

**ÁMBITOS DE POSIBLES SINERGIAS ENTRE LAS
PYMES ESPAÑOLAS Y AMERICANAS**



2006

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Objetivo	5
1.2. Metodología	6
2. PRESENTACIÓN DEL TRABAJO	7
3. SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE LATINOAMÉRICA	12
3.1. PIB en Latinoamérica	12
3.1.1. El retorno al crecimiento	13
3.1.2. Nuevo dinamismo exportador	14
3.1.3. Control de la inflación y del déficit público	16
3.2. La evolución del crecimiento	18
3.3. Las previsiones	25
3.3.1. Superávit en la balanza de pagos	26
3.4. La importación y la exportación	26
4. FACTORES DETERMINANTES DE LA ELECCIÓN DE AMÉRICA LATINA COMO PRINCIPAL DESTINO INVERSOR DE ESPAÑA	31
4.1. Por qué invierten las empresas españolas en América Latina	33
5. INVERSIÓN DIRECTA ESPAÑOLA EN AMÉRICA LATINA 1990- 2005	36
5.1. Principales inversiones empresariales 1990-2000	37
5.2. Inversión directa española en América Latina 2000-2005	43
5.3. Principales inversiones empresariales españolas 2000-2005	44
5.3.1. Sector Financiero	44
5.3.2. Sector energético	52
5.3.3. Sector Telecomunicaciones	61
5.3.4. Sector Servicios	67
5.3.5. Sector Construcción	68
5.3.6. Sector Textil	69
5.3.7. Sector Turístico	70
5.3.8. Sector Agroalimentario	72

5.4. Las marcas y el activo país como ventaja competitiva	72
5.4.1. Animosidad hacia el país de origen.....	75
5.4.2. Construcción de la imagen del país de origen.....	76
5.5. La imagen de España en América Latina.....	77
5.5.1. Valoración General.....	78
5.5.2. Valoración de líderes españoles.....	81
5.5.3. Las relaciones entre los países	81
5.5.4. Conocimiento y demanda de la cultura española	83
5.5.5. Las Inversiones Españolas vistas desde Latinoamérica.....	84
6. OBSTÁCULOS ENCONTRADOS PARA LA INVERSIÓN E IMPLANTACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMERICA	89
6.1. La evolución de la inversión española en el exterior.....	89
6.2. Las motivaciones de los inversores españoles.....	93
6.3. Principales obstáculos y riesgos	94
6.3.1. La percepción de los obstáculos y riesgos por las empresas españolas.....	98
6.4. Riesgos comunes.....	98
6.4.1. Perfil de los flujos de caja	99
6.4.2. Ausencia de financiación en moneda local e inestabilidad cambiaria.....	101
6.4.3. Sobrerreacción de los mercados de valores internacionales.....	102
6.4.4. Tamaño mínimo	103
6.5. Riesgos específicos en diferentes sectores	104
6.6. El papel de los organismos internacionales	108
6.7. Obstáculos percibidos por los países	109
6.8. Experiencias favorables y ventajas con las inversiones españolas	118
6.9. Conclusiones	121
7. LA CONDICIONES ACTUALES PARA LA CREACIÓN DE SINERGIAS.....	128

8. LA CREACIÓN DE SINERGIAS ENTRE PYMES ESPAÑOLAS Y DE AMÉRICA LATINA	137
8.1. Obstáculos percibidos por la empresa española	137
8.2. Obstáculos percibidos desde la perspectiva latinoamericana.	141
8.3. Factores que facilitan las sinergias	149
8.4. Necesidades para mejorar las condiciones de creación de sinergias	155
8.4.1. Necesidades de las Pymes españolas para mejorar las condiciones de creación de sinergias.....	155
8.4.2. Necesidades de las Pymes españolas para la creación de sinergias.....	157
8.4.3. Necesidades de las Pymes latinoamericanas para mejorar sus condiciones de creación de sinergias	157
9. CONCLUSIONES	163
BIBLIOGRAFÍA	172
ANEXO.....	175
A. Indicadores económicos en países de América Latina (Millones de dólares).....	175
B. Relación del “PIB per cápita” en países de América Latina- Año 2004 (Millones de Dólares)	176
C. Exportaciones a países de Latinoamérica según CCAA -año 2006 (Miles de Euros)	176
D. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 1	177
E. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 2	178
F. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 3.....	179
G. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 4.....	180
H. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 5.....	181

I. Importaciones de Latinoamérica a España. Principales países. Año 2006	181
J. Principales destinos de las importaciones latinoamericanas según CCAA -Año 2006.....	182
K. Importaciones de Latinoamérica a España según CCAA año 2006. (Miles de Euros)	182
L. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA - Tabla 1	183
M. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA - Tabla 2.....	184
N. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA - Tabla 3	185
O. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA - Tabla 4	186
P. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA - Tabla 5	187

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivo

Los cambios producidos en la realidad empresarial en general han hecho que se modifique el entorno al que se enfrentan las empresas en el ejercicio de su actividad. Los acuerdos para la cooperación empresarial y la búsqueda de sinergias, se ha convertido en una de las prácticas más utilizadas como consecuencia de procesos de reestructuración vigentes en un amplio número de sectores de la economía.

La comunidad de lengua, cultura e historia entre España y América Latina ha de servir como punto de partida que favorezca el continuo flujo de intercambios y desarrollo de proyectos comunes en los diversos campos, incluyendo el empresarial.

Las empresas españolas tienen en sus homónimos latinoamericanos a sus interlocutores naturales que han de ser seguros destinatarios de sus proyectos de cooperación y búsqueda de ámbitos de sinergias, desde una posición de simetría y bilateralidad. Así mismo, las latinoamericanas ven en las españolas una oportunidad preferente para alianzas sinérgicas al reconocer el camino ya recorrido por estas empresas y valorar lo que pueden aprender de éstas.

En el presente estudio nos hemos planteado como objetivos poder detectar las necesidades de las empresas españolas y sobre todo de las Pymes, para su crecimiento y para la cooperación empresarial, los obstáculos más importantes y las estrategias posibles de cara a poder plantear proyectos comunes. Buscamos destacar las fortalezas y oportunidades de negocio que estos acuerdos representan para las empresas españolas.

Ofrecemos un informe temático de los temas investigados así como tablas que incluyen información relevante que esperamos sirva como herramienta útil al ofrecer datos que ayuden a la creación de sinergias entre las empresas españolas y latinoamericanas.

1.2. Metodología

Dado el marco del presente estudio la técnica elegida para abordarlo ha sido el de una doble aproximación cualitativa y el análisis documental en el que nos hemos apoyado para la confección de las tablas.

La técnica cualitativa de investigación propuesta, es la entrevista en profundidad constituyendo ésta la base fundamental para la elaboración del informe, sin desmedro del análisis documental.

La entrevista en profundidad, consiste en un diálogo cara a cara directo y espontáneo, de una cierta concentración e intensidad entre el entrevistado y el profesional que orienta el discurso lógico y afectivo de la entrevista de forma más o menos guiada. En la elaboración del entrevistado de su propio discurso, se aspira a “leer” en todas sus dimensiones y niveles, únicamente las coordenadas motivacionales, más que las características individuales del entrevistado.

Las entrevistas en profundidad fueron realizadas a:

- Consejero de Comercio de la Embajada de la República Argentina.
- Consejero de Comercio de la Embajada de la República Federal del Brasil.
- Consejero de Comercio de la Embajada de la República de México.
- Consejero de Comercio de la Embajada de la República del Perú.
- Consejero de Comercio de la Embajada de la República Bolivariana de Venezuela.
- Dpto. de Relaciones Internacionales de la CEOE.
- Dpto. de Información de la Cámara de Comercio de Madrid.
- Dpto. de Estudios Económicos del Consejo Superior de Cámaras.

2. PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

Este trabajo toma como punto de partida el estudio de la internacionalización acontecida de las empresas españolas desde la perspectiva inversora en América Latina, que bien podemos situar a principios de los años noventa del siglo XX.

Es a partir de estas fechas cuando asistimos en España a un hito que marcará un antes y un después en la historia contemporánea de la economía española, esto es, “la apertura al exterior y la internacionalización empresarial que propició un despliegue inversor” que, por su rapidez, volumen y posiciones alcanzadas, sorprendieron a la comunidad internacional y singularmente a la latinoamericana.

Tan sólo décadas atrás, en los balances apenas cabían menciones que no estuvieran referidas a nuestro propio país, donde las empresas multinacionales sencillamente no existían y lo mismo puede decirse sobre las inversiones extranjeras directas (IED). Conocido es que España ha sido durante largos años “receptor neto” de inversión extranjera directa, bien por la imposibilidad legal de invertir en el exterior, bien por la imposibilidad real de hacerlo, pues el nivel de desarrollo económico imposibilitaba la escasez de disponibilidades financieras para estas actuaciones y además, la economía española se caracterizaba por su escasa apertura comercial. Ésta representaba en los inicios de los años setenta un exiguo 10,5% del PIB, que pasó en los ochenta a situarse alrededor del 30%, para avanzar rápidamente durante la década de los noventa hasta lograr el 60%. Actualmente España se sitúa entre las diez economías más abiertas del mundo, y su grado de apertura se encuentra sobre el 65% del PIB.

En cuanto a la IED, los datos son también bastante elocuentes por sí mismos, pues nos ofrecen una idea de la enorme trascendencia del cambio económico y empresarial producido. A principios de los años noventa, la suma de la inversión directa emitida y recibida se situaba entre el 1,5% y el 3% del PIB respectivamente. Finalizada la década, estos flujos se vieron notablemente alterados, pues representaban casi el 10% del PIB.

En 1997 se produjo un hecho altamente significativo, pues por primera vez la IED emitida superaba la recibida. Más aún, desde el año 2000 el volumen acumulado de inversión directa española en el exterior ha superado el stock recibido por España. Precisamente durante ese año, los flujos de IED establecieron un récord inversor en el exterior, al alcanzar los 59.344 millones de euros.

Podemos situar esta dinámica inversora a partir de 1974, cuando la tendencia era posicionarse tímidamente en Europa, escasamente en Estados Unidos y cómo no, mayoritariamente en América Latina, donde se situaba gran parte de la IED en industria, pesca, construcción y, en menor medida, hacia el sector financiero. Posteriormente, en los años ochenta, se produjeron dos hechos destacados para España y América Latina.

Por un lado, la crisis de la deuda externa latinoamericana (1982), que afectó a todo el continente, promulgó una situación de inestabilidad económica que se extendería durante toda la década. Por otro lado, en 1986 se formalizaba la entrada de España en la Comunidad Económica Europea. Este acontecimiento, junto con el proceso de inestabilidad regional, causó una importante disminución de las inversiones en Latinoamérica, al derivarse hacia los países comunitarios como resultado lógico del proceso de integración con Europa.

Esta tendencia inversora alcanzó un punto máximo en 1991, para posteriormente reducirse debido a la desaceleración del crecimiento de la economía española y europea por la recesión del período 1991-1993.

Será a partir de 1993, con la creación del Mercado Único Europeo, cuando se producirá la inequívoca señal de “internacionalización” de la empresa española, pues debía competir en el mercado más exigente del mundo y, además, tenía que protegerse de posibles adquisiciones “hostiles” por parte de los grandes grupos comunitarios. Estas y otras coordenadas fijan la atención nuevamente sobre el continente latinoamericano que, en principio, a ninguna de las grandes y medianas empresas españolas debería ser ajeno.

Por entonces, un reducido grupo de empresas recientemente “privatizadas” como Endesa (electricidad), Repsol (petróleo y gas), y otras aún antes de serlo como fue el caso de Iberia (transporte aéreo) y Telefónica (telecomunicaciones), junto a los grupos bancarios privados: Santander, Bilbao Vizcaya e Hispano Americano, decididamente y desafiando diferentes factores de riesgo, apostaron abiertamente por una estrategia de inversiones directas en la región que les llevase a liderar sus respectivos sectores de actividad. Posteriormente, se sumaron otras importantes compañías que formarían parte del grupo duro inversor, como Iberdrola y Unión Fenosa (electricidad), Gas Natural (gas) y Aguas de Barcelona (agua).

Los resultados de estas incursiones no se hicieron esperar, y el peso de los activos internacionales como los resultados para el balance se incrementaron notablemente; se produjeron cifras no conocidas hasta el momento, que representaron para Endesa el 40% del total de sus activos, superando el 30% los de Telefónica y en torno al 30% para Santander y Bilbao Vizcaya.

Al mismo tiempo, por los mismos años, algunas de las empresas extranjeras más relevantes procuraban incrementar su eficiencia mediante inversiones directas en España. Por el contrario, las empresas españolas buscaban aceleradamente su acceso a los mercados latinoamericanos, con el firme objetivo de acrecentar su tamaño como mecanismo para mantener y aumentar su posición competitiva en las mejores condiciones dentro de los mercados internacionales, diversificar riesgos y, por supuesto, para aprovechar las nuevas oportunidades que ofrecían las reformas emprendidas tras la puesta en marcha del Consenso de Washington en 1989, que introducía profundos cambios “estructurales” en las economías regionales, los cuales renovaron ampliamente el ámbito de los negocios en América Latina a la vez que facilitaban el acceso de las inversiones extranjeras.

Todos estos movimientos acontecidos, sin embargo, no formaban parte de un programa predeterminado por una estrategia previa entre el Gobierno y las empresas; pero produjeron excelentes resultados, especialmente notorios hacia finales de los años noventa.

Desde entonces, la aceleración inversora en el exterior fue realmente intensa, y en el año 1999 se marcó un gran “hito”: España se convirtió en el primer inversor de América Latina y sexto a nivel mundial con 39.504 millones de euros, hecho que se repitió en el año 2000 al situarse en el séptimo lugar al totalizar 59.344 millones de euros.

Concluido este primer excepcional ciclo inversor al que llamaríamos, parafraseando a otros autores “La Década Dorada”, se precipitaron una serie de acontecimientos que abrieron un paréntesis y una brecha en la actividad inversora.

