



## MÉXICO SA

### Latino power en EU // PIB ronda 3.4 billones de dólares // Casi 3 veces más que el mexicano

CARLOS FERNANDEZ-VEGA

**¿QUÉ SUCEDERÍA SI** de la noche a la mañana Estados Unidos se quedara sin “latinos”? (como allá xenofóticamente denominan a las personas de origen geográfico del Río Bravo para abajo). Colapsaría su economía, o, si se prefiere, ocurriría algo similar a lo que, en 2004, Sergio Arau plasmó en su película *Un día sin mexicanos* (enfocada en el estado de California).

**EN UN ABRIR** y cerrar de ojos Estados Unidos perdería algo así como 15 por ciento de su producto interno bruto, un golpe que no soportaría su economía, pues esa proporción resulta similar a la caída libre que provocó la “gran depresión” de 1929 (hasta significar algo así como 30 por ciento de su PIB en los siguientes tres años). Ello, desde luego, sin considerar el brutal impacto en el plano global.

**PERO AL GOBIERNO** de Estados Unidos le ganan su racismo y xenofobia, que trasmina en buena parte de la sociedad de ese país, y —no de ahora, sino de muchísimas décadas— se niega a negociar un tratado migratorio que no sólo ordene y legalice el flujo de personas, sino que respete los derechos humanos de quienes en esa nación buscan oportunidades de vida, sin dejar de lado que tal acuerdo consolidaría lo que para su economía significa el creciente poder de los “latinos”.

**DE ACUERDO CON** la Oficina del Censo estadounidense, “la población latina sumó 62.1 millones en 2020” (alrededor de 65 por ciento de ese total es de origen mexicano), lo que representó un incremento de 23 por ciento respecto a 2010, “mientras la población que no era de ese origen creció 4.3 por ciento” en el mismo periodo. Entonces, cerca de 20 por ciento, y contando, de los habitantes de Estados Unidos son de origen “latino”, y representan la primera minoría étnica en aquel país. De ahí el creciente efecto positivo en la economía estadounidense, sin considerar la participación de otras corrientes migratorias de Asia, África y Europa.

**LO ANTERIOR VIENE** a colación, porque *La Jornada* (Dora Villanueva) informa que “lo producido por la comunidad latina en Estados Unidos crece dos veces y media por encima de la economía total del país, al grado de que actualmente el producto interno bruto (PIB) latino representa en sí mismo la quinta economía más grande del mundo. En suma, 3.4 billones

de dólares, que superan lo generado por (las economías de) Gran Bretaña, Francia, Italia o Canadá. De acuerdo con un informe de Latino Donor Collaborative y Wells Fargo, si los latinos estadounidenses fueran un país, serían la quinta economía más grande del mundo. Además de la situación actual, el remplazo de la fuerza laboral en la economía más grande del mundo recae en el bono demográfico que representa la comunidad latina. Entre 2011 y 2021 el PIB latino estadounidense creció en promedio 4 por ciento, lo que se tradujo en una contribución de 20.9 por ciento al crecimiento real de Estados Unidos”.

**ASÍ, EL PIB** “latino” en Estados Unidos (esos 3.4 billones de dólares) equivale a casi tres tantos el mexicano y su tendencia es ascendente y, todo apunta, imparable. Para dar una idea, en 2015 el Centro Selig de la Universidad de Georgia documentó que el poder de compra de la comunidad “latina” en Estados Unidos destinaba alrededor de un billón 500 mil millones de dólares a la adquisición interna de bienes de consumo (se excluye a los indocumentados), y subrayaba: “el crecimiento del mercado (interno) estadounidense es impulsado cada vez más por los consumidores hispanos y asiático-americanos” y ese año los primeros superaban en casi 50 por ciento a los segundos en poder de compra. “El mercado afroamericano seguirá expandiéndose a un ritmo convincente, pero los mercados asiáticos e hispanos son donde se ve el crecimiento realmente rápido”.

**EN AQUEL ENTONCES**, el Centro Selig documentó que en 1990 ese poder de compra fue de poco más de 200 mil millones de dólares; en 2004 llegó a 700 mil millones; en 2009 a 992 mil millones y en 2009 a 1.2 billones, para alcanzar 1.5 billones en 2015 y proyectarlo a 1.7 billones en 2017. En los hechos, el monto ha rebasado todas las estimaciones.

