adquisición pueda completarse a principios de 2016 y sus efectos sean acreditados en los resultados de 2017.

Oscar Eduardo Medina, experto en geoeconomía, explicó que “el interés de las empresas al fusionarse o comprar otras compañías corresponde al objetivo de complementar los espacios geográficos y elevar su fuerza en el mercado en el plano mundial”.

Eso fue precisamente lo que hizo FedEx con su anuncio de compra por US\$4.800 millones de la empresa de mensajería holandesa TNT Express. Con esta operación, la estadounidense busca aumentar su participación en Europa donde FedEx cuenta con 2% del mercado y TNT con 15%.

Este acuerdo contempla que TNT Express realice la venta de sus operaciones aéreas, que su sede de operaciones en Europa se ubique en Hoofddorp, una localidad cercana a Amsterdam, y se respeten las condiciones laborales en TNT Express.

Según comunicaron ambas compañías, esta fusión “transformará las capacidades europeas de FedEx y acelerará el crecimiento global”.

Otra de las grandes compras que se ha realizado en los primeros meses de 2015 fue la registrada en el sector industrial. Olin compró la línea de negocio de cloro de la también estadounidense Dow Chemical por US\$5.000 millones. Esto, para dar inicio a una empresa líder de una industria concentrada específicamente en este elemento químico. La operación le permitirá a Olin economizar US\$200 millones en tres años.

De acuerdo con Raúl Ávila, profesor de industria y comercio de la Universidad Nacional, este tipo de operaciones se hacen para fortalecer las actividades empresariales de cara a la competencia, ya que permiten complementar sus líneas de negocio o presencia geográfica. grandes fusiones empresariales

La firma brasileña 3G Capital, dueña de la empresa de alimentos Heinz, anunció la fusión hace casi dos semanas de Kraft Foods. Con esta operación se crea la tercera mayor compañía de alimentos y bebidas de Estados Unidos y la quinta del mundo. Los ingresos anuales de la nueva compañía serán de aproximadamente US\$28.000 millones y se espera que para 2017, ahorre cerca de US\$1.500 millones.

Sin embargo, surge una creciente preocupación por la concentración empresarial en el mundo de la alimentación, ya que la mayoría de marcas de nutrición del mundo se encuentra en manos de pocas compañías.

Sobre este asunto, explicó que “Estados Unidos y Europa occidental cuentan con comisiones y superintendencias que vigilan estas fusiones, para evitar que en un mismo territorio se generen posiciones monopolísticas”.

La minorista de productos para oficina Staples también anunció el pasado 3 de febrero su intención de unirse a su principal competidor Office Depot, en un acuerdo que alcanza los US\$6.300 millones.

Con esto, Staples encamina sus esfuerzos a obtener mayores beneficios apostando a operar a una mayor escala. Para la compañía, esta fusión (en la que también se suma OfficeMax, adquirida por Office Depot en US\$976 millones) le generará ventas anuales por aproximadamente US\$39.000 millones.

La sinergia estimada para la operación es de US\$2.000 millones y sumarán más de 5.200 tiendas en más de 60 países.

Adicionalmente, con la fusión de ambas empresas se fortalecerán para competirle a Walmart y a Amazon, especialmente en el terreno digital.

P&G habría puesto a la venta algunas marcas como Wella

Procter & Gamble Co., la mayor fabricante del mundo de productos de consumo, busca deshacerse de activos para regular su desempeño, según lo informó la agencia Bloomberg. P&G ha enviado documentos de venta a posibles oferentes por su unidad de cuidado del cabello Wella, marcas de cosméticos y su negocio de perfumes, que podrían venderse por separado o juntos por un total de US\$19.000 millones.

La compañía ha contactado a compradores potenciales, entre ellos Henkel AG, Revlon Inc., Unilever, Kao Corp. y Coty Inc. Sin embargo, estos funcionarios se negaron a hacer declaraciones.

## Las opiniones

**Óscar Eduardo Medina**

*Experto en Negocios internacionales y geoeconomía*

“El interés de las empresas al fusionarse corresponde al objetivo de complementar los espacios geográficos y elevar su fuerza en el mercado”.

**Raúl Ávila**

*Profesor de industria y comercio de la U. Nacional*

“Las superintendencias y comisiones vigilan estas fusiones para evitar que se generen posiciones ventajosas y monopolios”.