Cambios políticos y de orden local, llevaron a una retracción en el movimiento inversor, pasándose a una etapa menos activa en el siguiente lustro. Tras las grandes inversiones realizadas, las empresas decidieron diversificarse realizando importantes incursiones en los países de la ampliación en Europa, Estados Unidos y China.

Pero parece que habría llegado el momento de la vuelta “a los orígenes”, algunas de las grandes empresas están comenzando a mirar nuevamente hacia América Latina y anuncian ahora lo que se ha dado en llamar una “Nueva oleada de inversiones en Latinoamérica” para poder aprovechar la bonanza económica de la región que crece actualmente a tasas superiores al 4%.

Las grandes empresas españolas del sector bancario, telecomunicaciones y energía que han sido el motor de la inversión y tractor de arrastre para las Pymes en su camino hacia la internacionalización, han anunciado importantes inversiones en la zona, en los países de Latinoamérica incluyéndose a Brasil, importante baluarte del MERCOSUR y mayor mercado de la región. Ésta, estaría viviendo actualmente un momento excepcional, pese a las situaciones políticas complejas de algunos países, situaciones que se espera poder solventar mediante la firma de pactos del tipo de “doble responsabilidad”: las empresas habrán de mantener sus compromisos de inversión pero los gobiernos deberán contribuir con una mayor estabilidad jurídica y regulatoria.

Muchas de las grandes empresas estarían dispuestas a aprovechar el momento visto que las grandes inversiones en adquisiciones de compañías e infraestructuras ya fueron hechas en el ciclo anterior por lo cual estarían en una situación privilegiada para aprovechar el buen momento económico de la región y rentabilizarlas.

Se ha verificado un importante incremento en el flujo comercial el pasado año en que se ha experimentado un elevado dinamismo. Las exportaciones habrían alcanzado una variación nominal del 13% representando su participación en las ventas españolas al exterior algo más que el 5%. El dinamismo de las importaciones fue aún superior al de las exportaciones registrándose un aumento nominal del 35,8% de las compras españolas en la región.

La situación lógicamente no es homogénea. Los intercambios se concentran esencialmente en tres países. Desde la perspectiva de las exportaciones, México, Brasil y Argentina han recibido casi el 60% de las ventas españolas en América Latina en el último año (2005) y en estos tres países a su vez, el 63% de los envíos realizados tuvo como destino el mercado español. De ellos, México se muestra como el principal socio comercial de España en el área, con un elevado dinamismo en el volumen de flujo. Los principales desequilibrios se mantienen con Argentina y Brasil mientras que se observa un elevado superávit con Cuba. Otros países con mayor intercambio en otras épocas, han quedado rezagados por diversas razones.

El intercambio con estos países está concentrado en algunos pocos capítulos. Los diez primeros en orden de importancia significan más de la mitad (60%) de las ventas españolas a Latinoamérica destacándose los combustibles, minerales, maquinarias, reactores y calderas, material eléctrico y vehículos; este último con un peso superior al 40% del total.

3. SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE LATINOAMÉRICA

3.1. PIB en Latinoamérica

En este capítulo analizaremos de manera global, la situación económica vivida por los países latinoamericanos y su posterior evolución en los últimos 15 años. Analizamos las consecuencias de la crisis económica sobre estas economías, analizando en detalle cuáles son las causas y medios de propagación, tanto económicos como político-sociales tras un año que se cierra con una oportunidad perdida para avanzar en el necesario proceso de convergencia de Latinoamérica hacia el estándar de vida de los países desarrollados.

Para ello se analizan la situación de desigualdad en la distribución de la renta, los circuitos económicos de transmisión de la crisis en la zona, el papel jugado por la inversión internacional y los principales condicionantes económicos de los países iberoamericanos como sustrato fértil para la propagación de la crisis.

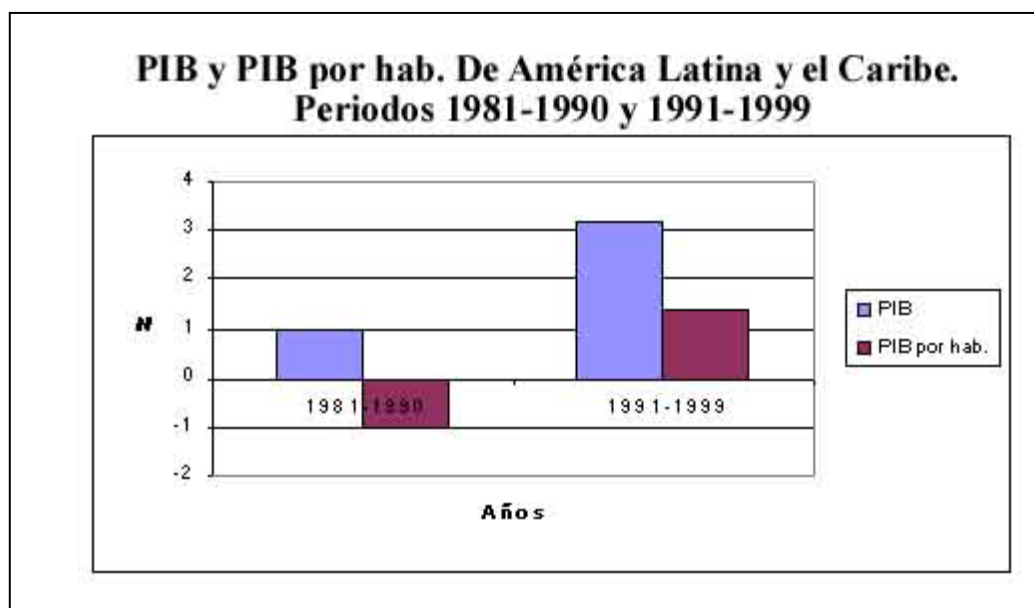
A finales del primer trimestre de 2005, se cumplieron las predicciones hechas por el Instituto L. R. Klein según las que el continente latinoamericano volvería al crecimiento a mediados del pasado año y que, descontando de la media la caída Argentina, el avance del PIB podría acercarse al 2% para el conjunto del año. La previsión para EEUU, en ese mismo momento, alcanzaba el 1,8 para 2005 en medio de una notable incertidumbre. Se albergaba la esperanza, un año más, de que tras el ajuste de 2004, se retomaría la tendencia al crecimiento iniciada a mediados de los 90.

A finales de junio de 2005, la economía americana dio falsas muestras de una incipiente recuperación que permitió, salvo irreparables excepciones (Argentina y Venezuela), mantener las expectativas de crecimiento continental positivo. El sesgo optimista con que se dibujaba este escenario tardó poco en desvanecerse; fue suficiente que la euforia americana volviese a moderarse para que, a finales de septiembre, en medio del vendaval brasileño, el agravamiento del conflicto venezolano y la falta de horizonte argentino, las previsiones cayeran como un castillo de naipes: las

correcciones fueron muy fuertes y afectaron a economías más saneadas como Chile. A finales de 2004, el empeoramiento en Venezuela, las señales de desaceleración mexicana y la falta de impulso en Chile eclipsaron la mejora del escenario en Argentina y la corrección al alza de las expectativas brasileñas.

3.1.1. El retorno al crecimiento

La década de los noventa ha sido para la economía latinoamericana la del retorno al crecimiento. Después de la "década perdida" de los ochenta, en que el impacto de la crisis de la deuda externa provocó varios años consecutivos de crecimiento negativo, y un balance general para la década de un -1% de crecimiento en el PIB por habitante; la economía recuperó su tono expansivo, pero con unas tasas de crecimiento del PIB per cápita más que moderada, que no llega siquiera la 1,5%



Fuente: Cepal, Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe - 1999

La trayectoria reciente de las tasas de crecimiento del PIB latinoamericano, además de moderadas, son inestables, quedando la década partida en dos mitades, con una crisis a mitad de recorrido y otra al final.

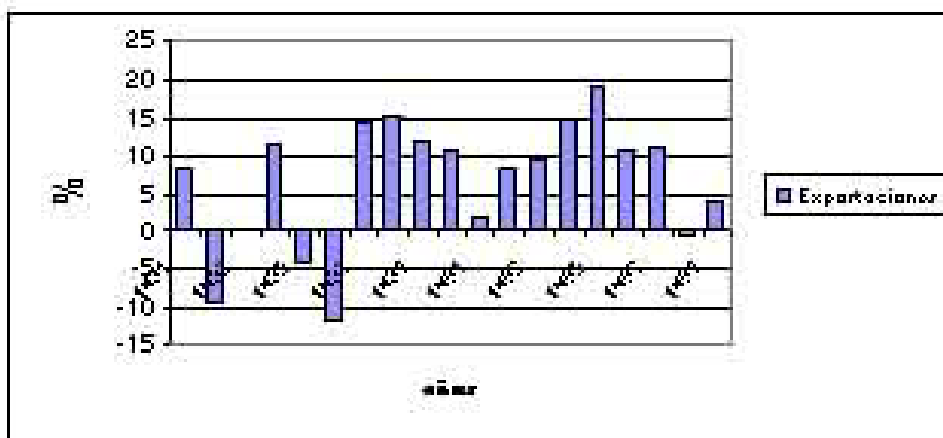
Tanto en 1995 como en 1999 las tasas de crecimiento del PIB por habitante fueron negativas. Ambas crisis económicas están motivadas por factores externos que golpean economías en fase de transición.

En 1995 fue México quién sufrió las consecuencias de la pérdida de confianza de los propietarios de títulos de deuda, los que iniciaron una retirada sistemática del mercado mexicano. Sus efectos se hicieron sentir hasta Argentina, donde la crisis financiera internacional adquirió el nombre de "tango". En 1998 y 1999, la depresión económica de los países latinoamericanos ha estado ligada a los efectos de la crisis de la región asiática, donde las economías emergentes sufrieron el ataque de los capitales volátiles, una vez que se puso en evidencia las presiones devaluadoras sobre sus monedas. Brasil fue el país más afectado, y la economía chilena, que había mostrado una notable solidez durante más de una década y media, también entró en depresión. Es oportuno señalar aquí que, en alguna medida, las estadísticas del crecimiento del PIB latinoamericano están favorecidas por el efecto de las crisis. En un principio, en las etapas depresivas aumenta el desempleo y se reduce la actividad económica, dejando capacidad instalada ociosa, y cae el producto, en consecuencia; en los años siguientes, la recuperación del PIB es favorecida por los bajos índices iniciales, los del año de crisis, así como por la abundante oferta de fuerza de trabajo, que presiona los salarios hacia abajo y potencia la economía informal, al mismo tiempo que se recupera la actividad de la capacidad instalada, con lo cual el PIB vuelve a crecer con fuerza, pero no de forma sostenida.

3.1.2. Nuevo dinamismo exportador

La extrema sensibilidad de la economía latinoamericana de los noventa a los ataques externos, tiene que ver con el nuevo rol que han adquirido las exportaciones en esta nueva etapa de expansión. Como se puede ver en el gráfico que se reproduce más abajo, las exportaciones se recuperaron a partir de 1987 y durante toda la década de 1990 han sido el factor más dinámico de la economía. Podríamos decir, que desde antes de la Primera Guerra Mundial no ha habido un periodo semejante, en el que las exportaciones hayan tenido una repercusión tan sistemática sobre el crecimiento. Hago notar que las exportaciones han crecido a una tasa que es tres veces superior al PIB.

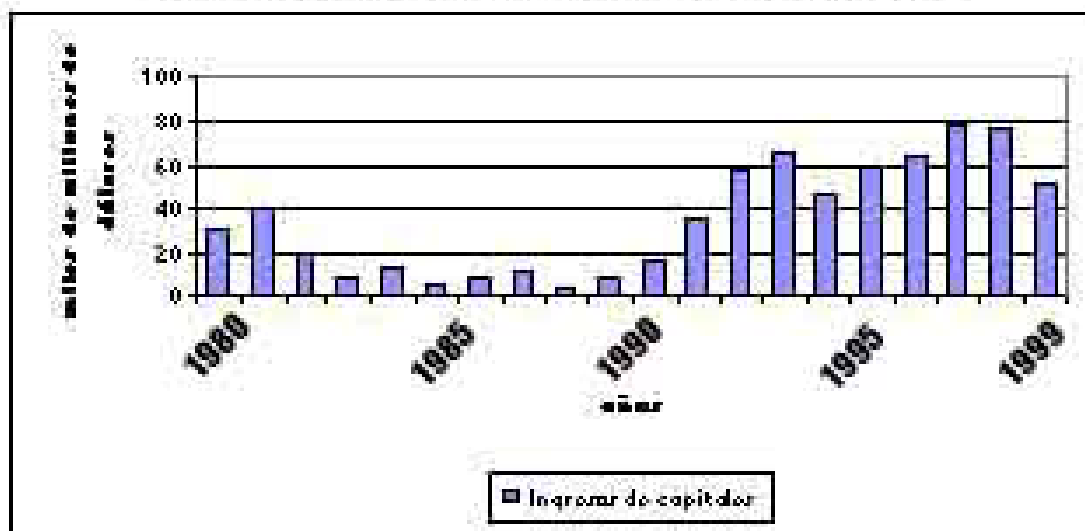
Tasa de crecimiento anual de las exportaciones América Latina y el Caribe, 1981-1999



Fuente: Cepal, *Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe - 1999*

Este nuevo ciclo de crecimiento volcado hacia las exportaciones ha requerido de importantes reformas en la institucionalidad económica. En primer lugar, se ha tenido que instrumentar una consistente apertura externa, con reducción de aranceles, eliminación de mecanismos para-arancelarios de protección y modificación de las políticas cambiarias a favor de tipos de cambio que establecen cada vez más países determinados por las fluctuaciones del mercado. La apertura al exterior, a pesar de sus riesgos, ha significado mejorar los mecanismos para financiar el pago de la deuda externa, en ocasiones con el apoyo de las instituciones financieras internacionales. Pero sobre todo ha significado recuperar la confianza de los inversores internacionales, permitiendo que América Latina vuelva a tener acceso en los noventa a los capitales internacionales, que estuvieron lejos de la región en los ochenta.