**PERO EL GOBIERNO** estadounidense se niega a negociar un acuerdo migratorio. Sin embargo, es una realidad que no puede evadir.

#### Las rebanadas del pastel

**MURIÓ ÁNGEL GUERRA** Cabrera, queridísimo colega, amigo y compañero, colaborador de *La Jornada*, articulista de primer nivel, siempre solidario con las mejores causas sociales y luchador incansable. Te vamos a extrañar. Va un enorme cuan cariñoso abrazo, acompañado con todas tus enseñanzas y gratos recuerdos. Buen viaje.

Twitter: @cafevega  
cfmexico\_sa@hotmail.com



▲ Trabajadoras de una cadena de comida rápida en Los Ángeles, Angélica Hernández y Ronalda Alcázar Cruz, bailan con música de mariachi después de saber que el gobernador de California, Gavin Newsom, firmó una ley que

fija en 20 dólares por hora el salario mínimo en ese tipo de establecimientos, lo que representa una victoria para los empleados que impulsaron el aumento, el cual entrará en vigor el primero de abril de 2024. Foto Ap



El comportamiento del tipo de cambio en los últimos meses ha sorprendido a muchos llegando a niveles que no se veían hace años. Un problema es creer que la mejora será permanente. Hay algunos actores relevantes que así lo piensan. El mes de septiembre nos está mostrando que no.



Empiezo el análisis argumentando que varios factores que empujaron para que el tipo de cambio estuviera en niveles de 17 pesos por dólar.

El primero es el diferencial entre la tasa de política monetaria de México y la de Estados Unidos, que es de poco menos de 600 puntos básicos.

El segundo es un flujo importante de recursos llegando a México por actividades como remesas y turismo.

El tercero es que el gobierno de nuestro país había tenido un manejo adecuado de las finanzas públicas. No había gastado de más y mantuvo estable el endeudamiento del sector público como porcentaje del PIB.

El cuarto es que nuestro país, en términos de liderazgo político y manejo económico, se ve bien, comparado con lo que sucede en otros lugares.

El quinto es que el enfrentamiento entre Estados Unidos y China nos está favoreciendo con flujos de inversión importantes por el *nearshoring*.



Dentro del grupo de optimistas cambiarios uno muy relevante es el gobierno. En el documento de criterios generales de política económica plantean que el tipo de cambio al final de 2024 estará en un nivel de \$17.60.

El comportamiento del mes de septiembre nos debe recordar que las cosas pueden

cambiar. Tuvimos en los primeros diez días del mes un rebote llegando a ubicarse el tipo de cambio por encima de \$17.50. Luego regresó, pero en esta semana volvimos a ver niveles superiores a \$17.50.

Este comportamiento reciente nos indica que el equilibrio de los meses pasados es real, en el sentido de que fundamentales lo respaldaban, pero puede ser inestable. Es decir, puede modificarse si hay cambios, tanto en variables fundamentales como en percepción.

Hay analistas que atribuyen lo que pasó esta semana a que, a pesar de que la Reserva Federal no subió la tasa, ve que la inflación se resiste a bajar. Banco de México mantuvo su tasa y no se ve que la baje pronto. Este factor yo no lo veo tan importante.

Otros eventos recientes tienen mayor impacto ya que implican un cambio en las condiciones. El principal es el déficit fiscal de casi 5% del PIB que estiman para 2024. Esto rompe con el actuar del go-

bierno de los últimos años. Es parte de lo que genera inquietud.

Un segundo tema que puede afectar es la materialización del *nearshoring*. Se necesitan ejecutar muchos proyectos los próximos años. Un dato importante es que la ocupación de instalaciones industriales hoy es de 99%. Si no hay mayor oferta en tiempo razonable se va a perder la oportunidad.

Hay otro factor que se está subestimando: las elecciones en Estados Unidos. Hace ocho años el tipo de cambio sufrió una depreciación importante. **Trump** es un candidato muy agresivo. Es probable que México sea uno de los objetivos de ataque en su campaña.



El comportamiento de esta semana fue un aviso. Así como el tipo de cambio tuvo meses favorables, se puede regresar a niveles de \$20. Lo veo como un escenario posible.



¿Por qué la definición teórica marxista del capitalismo o la Weberiana del capitalismo protestante y austero ya no encajan con la realidad actual?