Ingresos netos de capitales totales en América Latina y el Caribe. 1980-1999



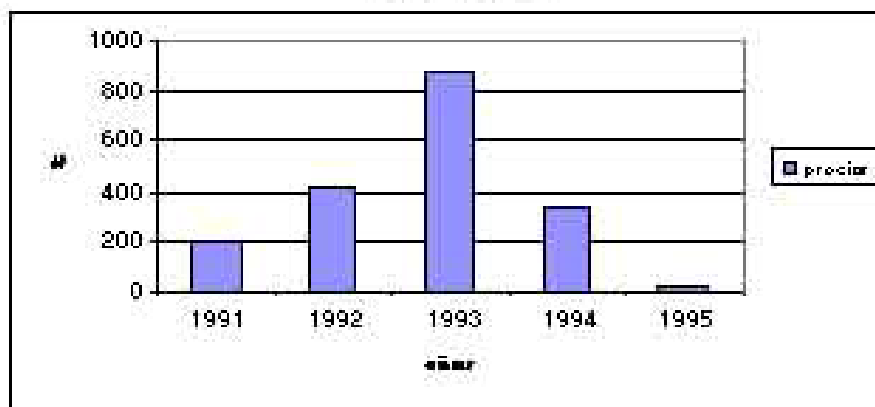
Fuente: Cepal, Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe - 1999

La nueva fase de expansión, con todas sus limitaciones, ha permitido que la economía de América Latina comenzara a superar dos rémoras históricas que han lastrado su progreso durante casi todo el siglo XX, y en la segunda mitad especialmente: la inflación y el déficit público.

3.1.3. Control de la inflación y del déficit público

La inflación que comenzó expansiva y explosiva, encaramándose desde el 200 al 900% entre 1991 y 1993 (sobre todo por culpa de Nicaragua y Brasil), consiguió reducirse hasta el 25% en 1995, y llegar al nivel más bajo en 1999, coincidiendo con la depresión, cuando se sitúa por debajo del 10%. Una inflación controlada es vital para la viabilidad a largo plazo de las empresas, al mismo tiempo que es indispensable para conseguir expandir el poder adquisitivo de los sueldos (al menos en el sector formal de la economía).

Índice de precios de América Latina y el Caribe 1991-1995



Fuente: Cepal, Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe - 1999

El control de la inflación va muy ligado a las políticas de disciplina presupuestaria. Y ésta a su vez, corre paralela a las políticas de reforma del sector público. El Estado ha tenido que reducir su tamaño, soltando el lastre de la burocracia creada en los años del populismo; ha iniciado un proceso de privatizaciones de las empresas públicas, con lo que ha podido equilibrar sus déficits públicos, al tiempo que se han pretendido fortalecer los mercados (con desigual éxito, ya que las privatizaciones no siempre han ido acompañadas de políticas de competencia, con lo que del monopolio público se ha pasado al monopolio privado, uno tan nefasto como el otro). En ese contexto se debe considerar también la reforma del sector financiero, comenzando por los Bancos Centrales (emisores), que han aumentado su independencia del ejecutivo. Si el control de la escalada de precios lo veíamos ligado a la reducción del déficit público y las reformas que le acompañan, el control del déficit tiene mucho que ver con la evolución de los ingresos públicos. Al respecto, se ha argumentado que el crecimiento traerá consigo el aumento de la recaudación fiscal, especialmente en aquellos países que han implantado el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Volumen de población pobre y hogares (en millones)

	PORCENTAJE DE HOGARES	VOLUMEN DE POBLACIÓN POBRE
1980	35	135,9
1990	41	200,2
1997	36	204,0

Fuente: Cepal, Panorama social de América Latina 1998

Y, efectivamente, ha aumentado la recaudación en esta época de crecimiento económico, pero con el coste de que el IVA es un clásico impuesto regresivo, por lo que el desafío para el futuro inmediato es implementar un "nuevo pacto fiscal" que consista en reducir el rango de evasión fiscal, haciendo que "todos paguen", e implementado un sistema de impuesto sobre la renta que obedezca a criterios progresivos, donde paguen más los que más ganen.

3.2. La evolución del crecimiento

En el plano social, el modelo también muestra sus progresos, pero debe ser aquí donde el balance de resultados es menos optimista. El Panorama Social de América Latina de 1998, ha puesto de relieve algunos de los rasgos menos venturosos del progreso. El porcentaje de hogares que vivían bajo la línea de pobreza en América Latina entre 1990 y 1997 se ha reducido constantemente en estos ocho años de la década de los noventa; pasando del 41 al 36%, nivel de pobreza que se aproxima al 35% que había en 1980, antes de la gran crisis económica de la década anterior.

Magnitud de la pobreza y la indigencia en América Latina 1980-1997 (%)

Hogares bajo la línea de pobreza			Hogares bajo la línea de indigencia			
Total del país	Urbana	Rural	Total del país	Urbana	Rural	
35	25	54	15	9	28	<i>Año1980</i>
41	35	58	18	12	34	<i>1990</i>
38	32	56	16	11	34	<i>1994</i>
36	30	54	15	10	31	<i>1997</i>

Fuente:Elaboración propia

Por su parte, el gasto social público latinoamericano se ha expandido en promedio un 38% en el mismo periodo, habiéndose distribuido este crecimiento en los sectores de "seguridad social" (40,8%), educación (39,5%), salud y nutrición (31,7%) así como vivienda, agua y saneamiento (19,3%). Pero los logros no son lo suficientemente potentes como para conseguir que junto con la disminución relativa de la pobreza, en tantos % sobre el número de hogares, se reduzca también la cantidad bruta de familias y personas que viven bajo el signo de la pobreza y la miseria.

Es preocupante que, a pesar del crecimiento económico de los noventa, en 1997 existan más de cuatro millones de personas pobres que las que existían en 1990. Por tanto, la pregunta clave es: ¿En qué se debe sostener una acertada política de lucha contra la pobreza? El primer problema a resolver, en este sentido, es nuestra concepción de la pobreza, superando las ideas que se remiten exclusivamente a la carencia de bienes y servicios para comprender el significado de la pobreza como un "estado social" que incluye la marginalidad y la informalidad como elemento característico. La pobreza, en la forma como se presenta actualmente en América Latina, es una situación estructural que impone a millones de personas la condición de excluidos del sistema social y económico formal. Esta exclusión no significa, en realidad, carecer de bienes y servicios, sino la existencia paralela de redes y reglas informales que dan acceso a ellos. La pobreza más difícil de atacar por las políticas estatales, entonces, es aquella que por la fortaleza de su institucionalidad informal, se aleja del acceso a los bienes y servicios provistos por el Estado o por el mercado (en su versión formal y legal) para

instalarse en un espacio social propio, regido por normas diferentes, muchas veces ilegales o paralegales, que cumplen con la misma función de procurar la satisfacción de las carencias propias de la pobreza.

En pocas palabras, después de que varias generaciones de latinoamericanos han nacido, vivido y fallecido en los espacios de la pobreza y la marginalidad, esta situación ha dado lugar a una trama compleja y poco estudiada que podríamos definir como "informalidad institucional". Con fines operativos, hay que entender como informalidad institucional un conjunto de reglas de comportamiento implícitas en el uso social, nunca escritas ni explicitadas, que son coherentes entre sí y compartidas por un grupo humano, y que existen paralelamente, en contraposición o conflicto con la institucionalidad formal, representada por la ley, el Estado y el mercado regido por esas leyes y protegido por ese Estado. La institucionalidad informal, así entendida, puede ser muy estable y duradera en el tiempo, incluso eficiente desde el punto de vista de la satisfacción de las necesidades de quienes se apoyan en ella, y da lugar a una dualidad socio-económica del tipo inclusión-exclusión.

A los estados latinoamericanos, a pesar de los renovados recursos para atacar la pobreza, les está costando sobremanera disolver las múltiples formas que adquiere la pobreza. En realidad no hay una única versión de este tipo de pobreza institucionalizada, se trata de múltiples expresiones que cada una de ellas no supera unos cuantos miles de personas o, a lo más, unas decenas de miles, que se dan sus propias reglas del juego basadas en criterios de solidaridad y ayuda, pero también en formas de violencia que castigan a los que se apartan de la pauta aceptada. La eficacia de los gobiernos en la disolución de la pobreza, por lo tanto, incluye su eficacia por terminar con la exclusión y la marginalidad. Para ello es perentorio iniciar el estudio específico de las características y magnitud de esta pobreza instalada ya históricamente en la informalidad, mediante el estudio de casos específicos y la aplicación de políticas adecuadas a cada caso.

Si se quiere tener éxito, además es indispensable contar con la participación de los protagonistas. Es muy difícil que un actor externo sea eficaz en detectar con toda

claridad los centros neurálgicos de la pobreza llevada a la categoría de una institución informal, y todavía resulta más difícil cambiarla. Es indispensable en consecuencia, la participación social de los colectivos marginales para iniciar la operación de formalización e inclusión en los marcos institucionales formales. La acción descentralizada, con unidades de análisis que se refieran a situaciones específicas de pobreza, con recursos políticos y sociales que permitan acentuar la participación, debería permitir al Estado una mayor eficacia para atacar los núcleos duros de pobreza, creando los caminos para que estos pobres realicen el camino desde fuera hacia adentro aprovechando sus propias capacidades creativas, o flexibilizando las normas que sostienen el espacio social formal para dar cabida a las formas más virtuosas en que se expresa el mundo social de los pobres, respetando sus expresiones culturales, aprovechando sus mecanismos de solidaridad y ayuda; factores que están fuertemente internalizados como pautas de conducta en las que se ha apoyado su supervivencia.

Exclusión y desigualdad: causas de un déficit de "ciudadanía"

La historia de América Latina, desde la época colonial hasta nuestros días, se ha caracterizado por una dinámica de crecimiento económico con altas tasas de heterogeneidad, en la que se reproducen varios sistemas económicos que podían o no obedecer a la dinámica institucional de la economía bajo control estatal.

Esta heterogeneidad (o dualismo, según se prefiera) se ha manifestado de dos maneras:

- a) Por una altísima tolerancia a la desigualdad intrasistémica, que tiene su primera manifestación en la "sociedad de castas" de la época colonial, la que consagraba desde sus inicios una heterogeneidad social, económica y política que los latinoamericanos han internalizado a sus comportamientos, y que tiene reflejo hoy en los enormes índices de desigualdad de ingresos y de oportunidades;
- b) La heterogeneidad que se ha expresado mediante la expulsión del sistema de determinados sectores a través de una dinámica de pobreza y exclusión.

Este fenómeno social ya estaba presente en la sociedad colonial americana en la forma de "sociedades cimarronas", que se automarginaban de las reglas del juego y construían su propio marco institucional, como hoy esa masa de pobres urbanos incorporados de lleno a la economía informal.

La constante tensión que genera exclusión económica y social, provoca a su vez aversión al Estado y marginación respecto a los comportamientos de carácter ciudadano. Es la suma de la pobreza, la marginación y la exclusión, sostenida durante generaciones "inmemoriales", lo que provoca la frustración de una parte relevante de los latinoamericanos e impide homologar sus comportamientos a los de una "ciudadanía responsable". Los mercados incompletos en lo económico, las democracias imperfectas en lo político, son la matriz desde donde nace y se reproduce un tipo de desarrollo que flaquea por la ausencia de un agente social activo en el ejercicio de sus deberes y derechos con ciudadano.

En las últimas décadas, no han dejado de engrosarse las filas de los excluidos que alimentan el dualismo institucional. Desde 1950 hasta la actualidad el sector informal urbano de la economía no ha dejado de crecer. Si en 1950 el 24% de los trabajadores urbanos estaban en la informalidad, en 1980 este índice se había elevado al 25%, reflejo de que la industrialización en marcha no podía eliminar las bolsas de pobreza y marginalidad, que en términos absolutos crecían (en términos de porcentaje sobre la población económicamente activa, se pasaba del 10% al 16%, lo que representa una expansión del 60% en 30 años). La década de 1980 resultó especialmente dañina en ese sentido, la crisis de la deuda externa tuvo altísimos costes sociales, ya que la informalidad en el empleo urbano se alzó hasta el 31%, con su merma respectiva en sector formal. La tendencia apuntada en los ochenta, queda reflejada a su vez en los datos de un estudio del Banco Mundial, en que se cuantifica el porcentaje de informalidad existente en algunos países latinoamericanos en los años iniciales de los 90. Al respecto, según el cuadro que se presenta a continuación, los grados de informalidad de la economía latinoamericana van desde un mínimo de 18 % (en el caso de Chile) a un máximo de 65% (en Bolivia), con una media aritmética del orden del 39%. Si ponderásemos estos porcentajes, según el tamaño de las economías de

América Latina, este porcentaje subiría todavía más, pensemos que Brasil representa el 40% del PIB regional y casi un 38% de su economía es informal.

Dimensión del sector informal de la economía latinoamericana a inicios de la década de 1990 (% sobre el PIB)

Chile	18,2
Argentina	21,8
Costa Rica	23,3
México	27,1
Venezuela	30,8
Ecuador	31,2
Colombia	35,1
Uruguay	35,2
Brasil	37,8
Honduras	46,7
Guatemala	50,4
Perú	57,9
Panamá	62,1
Bolivia	65,6

Fuente: N.Loayza, Policy Research Working Paper 1727, Banco Mundial.

La agudización de los problemas de marginalidad y exclusión durante los ochenta y noventa, ha tenido consecuencia sobre la seguridad de las personas. La encuesta del Latinobarómetro detecta que la delincuencia es uno de los problemas que más preocupan a las personas en América Latina, y que en torno al 90% tiene la impresión de que la delincuencia ha aumentado en los últimos años. La tendencia a actuar al margen de la ley es reforzada por el desprecio a aceptar un lugar en la ciudadanía, a sentirse parte de una sociedad con la que se han adquirido unos compromisos a lo largo

del tiempo y que ofrece espacios de seguridad y protección. La extrema violencia con que actúa la delincuencia en las ciudades latinoamericanas en la actualidad sólo se puede explicar por el grado de frustración que está provocando la exclusión, sumado al efecto de demostración de la opulencia de unos pocos frente a los excluidos, que se sienten con el derecho a tomar por su propia mano aquello que la sociedad les niega. Los déficits de "ciudadanía" que aludimos son también un factor de riesgo para la estabilidad de los sistemas políticos latinoamericanos. La existencia de amplias capas de población en condiciones de marginalidad extra-sistémica, hace de ellos presa fácil para las propuestas "neo-populistas". Las experiencias de Ecuador, Perú y Venezuela, son un buen ejemplo del nuevo populismo que ha surgido en la región en la década de los noventa. Pero el fenómeno es más extendido de lo que sugiere la información relativa a estos tres países. En muchas naciones latinoamericanas han aparecido síntomas que sugieren que para presentarse a las elecciones con posibilidades de ganar es necesario ofrecer durante la campaña más de lo que es realista realizar en el gobierno.

En esa misma línea, también es motivo de alarma el hecho de que en varios países (Argentina, Brasil y Perú, al menos), los gobiernos constitucionalmente elegidos han promovido reformas constitucionales para asegurarse la prolongación de su periodo de gobierno original, u obtener la venia constitucional para que el presidente de la República pueda repetir mandato, presentándose a unas elecciones fuertemente influenciadas por la injerencia del ejecutivo.

En síntesis, América Latina avanza en sus reformas económicas sin demostrar aún toda su potencialidad de crecimiento, la pobreza retrocede a un ritmo demasiado lento como para pensar en la universalización de los derechos sociales, y la desigualdad que impulsa a la exclusión está provocando importantes déficit de "ciudadanía" que podrían poner en peligro la recuperación democrática y económica de la última década.

En el 2004 ha supuesto un paso atrás en la evolución de las economías latinoamericanas, inmersas en un contexto internacional de crisis económica y

especialmente vulnerables a los cambios en las expectativas de los agentes inversores debido a sus frágiles fundamentos macroeconómicos.

Esa tasa supone un aumento del 3% del PIB por habitante, según el "Balance Preliminar de la Economía de América Latina y el Caribe 2005", que prevé para 2006 un crecimiento de la economía regional del 4,1%.

El informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) destaca que el desempleo en la región que disminuyó desde el 10,3% en 2004 al 9,3% en 2005, mientras los índices de pobreza bajaron del 44% en 2002 al 40,6% en 2005.

El documento indica que el dinamismo de la demanda interna y el entorno favorable de la economía mundial, que creció el 3,3% este año, posibilitaron este desarrollo, que continuará en el 2006.

3.3. Las previsiones

Según la CEPAL, si se confirman las proyecciones para el próximo año, el crecimiento medio del período 2003-2006 será levemente superior al 4% anual, mientras que el PIB por habitante acumulará un aumento cercano al 11%.

"Aunque éste es un hecho auspicioso, no puede ignorarse que la región está creciendo menos que el conjunto de los países en desarrollo, cuyo PIB aumentará el 5,7% en promedio entre 2003 y 2006", advierte la CEPAL.

El informe consigna, asimismo, que con la excepción de Guayana, todos los países de América Latina y el Caribe crecieron durante 2005, aunque son los países del Cono Sur y de la Comunidad Andina los que más crecen.

Venezuela lidera este crecimiento con el 9 por ciento, seguido de Argentina (8,6) y la República Dominicana (7 por ciento), mientras las economías de Uruguay, Chile, Perú y Panamá crecieron el 6 por ciento en 2005.

En contraste, los **países que registran el menor crecimiento** son Haití, con el 1,5%; El Salvador y Brasil con el 2,5%; Paraguay, Ecuador y México, con el 3 por ciento; Guatemala con el 3,2% y Bolivia el 3,8%, mientras los demás países crecieron por en torno al 4%.

3.3.1. Superávit en la balanza de pagos

La CEPAL destaca que una característica distintiva de este período es el **superávit** creciente en la cuenta corriente de la balanza de pagos, que califica de "un hecho sin precedentes en la historia económica de la región del último medio siglo". El saldo de la cuenta corriente equivaldrá este año al 1,3% del PIB regional, indicador que en 2004 fue de 0,9% y del 0,5% en 2003.

Mientras en América del Sur ese superávit representará el 3% del PIB en 2005, las previsiones para Centroamérica y México apuntan a un déficit equivalente al 1,8% del PIB. El informe preliminar destaca que la mejora de los términos del intercambio y las remesas de los emigrados ayudan a explicar la evolución favorable de la cuenta corriente.

El crecimiento económico mundial y la creciente participación de China, India y otras economías asiáticas incidieron, a su vez, en la mejora de los términos del intercambio de los países de América del Sur, con un 31% de aumento entre 1990 y 2005, según la CEPAL.

3.4. La importación y la exportación

En cambio los países de Centroamérica, importadores netos de petróleo y competidores de China en el mercado estadounidense de productos textiles, sufrieron un deterioro de sus términos del intercambio del 12% en el mismo período.

En cuanto al **comercio exterior**, las exportaciones de la región crecieron el 19,0 por ciento y las importaciones el 17,5 por ciento, y, por cuarto año consecutivo, se logró un

saldo positivo en la balanza de bienes, que en este caso ascendió a 75.700 millones de dólares, el 3,2 por ciento del PIB.

En el **sector interno**, el informe también consigna que 5,6 millones de personas encontraron empleo en las zonas urbanas este año y resalta que la caída en un punto del desempleo es "algo no visto en los últimos 20 años".

La CEPAL advierte, sin embargo, de que las condiciones laborales ha empeorado por la "baja productividad e ingresos en empleos inestables y sin protección social".

Sin embargo, Morse consideró que existe la posibilidad de que la celebración de ocho elecciones parlamentarias y presidenciales en los próximos 14 meses causen "cierta volatilidad" en los mercados.

Según el responsable de Schroders, las posiciones en cuenta corriente se han fortalecido, ayudadas por los altos precios de las materias primas como el petróleo y el cobre, mientras que "el entorno inflacionario es bueno", particularmente en los precios de los alimentos. Este último factor, a su juicio, es "importante" en países donde los ingresos de la mayoría de la población son relativamente bajos.

Respecto a los tipos de interés, Morse apuntó que estos se encuentran a la baja, principalmente en Brasil y México, y los flujos de inversión extranjera directa en la mayoría de los países latinoamericanos están también superando las expectativas.

En su análisis por países, Morse destacó que "Brasil es de lejos el mayor mercado de la región, y sus cifras económicas se mantienen bastante bien", al tiempo que consideró que el principal motor de la economía brasileña será el consumo de los hogares. Respecto a México, el responsable de Schroders subrayó que "hay mucho margen para bajadas de tipos de interés contra un contexto de inflación benigna".

Sin embargo, consideró que este país ha estado perdiendo cuota de mercado en las exportaciones a Estados Unidos a favor de China, y opinó que otro problema es la exposición de la economía mexicana a la debilitada industria del automóvil en EEUU. En cuanto a Chile, Morse estimó que su buen comportamiento económico "será sostenido" mientras que el precio del cobre se mantenga firme, lo que dependerá del nivel de la demanda futura de China.

El Servicio de Estudios del BBVA considera que el PIB de América Latina crecerá un 4,5% durante el ejercicio de 2006. Algunos países de la región crecerán por encima de la media, como Argentina o Perú, que lo harán un 7,3% y un 5,6%, respectivamente.

Además, México y Brasil mantendrán crecimientos del 4% y del 3,6%, respectivamente. Durante la presentación de la última edición del informe macroeconómico sobre la región, *Latinwatch*, el director del Servicio de Estudios Económicos del BBVA, José Luis Escrivá, defendió un escenario optimista para América Latina en 2006 gracias a la solidez de los fundamentos económicos internos de Latinoamérica y a la ausencia de desequilibrios durante la celebración de los procesos electorales. En este sentido, Escrivá señaló que el subcontinente "ha ganado la batalla de la estabilidad macroeconómica". Además, valoró el esfuerzo de apertura comercial realizado por distintas naciones latinoamericanas, en alusión a los tratados de libre comercio que han firmado con EEUU.

En general, las economías latinoamericanas atraviesan un período de bonanza, caracterizado por altas tasas de crecimiento, moderada inflación (5%-6%), bajos déficit públicos (menor al 1% del PIB) y superávit en la cuenta corriente. Este cuadro de situación continuará vigente al menos durante 2006 y 2007, años en los que "se debería aprovechar el ciclo positivo para profundizar en las reformas estructurales acometidas, consolidando un mayor crecimiento de medio y largo plazo".

Riesgos. Los expertos del BBVA matizaron algunos de los riesgos actuales que existen para las economías latinoamericanas. En esta línea, señalaron que si las tensiones geopolíticas afectasen directamente a la producción del crudo, el precio del barril

internacional del petróleo podría alcanzar los 107 dólares en 2007, aunque reconocieron que este panorama es "muy poco probable".

Además, los analistas indicaron que los procesos de integración del subcontinente "no son muy exitosos" y señalaron que "no tienen ningún signo" que demuestre que Mercosur se fortalecerá en los próximos años.

En el informe también se recoge un alza esperada del índice de materias primas, denominado "BBVA-MAP", superior al 20%, circunstancia que se producirá por tercer año consecutivo, con especial protagonismo del petróleo y el cobre.

Con relación al último de los pilares de crecimiento en la región, la elevada liquidez mundial, existen motivos para pensar que no habrá significativas subidas adicionales de los tipos de interés en 2006, y, en todo caso, su impacto en la región será muy limitado, según se recoge en *Latinwatch*.

También habría que añadir, según el informe del BBVA, mejores condiciones estructurales de partida en la región: mayor ortodoxia fiscal y monetaria, mejor posición externa y sistemas bancarios más saneados.

Cuadro indicativo de la evolución del PIB

Año	PIB millones de dólares	PIB per cápita dólares	PIB millones dólares de 2000
1970	1.629	272	-
1971	1.602	260	-
1972	1.874	296	-
1973	2.489	381	-
1974	3.711	553	-
1975	4.310	624	-
1976	5.317	752	-
1977	6.655	919	-
1978	7.654	1.033	-
1979	9.359	1.235	-
1980	11.733	1.511	-
1981	13.946	1.754	-
1982	13.354	1.641	-
1983	11.114	1.337	-
1984	11.510	1.355	-
1985	11.890	1.371	-
1986	10.515	1.187	-
1987	9.450	1.044	-
1988	9.129	987	-
1989	9.714	1.028	-
1990	10.569	1.030	-
1991	11.525	1.097	-
1992	12.430	1.157	-
1993	15.057	1.460	14.270
1994	18.573	1.660	14.941
1995	20.196	1.772	15.203
1996	21.268	1.835	15.568
1997	23.636	2.008	16.199
1998	23.255	1.946	16.541
1999	16.674	1.376	15.499
2000	15.934	1.296	15.934
2001	21.024	1.685	16.749
2002	24.311	1.920	17.321
2003	27.201	2.118	17.781
2004	30.282	2.325	18.957
2005	31.722	2.400	19.695

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE, Información Estadísticas Mensual.

4. FACTORES DETERMINANTES DE LA ELECCIÓN DE AMÉRICA LATINA COMO PRINCIPAL DESTINO INVERSOR DE ESPAÑA

En principio, como factor económico general, podemos argumentar que los países latinoamericanos lograron durante la segunda mitad de la década de los noventa, ser considerados internacionalmente como países emergentes. Desde esta valoración y ayudados por una clima económico internacional favorable, junto con la democratización y estabilización del clima político, los amplios programas de reformas estructurales, los bajos costes laborales, la eliminación de los principales obstáculos a la propiedad privada extranjera, la política desreguladora y de privatizaciones, más los acuerdos de integración regional que se multiplicaban con la creación de MERCOSUR (1993), Pacto Andino, que se convierte en una zona de libre cambio también desde 1993, que unido al grupo de los tres: México, Colombia y Venezuela, sin olvidar la gran importancia que adquiere el TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) y el APEC (Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico), en el que participan Chile y México, constituyeron factores determinantes (junto con toda las reformas estructurales asociadas al Consenso de Washington) del regreso de la inversión extranjera.

Estas entradas de inversión extranjera directa hacia América Latina y el Caribe han registrado un crecimiento sin precedentes. Se ha pasado de 9.200 millones de dólares en 1990 a los 86.467 durante 1999, año que se alcanzó el máximo histórico en la región. Consecuentemente, las inversiones internacionales en la región se han renovado ampliamente, estando este fenómeno dominado por cambios trascendentales en el origen, destino y estrategias de los inversionistas extranjeros, destacando los siguientes rasgos:

- A pesar de que el interés de los inversionistas extranjeros sigue concentrándose en los mayores economías de la región, se aprecia un incremento gradual de la atención por los países más pequeños.

- El dominio generalizado de las empresas estadounidenses comienza a ser equilibrado por la masiva llegada de las firmas europeas, básicamente de España, Francia, Italia, Reino Unido y Países Bajos.
- Las inversiones destinadas hacia actividades manufactureras han perdido importancia a favor de los servicios, principalmente telecomunicaciones, energía y finanzas. Telecomunicaciones, energía y finanzas, han sido los sectores más representativos elegidos por las empresas españolas.
- La compra de activos existentes ha constituido la modalidad más utilizada por los inversionistas extranjeros para implantarse o expandir su presencia en la región. Primero por los numerosos programas de privatizaciones, y posteriormente mediante la adquisición de firmas privadas locales. Esta modalidad es la utilizada preferentemente por las firmas españolas, y siempre asegurándose la mayoría del capital, para hacerse con el control y gestión directa.

Los factores determinantes de por qué *América Latina se constituye como centro de los flujos de inversión directa española* son muy variados; y se encuentran unos y otros fuertemente entrelazados para esta elección de las empresas y bancos españolas.