En primer lugar, porque las guerras y crisis económicas del siglo XX hicieron trizas la concepción colonialista europea y se crearon cientos de países independientes, amén de grandes bloques ideológicos como la Unión Soviética, China y en menor grado, pero muy potente el *big brother* estadounidense, que sigue imperando en el mundo.

En segundo lugar, la revolución informática, las redes sociales, las *start ups* y la avalancha de nuevos inventos que nos tienen pasmados y un tanto asustados por sus repercusiones en nuestra vida familiar, empresas y empleos.

Y razones un tanto relegadas, pero que siguen vigentes en millones de negocios de varias generaciones:



**CULTURA FAMILIAR.** - El análisis de la dinámica familiar, de sus rasgos culturales, religiosos y del grado de compromiso y comunicación entre los miembros de una familia influyen fuertemente en la continuidad de la empresa familiar. Las historias familiares nos lo demuestran ya que se vuelven leyendas, algunas con convenientes deformaciones y "olvidos" para engrandecer la epopeya del emprendedor. Sin embargo, al leerlas y conocerlas, se asegura la motivación y el orgullo de las siguientes generaciones.



**SENTIMIENTOS.** - Ambos pensadores fueron racionales en sus ideas, viendo al capitalista de esa época como a un ser explotador, ambicioso por el poder y desprovisto de emociones que no fueran las de acumular más capital. O como un hombre

(generalmente masculino, sin tomar en cuenta a la mujer) frío, calculador y técnicamente preparado para cumplir su función. El sentimentalismo de trascender, heredar a sucesores e impulsar la continuidad de su obra para las siguientes generaciones no era más que un asunto secundario.

La realidad es que muchos negocios familiares están demostrando que se puede ser justo y humano con la clase trabajadora y así aminorar esa lucha de clases, inculcar el orgullo, arraigo y función social de la familia y su negocio ante los demás, además

de tener a la mano todas las técnicas de dirección y tecnología aplicables.

Las empresas familiares italianas no se parecen en nada a la ética protestante que planeaba **Max Weber**, sino que son similares a los negocios patriarcales y altamente exitosos del oriente, en especial en China e India, casi todos guiados por reglas, unión y tradiciones ancestrales.

**Muchos negocios familiares demuestran que se puede ser justo y humano con la clase trabajadora.**



Todo lo anterior no quiere decir que las empresas familiares estén exentas de peligros. Por el contrario, el problema es grande y se va a acelerar por razones demográficas, de globalización y complejidad, pero la definición fría y racional del capitalismo ya no sirve para identificar al mundo de los negocios familiares que impera en este siglo. Los embates de la pandemia, del cambio climático cada vez más potentes y destructivos, así como nuevas generaciones de hombres y mujeres más preparados, pero con otras actitudes y convicciones nos permiten ver un panorama muy distinto a las teorías del siglo XX. Como siempre, el ser humano ha logrado salir de crisis y guerras brutales... para meterse en otras, así que hay que ver los cambios sin precedente que nos esperan y con sentido común y en armonía con nuestros seres queridos, ver soluciones viables.



## La IA generativa aprieta el paso

Han pasado 10 meses desde que OpenAI lanzó al público el ChatGPT-3.5. Aunque parece que ha transcurrido más tiempo, desde entonces, gigantes tecnológicos como Google y Amazon han acelerado sus esfuerzos para desarrollar modelos avanzados de procesamiento de lenguaje natural. En sus primeros meses, OpenAI fue valuado en 30 mil millones de dólares. Según *The Wall Street Journal*, la empresa planea vender acciones próximamente con una valuación que oscila entre 80 y 90 mil millones. En tan sólo unos meses, ha triplicado su valor, lo que resalta el enorme potencial que los inversionistas ven en esta firma fundada hace ocho años.

Para poner en perspectiva, Google, seis años después de su fundación, debutó en los mercados de capital con una valuación de 23 mil millones de dólares, que hoy, ajustados por inflación, equivalen a 37 mil millones. Si OpenAI sigue esta trayectoria, se consolidará como un titán tecnológico, aunque aún tiene desafíos significativos por enfrentar.