Destacan los siguientes:

- Un primer factor ya apuntado fue la respuesta a los sucesivos desafíos de su incorporación a la Comunidad Económica Europea, la creación del Mercado Único y, finalmente, la instauración de la Unión Económica y Monetaria con la entrada en circulación del euro, que añadía nuevas ventajas para impulsar el comercio y la IED.
- Otro factor trascendente para conseguir este rápido despliegue lo constituye la ventaja derivada del *idioma*, dada la inmediatez y proximidad que confiere como vínculo lingüístico común, facilitador de una enorme “*ventaja competitiva*”, ya que

permite la transferencia de conocimientos, productos, tecnología y de técnicas empresariales de manera rápida y eficiente.

- *Un mercado potencial próximo a los 500 millones de habitantes*, siendo esta amplitud, con su fuerte desarrollo demográfico, una solución a la extrema saturación de los mercados españoles.
- El recurrente aumento de los *stocks de capital y de productividad*, cuyos índices se encontraban en niveles muy bajos, lo cual permitía obtener grandes mejoras.
- Otro factor determinante que presionaba cada vez más era el alto grado de maduración de sectores como el energético, bancario o el de las telecomunicaciones, que perseguían impulsar rápidamente las ventas con el fin de compensar el saturado mercado nacional, ligado a la necesidad de alcanzar el suficiente tamaño.

A estos factores se les debe añadir que, como en toda inversión internacional, se abría la posibilidad de construir estructuras empresariales diversificadas geográficamente. Pero también se daba el caso de la diversificación cíclica, ya que desde 1985 y durante toda la década de los años noventa, los ciclos económicos de América Latina y España han sido asimétricos.

4.1. Por qué invierten las empresas españolas en América Latina

Junto a los factores considerados anteriormente, existen otros condicionantes o circunstancias para que una empresa invierta en el exterior, en nuestro caso en América Latina. Deben concurrir, al menos, tres tipos de condiciones:

- a) Es necesario que sea propietaria de activos tangibles o intangibles capaces de ser explotados de forma rentable;
- b) Los mercados de destino deben ofrecer ventajas frente a la permanencia en el mercado nacional; y

- c) Es necesario que las empresas encuentren beneficioso explotar por ellas mismas esos activos frente a una posible venta de estos a favor de otras empresas.

Estos tres tipos de circunstancias se encuentran presentes en las decisiones de expansión de las empresas españolas en América Latina. En efecto, en primer lugar las empresas españolas que se han internacionalizado hacia este continente poseían una larga experiencia y un profundo *know-how* en el mercado interno que pueden explotar en terceros países exitosamente; en segundo lugar, la ventaja de localización en estos mercados responde a la necesidad de diversificar geográficamente sus negocios en un mercado tan natural como el latinoamericano, favorecido por los factores determinantes expresados con anterioridad; y en tercer lugar, es obvio que las empresas españolas han optado mayoritariamente por explotar sus negocios conservando la propiedad sobre estos, controlando en general la mayoría del capital.

A estas razones se les debe añadir los logros conseguidos durante los últimos años en nuestro país, como la estabilidad macroeconómica, el control de la inflación, la reducción de los tipos de interés que, unido al ingreso en la zona del euro desde 1999, han facilitado enormemente este proceso inversor hacia América Latina. Esta ingente cantidad de recursos comprometidos ha sido posible en el marco de unos mercados financieros europeos cada vez más integrados, donde ya no existe riesgo de cambio entre los países que forman parte de la Eurozona.

Por estas razones y otras, América Latina no representa únicamente una válvula de escape, sino una región necesaria para la expansión exterior de las empresas españolas, y como toda expansión internacional, conlleva la posibilidad de construir estructuras empresariales diversificadas geográficamente e instaurar una cultura más global y por supuesto el aumento de tamaño.

Otras de las consideraciones tenidas en cuenta, es la diversificación de riesgos, a la que se añade la cíclica. Los ciclos económicos entre las respectivas economías española y latinoamericana no han estado correlacionados durante los últimos 20 años, mientras que con los países de la Unión Europea han ido en aumento.

Desde estas coordenadas, las empresas españolas se han convertido en actores centrales, ya que de una presencia invasora casi inexistente a principios de la década de los noventa, que suponían 2.109 millones de euros, España se ha convertido en el segundo inversor mundial de la región por detrás de Estados Unidos y el primero de la UE, al superar los 110.000 millones de euros durante el período 1990-2004, aunque se produjo un retroceso durante los años 2001-2003, lo que fue una tendencia superada por los desembolsos realizados en el 2004, tal como se podrá comprobar a lo largo del presente estudio.

5. INVERSIÓN DIRECTA ESPAÑOLA EN AMÉRICA LATINA 1990- 2005

Durante al menos las dos últimas décadas, la economía española viene registrando un proceso de crecimiento, transformación productiva y tecnológica, basado en la incorporación deliberada y sistemática del progreso técnico. Esta transformación se ha visto altamente apoyada por una gestión empresarial, que se ha modernizado año tras año, como señal inequívoca de haber logrado su inserción competitiva en el mercado mundial, con especial relevancia en los mercados latinoamericanos, donde se ha conseguido tener presencia en casi todos los sectores de actividad, y liderar de manera creciente el de servicios.

Todo ello repercutió positivamente en el papel creciente de España en el contexto económico mundial en relación con los flujos de la IED, al pasar a desempeñar un importante papel como foco emisor de proyectos de inversión directa. Una prueba es que durante 1995 nuestro país alcanza un 1,15% sobre el total de la IED mundial, mientras que en el año 1999 ocupó el sexto lugar como inversor mundial con 39.504 millones de euros, representando el 4,67%, para ocupar en el año 2000 el séptimo puesto con 59.344 millones de euros, representando el 5,67% del total de la IED mundial, multiplicando casi por cinco el porcentaje de 1995. Hay que tener en cuenta que este porcentaje es muy superior a la cuota en el comercio de mercancías, cercana al 2% durante los últimos años.

Durante el período inversor considerado 1990-2000, la IED española en Latinoamérica alcanzó la cifra próxima a los 100.000 millones de dólares, lo que representa algo más de la mitad efectuada por la UE, y similar a la de Estados Unidos. Curiosamente, el gran ausente en este proceso ha sido Japón, país inversor líder durante la década de los ochenta, cuando adelantó a la economía americana en su PIB y sobresalió por sus métodos organizativos, tecnológicos e innovadores, que transferían a las empresas altas tasas de competitividad, dotándolas de una capacidad para internacionalizarse y conquistar nuevos mercados exteriores.

Este cambio tan significativo, representa un claro exponente de renovación en su conjunto de la economía española, donde instituciones, empresas, tecnología, infraestructuras, financiación y liberalización sectorial, posibilitaron este excepcional impulso para buscar nuevas oportunidades exteriores ante el influjo de la globalización económica la cual prioriza para competir con éxito: tamaño y dimensión internacional.

5.1. Principales inversiones empresariales 1990-2000

A continuación se repasan algunas de las principales operaciones acaecidas en los sectores y respectivas empresas, que impulsaron la inversión directa extranjera en la región durante el período 1990-2000.

En el **sector bancario**, las entidades españolas invirtieron alrededor de 25.000 millones de dólares en su estrategia de expansión, de los cuales 9.500 millones correspondieron al Banco Bilbao Vizcaya, 15.200 millones al Banco Santander y el resto al Banco Central Hispano. Las principales fórmulas utilizadas por los bancos en sus estrategias de penetración y expansión en la región son fundamentalmente dos:

- *Modelo Santander*, basado en la adquisición mayoritaria y en algunos casos del cien por cien, asegurándose el control y la gestión total.
- *Modelo BBVA*, se apoya en acuerdos con socios locales que suponen el establecimiento de control mayoritario, reservándose siempre la gestión.

En ambos casos las adquisiciones correspondían a bancos comerciales, ya que la estrategia planteada perseguía la rápida implantación de su negocio tradicional de banca comercial en el mayor número de países posibles. Pero también adoptaron una creciente política de diversificación hacia nuevos sectores de actividad afines, tales como el de los seguros, los mercados de previsión social o las pensiones.

Respecto al **sector de la energía**, y refiriéndonos en primer lugar a las inversiones petroleras, encontramos que la mayor operación individual de inversión extranjera

directa de una empresa española fue la realizada por Repsol, cuando compró en 1999 Yacimientos Petrolíferos Fiscales de la Argentina (YPF), mediante una OPA sobre el 97,46% de su capital, y con un precio de adquisición de 14.855 millones de dólares pagada al contado.

Para financiar esta muy importante operación, la petrolera procedió a la ampliación de capital en casi 6.000 millones de euros y la emisión a través de su filial financiera de *floating rates notes*. Debido a los elevados costes fijos para soportar una actividad como la extracción y distribución petrolíferas, Repsol YPF ha sido la empresa española más afectada por la crisis argentina, aunque afortunadamente con la paulatina recuperación de la economía se está produciendo una mejora.

En cuanto al mercado eléctrico, Endesa concentró entre 1992 y 1996 su internacionalización en la región tomando posiciones en empresas de Perú, Argentina, Brasil y la República Dominicana. Posteriormente durante 1997 se dirigió al mercado chileno, donde desembolsó más de 3.500 millones de dólares para adquirir el 31,9% de Enersis, uno de los principales grupos eléctricos privados de la región, y culminó esta operación en 1999 con la compra de un 32% adicional, cifrada aproximadamente en 4.100 millones de dólares, que le condujo a tener las primeras posiciones en Chile y preponderantes en Argentina, Brasil y Colombia.

Las inversiones realizadas por Endesa internacional durante los años 1997 y 2001 llegaron a superar los 10.500 millones de euros, por considerarse estratégicas y comercialmente dirigidas a mercados expansivos con buenas oportunidades de crecimiento.

La internacionalización llevada a cabo por Iberdrola ha sido muy intensa, con Brasil y México como países centrales de sus inversiones. En Brasil ha realizado su penetración de la mano de socios locales, lo cual ha facilitado la integración en este nuevo mercado. Se ha invertido una cantidad cercana a los 2.200 millones de dólares. Mientras que en México, al ser la producción de energía de carácter público y desarrollarse su venta en forma de licitaciones, no ha necesitado de estos socios para su

entrada en el país. En uno y otro caso, han sido factores decisivos las condiciones macroeconómicas y regulatorias favorables, y ha sido el líder de los productores independiente. En el caso brasileño, ha destacado la política de privatizaciones de empresas de generación y distribución eléctrica locales, con el principal distribuidor en el nordeste de Brasil.

El Grupo Unión Fenosa lleva invertidos en Latinoamérica hasta finales del 2000 un total de 2.046 millones de euros. La eléctrica española participa con porcentajes muy elevados en las empresas locales de distintos países, con especial relevancia en México, Colombia y Uruguay.

Una vez fijadas las posiciones de control en estos y otros lugares, se inicia una segunda etapa desde principios de la década actual, cuyo objetivo ha de ser la integración de actividades (no sólo de producción eléctrica, sino también de su transporte y distribución) y el aprovechamiento de sinergias.

La coyuntura económica mexicana desde 1988, ha sabido manejar la inflación y el déficit fiscal, así como la aplicación de una política de liberalización comercial y financiera. Todo ello ha permitido su pertenencia al área de libre comercio TLCAN, y que haya sido el principal receptor de la IED de América Latina desde 1990 hasta 1996, año que resultó superado por Brasil, aunque fue nuevamente el mayor receptor en 2001 y 2002.

En referencia al sector de las telecomunicaciones, hay que hacer una mención especial al **Grupo Telefónica**, que ha pasado de ser una empresa puramente local, que explotaba la concesión de un servicio público en monopolio en un solo país, a ser una y afronta la competencia en todos sus mercados. Brevemente resumida, la estrategia que ha seguido en el proceso de internacionalización, centralizado mayoritariamente en América Latina, ha sido tan clara como contundente: añadir mercados de alto crecimiento a su negocio, en la mayoría de los casos mediante servicios en zonas geográficas que mercados no maduros con alto potencial, como es el caso (una vez más) latinoamericano. Las actividades que desarrolla representan un amplio abanico

que va más allá de la telefonía fija y móvil. Atiende también mediante filiales a los negocios de acceso y contenidos de Internet, mercados de datos, actividades de media, guías y *call centers*.

Las inversiones del Grupo Telefónica durante los noventa se concentraron en los países con mayor potencial de crecimiento en sus redes de telecomunicaciones: Brasil, Argentina y Perú.

La liberalización de este sector en la región, que había estado históricamente al abrigo de la competencia extranjera, y la fuerte vocación sobre estos mercados le han permitido, entre otros éxitos, situarse en los primeros puestos en número de líneas fijas y móviles en Brasil (su principal mercado), Argentina, Chile, Perú y Venezuela. Para el año 2001, la contribución de los ingresos internacionales a los totales del ejercicio alcanzó el 39%.

El reto para el nuevo milenio se materializa en el plan estratégico conocido como Operación Verónica, por el cual se hace con el control total de las filiales, y consigue homogeneizar los procesos internos, eliminar actividades duplicadas y, en resumen, aprovechar las economías de escala para maximizar oportunidades de negocios y beneficios. La transacción se realizó mediante una ampliación de capital de Telefónica, destinada en exclusiva a los accionistas minoritarios de cuatro de sus filiales: Telesp (Brasil), Tele Sudeste Celular (Chile), Telefónica de Argentina y Telefónica del Perú.

De esta forma se lograba alinear los intereses de todos los accionistas en la compañía matriz. El total de la operación superó los 20.000 millones de dólares.

La inversión extranjera directa en América Latina durante la década de los noventa se caracterizó por el fuerte aumento de las adquisiciones de empresas privadas por parte de multinacionales españolas. Ocho grandes compañías: Telefónica, Endesa, Repsol, Iberdrola, Gas Natural, Santander Central Hispano, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria y Unión Fenosa, protagonizaron durante esta década su internacionalización, teniendo como referente principal a este continente. *El Informe Mundial de Inversiones de la*

UNCTAD 2000, destaca que durante el año 1999 se realizó el 40% de las inversiones totales de Endesa y el 30% de las de Telefónica, SCH y BBVA.

Entre 1990-2000, estas ocho empresas invirtieron en la región más de 85.000 millones de dólares, especialmente en el sector servicios. A la cabeza de éstas se sitúan: Telefónica, Repsol, Endesa, SCH y BBVA. Esto convierte a España en el primer país inversor de la UE y segundo a nivel mundial, por detrás de EEUU.

La operación de fusión y adquisición más importante realizada por una compañía española en América Latina hasta el año 1999 fue la compra por parte de Repsol del gigante argentino YPF, por la que desembolsó 15.200 millones de dólares al contado. Con esta adquisición, Repsol se convirtió en la compañía más grande en la industria petrolera argentina, preparándose para su expansión por toda la región, especialmente en países como Brasil, México y Venezuela.

La segunda operación más importante fue la adquisición que hizo Endesa España en la mayoría del holding eléctrico chileno Enersis por 7.600 millones de dólares. La entrada de Endesa en el continente comenzó hacia 1992 en Argentina y se ha extendido posteriormente a Brasil, Colombia, Chile, República Dominicana, Perú y Venezuela, en la mayoría de los casos a través de operaciones de privatización. De esta forma, la compañía española se convirtió en el operador de electricidad más importante de la zona, con inversiones superiores a los 8.600 millones de dólares, 25 millones de clientes y fuertes planes de reestructuración y consolidación de sus filiales regionales para mejorar su competitividad.

La estrategia de Telefónica es parecida, ya que su primera incursión se produjo en 1990 en Argentina y Chile, y posteriormente continuó con su expansión hacia Brasil, El Salvador, Guatemala, Perú, Puerto Rico y Venezuela. En 1999, Telefónica registró las mayores ventas consolidadas en la región y la estrategia de la compañía pasa ahora por su consolidación y expansión hacia nuevos negocios de la TIC.

El año 2000 permitió a Telefónica convertirse en el mayor inversor y líder indiscutible del negocio de la telefonía fija en la región, gracias a la emisión de una oferta pública de

adquisiciones sin precedentes, conocida con el nombre de Operación Verónica y que permitió incrementar de modo significativo las participaciones de la empresa en las principales operadoras: Telefónica de Argentina, Telesp (Brasil), Telefónica del Perú y Tele Sudeste (Chile). Los planes de expansión para los próximos años incluyen inversiones sustanciales en telefonía fija y móvil, así como en televisión por cable e Internet.

En cuanto a las inversiones bancarias protagonizadas por el SCH y BBVA, ambas entidades son líderes en la región, ocupando el primer y segundo puesto respectivamente. Destaca la compra del SCH del Banco del Estado de São Paulo (Banespa), por el que pagó en efectivo 3.990 millones de dólares y obtuvo el 60% del capital.

Inversión directa española en América Latina 1990-2000

<u>SECTOR INVERSIÓN</u>	<u>TOTAL INVERSIÓN SECTOR</u>	<u>EMPRESA INVERSORA</u>	<u>TOTAL INVERSIÓN EMPRESA</u>	<u>% INVERSIÓN EMPRESA S/TOTAL SECTOR</u>	<u>% INVERSIÓN SECTOR S/TOTAL INVERSIONES</u>
<u>BANCARIO</u>	25.000	BBVA	9.500	38%	30,5%
		Bco. Santander	15.200	60,8%	
		B.C.H.	300	1,2%	
<u>ENERGÉTICO</u>	15.200	Repsol	15.200	100%	18%
<u>ELÉCTRICO</u>	17.000	Endesa	12.600	74 %	20%
		Iberdrola	2.200	13 %	
		Unión Fenosa	2.200	13 %	
<u>TELECOMUNICA- CIONES</u>	27. 800	Grupo Telefónica	27.800	100%	31,5%
<u>TOTAL DE LA INVERSIÓN</u>	85.000				100%

Fuente: Elaboración propia

★Las cantidades están expresadas en millones de dólares.

★★Las cantidades aunque expresadas en dólares, fueron registradas originalmente en Euros y la cifra que aparece en el presente cuadro es una estimación realizada para el presente estudio.

5.2. Inversión directa española en América Latina 2000-2005

En consonancia con los datos señalados con anterioridad, durante el período considerado, las inversiones directas de las principales empresas y bancos españoles responden al perfil notablemente bajo de sus desembolsos.

No cabe duda de que la IED española presenta un comportamiento muy vinculado a la economía mundial, acentuado por el ciclo económico negativo que atravesaba Latinoamérica, especialmente por la gravedad de la crisis argentina y la ralentización que produjo el período electoral en Brasil durante el 2002.

Otro rasgo definitorio de la situación acontecida durante este período adverso en la región lo constituyen, por un lado, la desaceleración de los beneficios y, por otro, la necesidad de un reforzamiento patrimonial de las filiales, como consecuencia de la devaluación del peso argentino y la crisis económica generada posteriormente. Razón por la cual el BBVA, Santander y Repsol YPF tuvieron que realizar “provisiones importantes”, así como otras medidas de reforzamiento financiero como hizo Endesa para capitalizar sus empresas: Enersis y Endesa Chile.

Las operaciones realizadas que a continuación exponemos, aunque no recuerdan la fulgurante carrera de adquisiciones durante la década de los noventa, ni las grandes cifras desembolsadas, sin embargo, contienen una alta importancia, pues constituyen la demostración “fehaciente” del compromiso de “permanencia”, como las capacidades de gestión para hacer frente a un período de recesión económica agravada por el incumplimiento de los contratos, lo que en su totalidad fue una gran experiencia para la administración de la IED en situaciones críticas y, por otra parte, constituyó una especie de alto en el camino, como una preparación necesaria, para retomar con renovadas fuerzas y capacidades el espíritu inversor característico de los años noventa del siglo pasado, el cual puede apreciarse en el repunte inversor observado en algunas de las operaciones más destacadas durante el año 2005.

5.3. Principales inversiones empresariales españolas 2000-2005

Realmente algo de lo apuntado más arriba está sucediendo en la región, pues se observa un repunte de la actividad inversora desde comienzos del 2004, en que sobresalen operaciones que se complementan mediante estrategias selectivas y expansivas en términos de país. A continuación se describen las más significativas.

5.3.1. Sector Financiero

Grupo BBVA

Es la primera entidad bancaria española que comienza su internacionalización, ya que en 1902 el Banco de Bilbao abre una sucursal en París, y es progresiva su expansión en otras plazas financieras internacionales, como la de Londres en 1918. En la segunda mitad de los años sesenta el Banco de Vizcaya inaugura oficinas en México y Nueva York.

Casi cien años después, el BBVA realizó en México la operación más importante hasta la fecha al fusionar BBV Probursa con Bancomer. Esta fusión la realizó con adquisiciones en el mercado abierto, y logró controlar hasta el 36,6% del capital. En el año 2001, siguió la compra de acciones, y adquirió el 11,2% que poseía el Bank of Montreal, desembolsando 683 millones de dólares, lo que junto con otras operaciones de adquisición le permitió alcanzar el 48,76% del capital. Posteriormente, en 2002, compró al Gobierno de México y a otros accionistas privados hasta controlar el 54,67% del capital. En el año 2003, adquirió al grupo local Monterrey un 4,75%, lo que elevó su participación hasta el 59,42%, que le supuso una inversión de 3.500 millones de euros.

Durante el ejercicio 2001, sin embargo, tuvo que realizar una operación de fortalecimiento patrimonial para continuar su apuesta por Argentina, que durante este año bajó hasta lo más hondo de la crisis económica y social, en la peor recesión desde el *crack* de 1914 y más grave que la crisis de los años treinta. El saneamiento que debió realizar alcanzó los 1.889 millones de euros, los cuales se contabilizan contra

patrimonio y resultados con el fin de cubrir toda la inversión realizada en aquel país a través del Banco Francés. En total, el BBVA dotó 535 millones de euros contra recursos propios y otros 1.354 millones contra resultados.

El efecto de esta segunda provisión de 743 millones de euros causó que Argentina arrojase pérdidas de 218 millones de euros.

La fusión Banco Bilbao-Vizcaya se lleva a cabo en octubre de 1988, creándose BBV.

Posteriormente se fusiona con la banca pública Argentaria en octubre de 1999, que esta presente en América Latina mediante BEX AMÉRICA con el propósito fundamental de financiar comercio entre España y Mercosur. Además participa en el capital de EXTEBANDES que da cobertura a los países del Pacto Andino: Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela.

Para el año 2003, el BBVA demostró su cambio de estrategia en Latinoamérica y se diferenció de su mayor competidor en la región, el Santander, al apostar fuertemente por México hasta convertirlo en su centro de referencia para la región; por otra parte, decidió desinvertir en Brasil. Durante este mismo año, vendió su filial brasileña el antiguo Excel Económico, por una cantidad aproximada de 816 millones de dólares.

Las inversiones directas españolas adquieren una gran importancia en Argentina, que sobrepasan los 25.000 millones de euros (2004). La crisis ha sido de una extrema profundidad: en 1999 el PIB descendió un 4%, para el 2000 creció el 1%, pero en el 2001 y el 2002 retrocedió el 5% y 10%, respectivamente. La caída de la renta per cápita durante este período recesivo (1999-2002) fue de un promedio del 25% y el desempleo creció sobre el 30%.

La posición que ocupaba era la menos destacada de las filiales latinoamericanas: el decimosegundo puesto del ranking brasileño, tanto en créditos como en depósitos.

Esta venta la realizó al banco privado más importante del país, Bradesco, que le pagó 500 millones de euros y el resto con acciones (4,5% del capital social del banco).

Durante el 2004, redobló su apuesta por Bancomer y decidió la compra del restante 38,42%, que realizó a diferentes accionistas minoritarios, la cual le permitió detentar el 97,84%, por un costo de 3.300 millones de euros. Estas sucesivas compras se enmarcan como parte de su reordenamiento estratégico en la región, que pasaba principal y decididamente por fortalecer su posición en México. Para poder obtener la suficiente liquidez, comenzó una política de ventas selectivas de la cartera industrial española, destacando la venta del 2,46% de Repsol YPF y del 2,2% de Gas Natural. Estas operaciones se sincronizaron para aprovechar los factores positivos que ha supuesto la apreciación del euro respecto al dólar norteamericano y al peso mexicano.

Respecto a otras incursiones en el 2004, destaca la compra por la totalidad de Hipotecaria Nacional, la mayor entidad privada del país especializada en el negocio hipotecario, con una cartera de 2.150 millones de dólares. La inversión ha supuesto 375 millones de dólares, que financia con los fondos generados por Bancomer, lo que le permite ampliar su cuota de mercado en el segmento hipotecario hasta el 26%.

BBVA Bancomer es, actualmente, el primer banco privado de Latinoamérica, que representa el núcleo principal del negocio en la región y, a su vez, el que más contribuye en la aportación de beneficios al Grupo. En el 2002 lo hizo con 327 millones de euros, lo que equivale al 44,4% de la región y al 19% de los beneficios totales. En tanto que en el 2003 se puede observar un incremento hasta situarlo en 406 millones de euros, y que supone el 56,78% del total en América Latina y el 18,23% del total del Grupo. Para el 2004 se espera, en función de la base de los resultados del primer semestre que se han situado en 527 millones de euros, la mayor aportación de beneficios desde su compra.

Respecto a los beneficios atribuidos, BBVA América registró 807 millones de euros en 2001, lo que representó un 34,15% de los beneficios totales al grupo. Durante el 2002, se situó en los 736 millones de euros, un 42,8% del total de beneficios del Grupo, que

fueron de 1.719 millones, y en 2003 descendió a 715 millones de euros, lo que representó el 32% del Grupo, que alcanzó los 2.227 millones de euros.

BBVA América, se encuentra presente en 14 países, y comenzó la andadura en la zona hacia 1995. Cuenta con una plantilla de 57.100 empleados (61,6% del total del grupo) y una red de 4.300 oficinas (48,42% de todo BBVA) y una cuota media de mercado sobre el 8,9%, siendo líder en el segmento de pensiones (2003). Su apuesta se concentra esencialmente en Bancomer y desde éste incluso proyecta penetrar en el entorno del mercado latino “norteamericano”, el gran desafío para ser más global, aunque desde la estrategia de lo local.

En efecto, esta aspiración se ha concretado durante el 2004, al adquirir el Laredo Nacional, uno de los principales bancos de la frontera con Texas, por el que ha pagado 850 millones de dólares, complementando esta operación con la compra del Valley Bank de California, por un importe de 14,5 millones de euros, y que cuenta con seis oficinas localizadas al este de la ciudad de Los Ángeles, una zona de fuerte presencia hispana que supera los 10 millones, donde la comunidad mexicana es la más extendida. Desde estas posiciones, atacará este segmento de mercado y enfocará su estrategia de crecimiento en Estados Unidos. Además, Valley Bank cuenta con una filial en Puerto Rico, que también adquirirá. De esta manera el BBVA tiene comprometidas hasta el 2004, la cantidad total de 17.000 millones de euros y cuenta con una capitalización en torno a los 39.000 millones de euros (2004).

El BBVA (2003), controla un grupo bancario con una participación media del 78% en las filiales bancarias y del 64% de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP). La cuota de mercado se establece en un 11% en los depósitos, y un 30% en fondos gestionados por las AFP. Los activos del BBVA América representan el 23% de los activos totales y aportaban el 19% de los beneficios.

Grupo Santander

Se erigió en la década de los noventa como primera franquicia de servicios financieros en Latinoamérica. Su estrategia pasa por considerar la región como una zona emergente con el consiguiente potencial de largo recorrido y de crecimiento para el negocio bancario, que permite la diversificación hacia mercados menos maduros y con importantes expectativas de beneficios futuros.

Durante los primeros años del siglo XXI, ha visto confirmada nuevamente su posición de liderazgo como primer grupo bancario del continente. Está presente en 11 países, controla nueve bancos y seis gestoras de pensiones. Esto sucede 50 años después de su primer establecimiento en los principales países, con presencia de clientes españoles, como México y La Habana, cuyas oficinas de representación inauguró en 1951. Posteriormente los años sesenta suponen el despegue en la región al instalarse con su primer banco (Banco Santander) en el extranjero, concretamente en Argentina.