### **MAYOR VELOCIDAD**

A pesar de que en el segundo y tercer trimestre el avance de la inteligencia artificial parecía ralentizarse para el público general, el último trimestre del año será de mayor velocidad. Esta semana, OpenAI reveló que ChatGPT-4 puede “ver”, “escuchar” y “hablar”, refiriéndose a su capacidad para interpretar imágenes, sonidos, y responder con voz. Además, OpenAI ha presentado soluciones que per-

miten a las empresas contar con su propio ChatGPT, protegiendo así su información. Según *The Financial Times*, la empresa está en negociaciones para obtener una inversión adicional de mil millones de dólares por parte de SoftBank para un proyecto de colaboración con el legendario diseñador del iPhone, **Jon Ivy**, en un proyecto descrito como el "iPhone de la inteligencia artificial".

#### **MICROSOFT**

Esta semana, Microsoft, que posee 49% de OpenAI (con ciertas restricciones), lanzó Copilots, un asistente basado en ChatGPT integrado de manera diferenciada en todos sus productos, desde procesadores de texto, correo electrónico hasta soluciones de Azure.

#### **GOOGLE**

Google, que cumplió 25 años, anunció que Bard, su propio modelo de lenguaje natural, se incorporará a todos sus productos. Además, tiene planes para Gemini, un nuevo modelo aún más potente que Bard. La compañía en donde se gestó la tecnología *transformer* que da origen a la inteligencia artificial generativa, es de las que está mejor posicionadas para la nueva era.

#### **AMAZON**

Amazon mostró cómo ha integrado desarrollos propios en su asistente virtual, Alexa, y anunció una inversión de 4 mil millones en Anthropic AI, que cuenta con otro modelo avanzado llamado Claude.

#### **META**

Meta, antes Facebook, comunicó la integración de su modelo Llama 2 refinando algunos parámetros que se integrará a Instagram, WhatsApp y Messenger. Renombrado como Meta AI, se integrará con Bing de Microsoft para ofrecer información actualizada. Todavía no está al nivel de ChatGPT 4.

#### **NUEVAS AI**

Existen otras empresas emergentes, como Inflection, con su modelo PI, y Cohere, que se enfoca en aplicaciones empresariales, como atención al cliente y marketing. Hay algunas provenientes de China aunque se encuentran lejos del ChatGPT. El Tecnológico de Monterrey dio a conocer que ya tiene el TecGPT, que se conecta a través de APIs al GPT, pero que no se trata de un modelo fundacional propio.

#### **LO QUE VIENE**

2024 marcará una adopción masiva, especialmente entre las grandes corporaciones, que buscarán las ventajas de estos modelos, probablemente adquiriendo soluciones a través de proveedores como AWS, Microsoft y Google o conectándose a través de APIs, como lo hace el TECgpt que se presentó esta semana. Es probable que una parte de los mensajes navideños en 2023 sean escritos por una inteligencia artificial generativa.

---

**El Tecnológico de Monterrey dio a conocer que ya tiene el TecGPT, que se conecta a través de APIs al GPT.**

---



## Transformación Acertada: La Audaz Estrategia de LG Electronics

LG Electronics, empresa reconocida en electrodomésticos y electrónica de consumo, reveló su visión futurista en una reciente entrevista con *Bloomberg*. Al adentrarnos en esta conversación, es esencial respaldar la estrategia de LG de invertir en su división de Vehículos Eléctricos (EV) y recordar que la decisión de cerrar la división de móviles fue acertada.

LG proyecta una metamorfosis significativa, con planes de convertirse en una empresa de soluciones para una vida inteligente, apuntando a ingresos de 80 mil millones de dólares para 2030. Esta visión resalta el deseo de LG de evolucionar, centrándose en servicios y soluciones de alto margen, y no solo en la fabricación de electrodomésticos. El camino que ha emprendido LG refleja una adaptabilidad admirable, recordándonos su astuta decisión de cerrar su división de móviles, lo que ha permitido realinear recursos hacia áreas más prometedoras.

La estrategia se basa en su profundo entendimiento del consumidor y su habilidad para conectar diversos espacios, desde el hogar hasta vehículos y el metaverso. La empresa aspira a ser líder global en electrodomésticos, mientras explora oportunidades en la movilidad y el espacio virtual. La diversificación de LG es una jugada maestra, asegurando no solo la generación de ingresos, sino también la expansión hacia áreas

emergentes y rentables.

La dedicación de la compañía hacia la división de soluciones vehiculares y, específicamente, en el espacio de EV es notable. Con un crecimiento medio del 30%, LG ha posicionado esta división como un motor de crecimiento clave, alcanzando 14% de los ingresos totales en el primer semestre del año. Al no intentar convertirse en un fabricante de automóviles, LG demuestra una claridad estratégica, optando por ser un socio innovador y confiable para automotrices globales.