Por lo que respecta a sus actuaciones, su cualidad “anticipadora” le distingue y diferencia netamente de sus competidores, hasta convertirse en el sello de la casa. Desde esta visión, reordenó sus posiciones y actividades durante el período 1998-2001, hasta dejarlos en los nueve actuales, con lo cual la inestabilidad regional que se caracterizó por la crisis argentina otorgó mayor peso a las inversiones localizadas en los países más estables y que reúnen expectativas de mayor potencial de crecimiento, como Brasil, Chile, México y Puerto Rico, que representan conjuntamente el 84% del PIB del continente. Durante el 2001, el 88% del beneficio neto atribuible procedió de estos cuatro países.

En Argentina, tampoco escapó a la difícil situación que atravesaba su sistema financiero, por lo que tuvo que realizar provisiones en el año 2001 por un monto de 1.279 millones de euros, que sirvieron para cubrir la totalidad del valor contable y el fondo de comercio en el Banco Río, incluida la compra a Merrill Lynch del 18,5%. De estas provisiones, 1.187 millones de euros fueron destinados a cubrir el valor total de la inversión, una vez cargado contra reservas el impacto de la devaluación del peso frente al dólar por 396 millones de euros.

En cuanto a sus operaciones, por su gran relevancia económica y estratégica, una vez realizada la fusión con el Banco Central Hispano destaca la culminada en el año 2000, que ofrece una clara muestra de la apuesta por la primera economía latinoamericana, que es Brasil, al realizar una adquisición de dimensiones no conocidas en su sistema financiero, al conseguir el 33% del capital del Banco del Estado de São Paulo (Banespa), cuarto banco privado brasileño y primero del Estado de São Paulo, por un importe de 3.990 millones de dólares.

En Chile, fue trascendente el 2002, al fusionar el Banco de Santiago y Santander Chile. Tras la fusión entre el Santander y Central Hispano en enero de 1999, el nuevo grupo se encontró con dos filiales y una posición dominante en el mercado bancario chileno que fue obligado a reducir por el Banco Central de Chile. Esta fusión pone fin al proceso de reorganización de SCH en Chile. Para ello, amplió su participación en el Banco de Santiago hasta un 34,45%, y lo fusionó al mismo tiempo con Santander Chile. De esta forma la filial chilena alcanzaba el primer puesto en el sistema bancario local. A continuación, dada la reorganización, optó por desligarse del negocio minorista de Perú, pasando a concentrarse en actividades de banca al por mayor. Por lo que respecta a México, empezó consolidando Serfin, cuya compra se materializó en el año 2000, por el 100% de las acciones y un desembolso de 1.560 millones de dólares.

En el 2003 se acometió la operación estratégica con Bank of America, al cual se le vendió el 24,9% del capital del Grupo Santander Serfin, con el acuerdo entre las dos entidades para la promoción de negocios en las áreas de banca al por menor y banca corporativa, especialmente en la primera con vistas al mercado doméstico norteamericano, en la estrategia de penetrar con un líder local en este significativo segmento de negocio.

Según el acuerdo, Bank of America compra acciones ordinarias de Santander Serfin, cuyo valor en libros para el Grupo Santander en México a diciembre de 2002, es de 2.200 millones de dólares. Otra operación llevada a cabo en este país, aunque de menor calado, pero sí de alcance estratégico, se refiere a la adquisición durante el 2002 de una participación del 13,3% del banco portugués BCP que poseía en el capital del Banco

Bitel 45, por la cual desembolsó 85 millones de dólares. Aunque no fue una operación significativa, tiene una consideración muy positiva, pues supuso la “consolidación de Bitel”, que realmente estaba necesitado de este respaldo que supone la presencia del Grupo Santander.

Todas estas actuaciones, lograron obtener un beneficio neto atribuible durante el 2001 para el grupo de 2.486 millones de euros, de los que América Latina aportó 1.688,2 millones, que representan el 67% del beneficio neto. En tanto que para el 2002, se registraron ganancias netas totales de 2.247 millones de euros, aportando la división América un beneficio de 1.383 millones. La estrategia de reorganización durante estos últimos años, junto con el correcto desempeño operativo, generaron unos resultados para el 2003 de 1.383 millones de euros (descontados las imputaciones y saneamientos anticipados) equivalentes aproximadamente al 50% del beneficio total del grupo, que se situó en 2.610,8 millones de euros. Banespa aportó 701 millones de euros, lo que significa más del 26% del beneficio neto total, en tanto que el segundo banco más importante para el Grupo, Serfin alcanzó los 406,4 millones de euros.

Estos resultados establecen las proyecciones de obtener en la región un 70% más de ganancias para el año 2006 y consolidarla como primera franquicia de servicios financieros, con una presencia operativa en doce países que supone el 98% del PIB regional, y una cuota media de mercado del 10%, con 4.035 oficinas, la mayor red de distribución de la región y 16 millones de clientes bancarios, y 8 millones de tarjetas. La importancia que adquieren estos países es manifiesta, pues en España cuenta con 4.314 oficinas, un 20% de la cuota de mercado de depósitos junto con fondos de inversión, y más de 13 millones de clientes. Es decir, prácticamente el 50% del Banco Santander se encuentra al otro lado del océano Atlántico. De hecho, en el 2003 el 39% del beneficio neto atribuido provenía de sus filiales en Latinoamérica. La confianza que ha depositado el Grupo Santander en América Latina se refleja en su inversión acumulada, que asciende a 16.433 millones de euros hasta el 2003. Ésta ha subido durante el 2004 hasta los 20.000 millones de euros, con una capitalización bursátil pareja a la del BBVA, es decir, se sitúa en los 39.000 millones de euros, aunque probablemente con la adquisición europea realizada al Abbey Bank, sexta entidad

financiera británica, especializada en el crédito hipotecario, en un medio plazo se dejará sentir favorablemente.

Aceptada la creciente importancia de esta área geográfica para los dos grandes bancos en sus líneas de negocio, es estimulante comprobar cómo diferencian sus posiciones estratégicas en los países, que les llevan a competir vigorosamente. Y cómo han elegido Brasil y México, las economías más importantes, donde sus empresas e industrias experimentan fluidos procesos de cambio, a la vez que su apertura al exterior por diferentes mecanismos de acuerdos comerciales y de integración regional estimula y dinamiza sus respectivas economías.

Realmente significativas son las cantidades invertidas, las cuales dan una clara y decidida cuenta de la apuesta por los países de destino. En efecto, desde 1993 hasta 2004, han situado junto con otros intermediarios financieros 50.000 millones de euros, que han representado el 21% de la totalidad de las inversiones directas en el exterior, destinando el 41% de éstas para América Latina. Así, han conseguido una extensa penetración en las economías emergentes, cuyos activos bancarios se han multiplicado por 15 desde 1985.

El peso relevante de los dos bancos españoles en la zona ha sido reconocido por el presidente del segundo banco del mundo: HSBC, que ha valorado como muy buenos competidores a Santander y BBVA, con quienes tiene competencia en los principales mercados como Brasil, México y Argentina. A tal respecto, es de interés resaltar las disparidades de los respectivos sistemas financieros en función del grado de apertura.

En Argentina y Brasil continúa habiendo una gran proporción de bancos públicos susceptibles de ser privatizados, mientras en México sucede lo contrario. En Argentina, el 41% del total de activos de la banca se encuentra en el sector público. Brasil tiene una ratio algo menor del 39%. México presenta el caso opuesto, pues después del tequilazo y la consiguiente nacionalización de la banca, ésta ha revertido paulatinamente al sector privado mediante una activa política de privatizaciones,

consiguiendo que el 80% de los activos se encuentren en posesión de la banca privada, que es mayoritariamente extranjera.

Caja Madrid

Una de las más activas en el sector de las cajas, Caja Madrid, no desea perder esta dinámica que desde diferentes visiones y estrategias están impulsando las diferentes entidades. En este contexto se enmarca la operación realizada en noviembre del 2004, al adquirir por 45 millones de euros la sociedad hipotecaria “Su Casita”, perteneciente al grupo HSC, que se sitúa en el segundo puesto del mercado hipotecario con un 21%, inmediatamente detrás de Hipotecaria Nacional.

En principio, esta participación es meramente financiera y descarta, en esta primera etapa, emprender una acción comercial propia utilizando como plataforma la estructura del grupo HSC. Si bien, cabe destacar que el acuerdo para tomar hasta el 40% del capital durante los próximos cuatro años es firme. Para entonces contará con su plataforma tecnológica, nuevos productos y la colaboración con Mapfre América, su socio y líder regional de seguros. Mientras tanto, cuenta con otras participaciones en diferentes instituciones latinoamericanas, como es la Corporación Financiera Habana, una sociedad mixta con el Gobierno cubano de la cual posee el 60% del capital, teniendo como actividad la financiación de proyectos empresariales, especialmente en el sector turístico. También participa en la Corporación Interamericana para la Financiación de Infraestructuras (de tipo medio), en unión con otras entidades bancarias iberoamericanas y la Corporación Interamericana de Inversiones (Grupo BID).

5.3.2. Sector energético

Endesa

Comienza sus operaciones en 1992 a través de la participación de diferentes compañías en Chile, Perú, Argentina, Brasil y República Dominicana. En conjunto, el 48% de los activos de Endesa se encuentra fuera de España (2003). Desde entonces, la empresa ha buscado posicionarse en un nuevo entorno económico para convertirse en un referente

de la internacionalización empresarial, explorando mercados menos maduros, con mayores posibilidades de crecimiento y en proceso de privatización y desregulación, como es el caso de Latinoamérica.

Tampoco ha escapado, sino muy al contrario, ha sufrido el duro embate de la crisis regional, especialmente en Enersis, donde se resintió muy seriamente su equilibrio patrimonial, que debió someter durante el 2003 a un plan de fortalecimiento financiero y extenderlo también a su filial Endesa Chile. Dada la trascendencia del plan, Endesa adquirió el 31,9% en 1997 y tomó el control de Enersis en el año 1999, lo que le proporcionó una cuota de mercado del 10% en el conjunto de la región. Actualmente engloba sus participaciones en América Latina, con presencia en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, la República Dominicana y Perú.

En el 2002, la devaluación media de las monedas respecto al euro fue aproximadamente del 35%. El efecto negativo para los estados financieros de Enersis fue automático, pues los ingresos en moneda local cada vez más devaluada, y una deuda mayoritariamente en dólares cada vez más cara hicieron que Enersis llegara a un nivel de apalancamiento Deuda/Fondos Propios más Minoritarios de 2,8 veces, ratio muy elevada respecto a la media del sector.

Someramente describimos las actuaciones más importantes, de las que destacaremos tres pilares fundamentales:

- El aumento de capital de 2.104 millones de dólares de Enersis
- El plan de desinversión de activos por 760 millones de dólares, que se realiza sin afectar su posición estratégica en el negocio principal, el pago de deudas de filiales a la matriz por 500 millones, junto con mejoras operativas por 150 millones al año, alcanzables en tres años, y

- El proceso de refinanciación de pasivos de Enersis por 2.330 millones, para evitar riesgos de liquidez, flexibilizar la curva de vencimientos y aumentar el plazo medio de su deuda bancaria.

En su expansión latinoamericana tuvo notables desembolsos durante el período 1998-2003, que llegaron a superar los 6.500 millones de euros, por considerarse estratégica y comercialmente un mercado expansivo con buenas oportunidades de crecimiento, operando en cinco de las siete ciudades mayores: Buenos Aires, Santiago de Chile, Lima, Bogotá y Río de Janeiro.

El aumento de capital fue positivo, ya que de los 2.100 millones de dólares, Endesa contribuyó con 1.220, mientras que los inversores minoristas aportaron 885 millones, la mayor contribución en operaciones de este tipo en Latinoamérica, según la compañía.

Esta desinversión tiene como objetivo la salida de sectores no estratégicos. Entre otras, destaca su salida del sector del agua al vender su participación (11,64%) por valor de 238 millones de euros en Aguas de Barcelona, así como la venta de su participación en Desalación en Chile al vender sus acciones al Grupo OHL, a través de Inima.

En abril de 2004, el holding Enersis realizó un prepago por 150 millones de dólares del crédito que por 500 millones tenía con diferentes bancos. Los 350 millones restantes, fueron refinanciados en términos más favorables que los obtenidos en noviembre de 2003, pasando de un margen del 2,5% al 1,5%.

Endesa es propietaria al 65% de capital del grupo Enersis, que gestiona la presencia de Endesa en las empresas generadoras de Latinoamérica a través de Endesa Chile.

El despliegue inversor se ha centrado en torno a dos grandes ejes: la participación directa en procesos de privatización y la adquisición, mediante ofertas públicas, del control de las compañías Enersis y Endesa Chile, cuyo atractivo se desprendía no sólo de sus activos chilenos, sino también de su presencia en Argentina, Brasil, Colombia y

Perú. Las inversiones más importantes durante 2001-2003 se realizaron en Brasil, donde se construyó la central de ciclo combinado de 310 MW en Fortaleza, la cual funciona desde finales del 2003 y ha supuesto una inversión conjunta de Endesa y Enersis, en una operación que alcanza los 250 millones de euros. También la construcción de la línea de interconexión entre Brasil y Argentina, que comenzó sus operaciones en el 2002, y ha supuesto una inversión de 700 millones de dólares, con una participación en el proyecto de 55% de Endesa y el resto por parte de Endesa Chile.

La inversión acumulada en América Latina representa la mayor parte de la ejecutada internacionalmente, ya que a la fecha se sitúa en 6.500 millones de euros, por 8.193 millones a nivel mundial. Para los próximos años (hasta el 2008) Endesa consolidará su presencia regional como primera multinacional eléctrica privada, e invertirá 2.400 millones de euros, destinados fundamentalmente a concluir los proyectos iniciados especialmente en Brasil, y labores de mantenimiento, contemplando el crecimiento orgánico y no mediante nuevas adquisiciones.