Las especulaciones sobre colaboraciones, especialmente con Apple, destacan la posición de LG como un jugador clave en el sector de movilidad. LG se muestra dispuesto a colaborar con fabricantes actuales y futuros, evidenciando su flexibilidad y apertura a nuevas alianzas, y reafirmando su posición en el mercado de EV.

LG, como empresa global, enfrenta las tensiones entre Estados Unidos y China con prudencia, adaptando sus estrategias de inversión y suministro, y enfocándose en productos premium para el mercado chino. Esta adaptabilidad demuestra la habilidad de LG para superar desafíos y optimizar decisiones a largo plazo.

LG Electronics está dando pasos audaces, redefiniendo su enfoque y diversificando su portafolio. Al respaldar su incursión en el espacio de EV y recordar su acertada decisión de cerrar la división de móviles.



**LG proyecta una metamorfosis significativa, con planes de convertirse en una empresa de soluciones para una vida inteligente**

---

@daguilargallego



GOOGLE

JUAN VALLEJO

## Black Friday y Cyber Monday ganan popularidad en México

El conjunto de eventos que comprenden el Buen Fin, Black Friday y Cyber Monday tendrá una duración de 11 días y será la oportunidad más importante que tendrán los minoristas para capitalizar la intención de compra de las personas –antes de que termine el año– por diversos factores, como la estabilidad de la economía local, que resulta en una mayor confianza del consumidor mexicano.

Para reforzar lo anterior, acerco 3 indicadores que miden la “temperatura” económica actual:

El primero es el crecimiento en el consumo privado en México, en junio pasado reportó su mejor comportamiento en los últimos 5 meses, impulsado por el Hot Sale, evento que se conformó de 9 días (29 de mayo al 6 de junio).

Tomando en cuenta que el crecimiento se dio por un evento de descuentos, se esperaría un comportamiento similar. La Concanaco Servytur estima que sólo en el Buen Fin la derrama económica sea mayor a los 141 mil millones de pesos, cifra que se podría ampliar si añadimos el valor económico que el Black Friday y Cyber Monday traerán.

El segundo tiene relación con dos factores que firmas como UBS han identificado como aceleradores del consumo interno, entre lo que destaca el crecimiento del empleo y el aumento de los salarios reales. Un análisis realizado por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) indica que en el primer semestre del año, la población ocupada aumentó en 172 mil 637 trabajadores respecto al cierre de 2022. Con ello, la población ocupada ascendió a 58.5 millones de personas en el segundo trimestre de 2023.

El tercero es el crecimiento sólido y sostenido del crédito al consumo, que fue el que aportó un mayor dina-

mismo al crecimiento de la cartera del sector privado no financiero (SPNF) durante el primer semestre de 2023. Banxico también ha apuntado que el número de tarjetas de crédito (TDC) aumentó durante los primeros cuatro meses de 2023, alcanzando 22.1 millones de tarjetas, un aumento de 9.3% respecto al mismo período de 2022.

Los eventos de descuentos han cobrado relevancia en el país al representar una oportunidad para minoristas y consumidores. De acuerdo con Google Trends, la búsqueda de los términos ‘Black Friday’ y Cyber Monday’ crecieron a doble dígito en los últimos 5 años en México. Mientras que en 2021, Statista apuntó a una intención de compra en el país de 79% en esos dos momentos. Es momento de que las marcas vean a la temporalidad como un conjunto, como el Buen Black Cyber, al tiempo que mejoran su notoriedad.

Existen soluciones impulsadas por la IA que permiten llegar a los consumidores en múltiples canales, ya sea al realizar una búsqueda o al ver un video en YouTube y adaptarse a sus necesidades. Un ejemplo es Performance Max, que permite a las marcas posicionarse en las diferentes plataformas donde los usuarios las buscan, como YouTube, Display, la Búsqueda, Discover, Gmail y Maps.

El Black Friday y Cyber Monday representan entonces una oportunidad para que las marcas capitalicen 4 días más del interés de los clientes. Contar con las soluciones que les permitan conectar con las plataformas que usan las personas para encontrar información y ofertas desbloquearán nuevas fuentes de ingresos para los minoristas.

Líder del sector Retail para Google México