En estos países existe una capacidad instalada de 13.538 MW, el 64% de la capacidad instalada en España, cuenta con 1.200 empleados y sirve a más de 10 millones de clientes entre familias y empresas. Incluso en el 2002, un mal año para la región, ésta proporcionó el 54% del flujo de caja operativo y el 60% del resultado operativo generado en España.

Unión FENOSA

Es un grupo energético multiservicios en los sectores de energía, telecomunicaciones y servicios que distribuye electricidad, agua y gas a 5,1 millones de clientes. Sus inversiones superan un total de 2.300 millones de euros y su cifra de negocios en el exterior superó en el 2003 los 2.000 millones de euros. Su estrategia internacional conlleva la incorporación de socios locales, aunque se reserva la gestión.

Participa con porcentajes elevados en empresas con especial relevancia en México, Colombia, Uruguay y deshizo sus posiciones en la República Dominicana tras su

experiencia negativa en el 2002, en que cedió su participación al Gobierno por valor de 325 millones de dólares. Una vez fijadas las posiciones de control en los países, se cuyo objetivo principal es la integración de actividades (no sólo de producción eléctrica, sino también de su transporte y distribución), y el aprovechamiento de sinergias con otras compañías del grupo, especialmente su consultora Soluziona, de gran presencia en la región, pues estratégicamente se alinea con Unión Fenosa para participar en los diferentes proyectos sectoriales de energía.

Repsol YPF

Toma su nombre actual desde la compra de la empresa argentina de gas y petróleo Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) en 1999, por 15.000 millones de dólares. Dicha adquisición convirtió a Repsol en la empresa petrolera privada más importante de la región. Actualmente, cuenta con operaciones en 12 países de la región, y en el 2002 ocupaba el número 94 en el ránking global de 500 empresas por Fortune Magazine en términos de ingresos, beneficios, activos, capital invertido y número de empleados.

Repsol YPF también modificó su estrategia inversora, pues fue una de las empresas más intensamente afectadas por la crisis argentina durante los años 2001 y 2002 (y aún continúa siéndolo). Ante las medidas adoptadas por el Gobierno argentino, se encontró con la incertidumbre de definir cómo le perjudicaría el “impuesto especial” aplicado a las compañías petroleras, por lo que se vio en la necesidad de realizar importantes provisiones que se elevaron a 2.738 millones de euros, de los cuales 821 fueron directamente para el Gobierno argentino y 1.450 con cargo a reservas destinados a proteger las filiales argentinas. Sus beneficios descendieron bruscamente hasta los 1.025 millones de euros (51%).

Durante el año 2001, el área de Explotación y Producción recibió la mayor parte de las inversiones con 2.584 millones de euros, mientras que en el 2002 totalizó 1.081 millones, un 44,2% menos que en el ejercicio anterior. Se destinaron fundamentalmente a actividades de perforación de desarrollo, a proyectos de recuperación secundaria de petróleo en Argentina y Bolivia, así como a la construcción

de plantas de procesado y tratamiento de gas (planta de El Portón en Argentina), de gasoductos como Transierra en Bolivia y el oleoducto OCP en Ecuador. Las inversiones en gas y electricidad durante el 2002 fueron de 694 millones de euros, un 45,1% menos que en el año anterior. De esta cifra, 156 millones se destinaron a los incrementos de participaciones en las empresas de Brasil y Colombia. Posteriormente, en el año 2003, se invirtieron 2.168 millones; el 94% de estas inversiones fue para Latinoamérica y el Caribe.

En el año 2003 adquirió en Venezuela la participación del 25% que la compañía Tecpetrol tenía en el bloque Quimare La Ceiba, pasando a ser la participación del 75% en este bloque. Las inversiones del 2003 se destinaron principalmente a las áreas estratégicas de Explotación y Producción, Refino y Marketing, Química, y Gas y Electricidad. En estas áreas se acumuló un total de 3.609 millones de euros invertidos, de los cuales Argentina recibió 681 millones de euros y el resto de Latinoamérica, 2.381 millones.

La inversión mundial de Repsol ascendió en el año 2003 a 3.837 millones de euros, que representan un 43,49% más que en el año 2002, cuando se cifraron en 2.674 millones, de los cuales Latinoamérica recibió el 62,2% y Argentina el 17,9%. Durante este año, su operación más importante fue la OPA lanzada sobre el 20% del capital de la compañía BP Repsol YPF Caribbean Ventures LLC (adicional al 10% que ya tenía), propietaria del 100% de la compañía BP Trinidad y Tobago LLC, titular de los activos en Trinidad y Tobago.

Dentro del anuncio del plan estratégico 2003-2007, se recoge que las próximas inversiones en Argentina serán de alrededor de 6.000 millones de dólares y que las totales de Repsol YPF en el mundo alcanzarán los 18.800 millones de euros, los cuales irán destinados principalmente a las áreas de Explotación y Producción, Refino y Marketing, que incluirán los proyectos de Trinidad y Tobago, Argentina y Venezuela.

En cuanto a los resultados operativos acumulados del Grupo para el 2003, éstos alcanzaron los 3.860 millones de euros frente a los 3.323 millones del 2002, de los

cuales el resultado operativo del área Explotación y Producción contaba con 2.352 millones de euros en el 2003, contra los 1.785 millones obtenidos en el año anterior. Destacan como aportación a los beneficios totales Argentina, con el 69%, y el resto de Latinoamérica (Trinidad y Tobago, Ecuador, Bolivia, Venezuela y México), con el 20%.

Por todo ello, la región latinoamericana es altamente significativa para la evolución y las perspectivas de la compañía en el ámbito internacional, pues la proporción de reservas probadas en hidrocarburos en un 95,3% se localizan en la región y de este porcentaje el 52,9% se sitúa en Argentina.

Respecto a la producción total, Latinoamérica aporta el 93% y el 40% de la capacidad de refino, que junto con el 43,3% de las estaciones de servicio manifiestan claramente la alta importancia que supone para el negocio de la compañía América Latina.

Precisamente, dada la alta concentración en esta región, localizada especialmente en Argentina, donde también cuenta con el 32% del mercado gasístico, ha iniciado una “desconcentración geográfica y de actividades”, inclinándose por nuevas alternativas al negocio del petróleo, como pueden ser los nuevos y muy importantes yacimientos de gas en Bolivia, la construcción de plantas de regasificación en México o la compra de complejos petroquímicos y las redes de estaciones de servicios en Portugal. Mientras que en España ha realizado incursiones en sectores de servicios automovilísticos.

Iberdrola

Comienza su internacionalización en 1997, mediante la adquisición de Coelba, empresa brasileña distribuidora de electricidad. Desde entonces ha realizado diferentes inversiones en electricidad, agua y gas, con el objetivo de diversificar el riesgo regulatorio y obtener mayor estabilidad en sus proyecciones económicas.

En un gran despliegue de sus inversiones, tiene previsto en su plan estratégico movilizar un total de 16.200 millones de euros durante el período de 2001-2008, de los que 4.300 millones (el 27% del total) serán destinados al negocio internacional.

La presencia internacional de Iberdrola se centra en Latinoamérica, principalmente en Brasil y México, aunque también cuenta con negocios en Guatemala, Bolivia y Chile. En total, gestiona en el 2003 más de 30 empresas, cuyo valor patrimonial (atribuible a la compañía) asciende a 1.274 millones de euros, sus activos a 3.484 millones y su facturación a 975 millones de euros.

Los beneficios netos registrados en el 2003 fueron de 1.060,3 millones de euros, lo que representó un aumento con respecto al año 2002 del 10,1%. El área internacional aumentó su cifra de negocio un 13,1%, hasta 974,5 millones de euros. México fue el que más contribuyó con un 56,7% del total, tras incrementar su aportación en un 31,2% con respecto al año pasado hasta los 552,5 millones de euros, sobre todo para la explotación de nuevas instalaciones en Monterrey y Altamira.

Iberdrola planea invertir alrededor de 2.300 millones de euros en el período 2004-2008 en el exterior, de los que 1.700 millones serán para México.

El análisis de los resultados del ejercicio 2004 de las grandes empresas españolas presentes en la región proyecta para el año 2006 que el peso de este mercado podría representar en torno al 44% de sus ventas y un 36% de sus beneficios. Esto confirma que ha finalizado el proceso de expansión de la inversión en la región y las empresas están adoptando estrategias para permanecer y consolidarse, al estar siempre sumamente atentas a las oportunidades que se puedan presentar. Iberdrola se asienta en dos áreas fundamentales en América Latina:

- Plataforma México (que incluye proyectos de Guatemala) y
- Plataforma Brasil.

La primera ha recibido inversiones en el 2002 por 636 millones de euros, en el 2003 un monto de 474 millones, y en el 2005 una cantidad de 277 millones. En cambio, la Plataforma Brasil ha recibido inversiones por 187 millones de euros en el 2002, 251 millones en el 2003, y 100 millones de euros en el 2004.

Gas Natural

También ha emprendido su expansión, con base en América Latina, y el 1992 ha sido el año de la internacionalización, al comprar una parte de la empresa Gas del Estado (Argentina), que amplió y consolidó en 1997 y 1998 con la adquisición de empresas distribuidoras y la adjudicación de concursos públicos en Brasil, Colombia y México. Su presencia abarca principalmente cinco países: Argentina, Brasil, Colombia, México y Puerto Rico. Desde entonces se ha convertido en el principal suministrador en Latinoamérica, con un total de 4,2 millones de clientes, que representa aproximadamente el 50% de los clientes de esta compañía.

Iberdrola en México se consolidó en el 2003 como líder privado en generación de energía eléctrica, con más de 3.800 MW de potencia contratada a diciembre. Su principal cliente es la Comisión Federal de Electricidad (CFE).

Como ha sido la operación realizada con la compra de los activos latinoamericanos de la norteamericana BellSouth.

En Brasil, desde el año 2000, se posicionó en la zona sur del estado de São Paulo a través de su filial Gas Natural SPS, área que comprende municipios y que cuenta con una población de 2,5 millones de habitantes.

También Serviconfort Brasil comenzó sus actividades a finales de este mismo año. En México, Gas Natural México comienza a gestionar y operar la distribución de gas natural en el Distrito Federal, al adquirir el 100% de la compañía Metrogas. CEG Rio instaló en el 2003 en Macaé la mayor estación de regulación y medida de Brasil, con capacidad para abastecer toda la ciudad de Río de Janeiro. Además, Gas Natural SDG negoció la adquisición de la participación de Enron en CEG y CEG Rio.

En cuanto a las inversiones materiales realizadas por el Grupo Gas Natural, se destaca que en el año 2002, con 782,3 millones de euros, el 14,24% equivalente a 111,4 millones fueron destinados a América Latina.

En el año 2003, se aumentó hasta el 15,31% del total: 778,3 millones de euros hacia la zona latinoamericana, porcentaje que representa 119,2 millones de euros. México fue el principal foco inversor del grupo, al recibir el 60% del total de las inversiones en el área. En tanto que Brasil es de creciente importancia para su consolidación y expansión regional, ha adquirido a Enron el 25,39% de la Compañía Distribuidora de Gas de CEG Río de Janeiro y un 33,75% de CEG Rio, con lo que la participación del Grupo Gas Natural en dichas empresas alcanza un 54,16% y un 72%, respectivamente.

El importe de estas operaciones se ha situado en 129 millones de euros, convirtiéndole en el mayor operador de distribución tanto por número de clientes como por ventas. Además, cuenta con un amplísimo recorrido, pues estos países como toda la región, se caracterizan por su incipiente desarrollo gasístico, que recuerda el de España en los inicios de la década de los noventa.

CEG Rio recibió el premio a la mejor empresa brasileña de Servicio Público 2003, concedido por el Grupo Examen.

El conjunto de los activos materiales e inmateriales en América representa el 19% de Gas Natural (6.306,4 millones de euros totales del grupo). Del inmovilizado material e inmaterial en América, el 35% corresponde a México, el 20% a Puerto Rico, el 19% a Brasil, el 14% a Argentina y el restante 12% a Colombia. Estas operaciones se han llevado a cabo en julio del 2005.

5.3.3. Sector Telecomunicaciones

Grupo Telefónica

Es la mayor empresa inversora española en la región y la pionera, pues comenzó su andadura en Argentina, al adjudicarse una de las primeras privatizaciones de la región, la compañía de telecomunicaciones Entel, en 1991. América Latina ofrecía enormes posibilidades de crecimiento dada la baja penetración de los servicios de telecomunicaciones en un mercado potencial de tan extenso recorrido.

Los cambios tecnológicos, la desregulación y liberalización en el sector de telecomunicaciones, que sucesivamente fue eliminando los monopolios en todos los países europeos, suponían una amenaza en el futuro inmediato, pues vería reducida sus cuotas de mercado, pero también le suponía grandes oportunidades que debía saber aprovechar.

El reto para el nuevo milenio se materializó en el plan estratégico conocido como Operación Verónica, por el cual se hizo con el cien por cien de las filiales, operación que ascendió a 20.209 mil millones de dólares. Sus objetivos perseguían homogeneizar los procesos internos, eliminar actividades duplicadas y, en resumen, aprovechar las economías de escala para maximizar oportunidades de negocios y beneficios. Tras ella el grupo adoptó una nueva estructura en la que, en lugar del país, la unidad básica de gestión pasa a ser la línea de negocio: móviles (Telefónica Móviles), fijos (Telefónica de España y Telefónica Internacional), datos (Telefónica Data), directorios (Telefónica Publicidad e Información), Internet (Terra-Lycos), medios de comunicación y contenidos (Admira) y centros de llamadas (Atento). La transacción se realizó mediante una ampliación de capital de Telefónica, destinada en exclusiva a los accionistas minoritarios de cuatro de sus filiales: Telesp, Tele Sudeste Celular, Telefónica de Argentina y Telefónica del Perú. Asimismo, destacan las inversiones realizadas en los últimos tres años en la construcción, puesta en marcha y explotación de Emergia, uno de los principales cables submarinos panamericanos, de 25.000 km de longitud, y con unas inversiones aproximadas de más de 1.300 millones de euros y que dan servicio a sus filiales latinoamericanas.

Primero Argentina, al imponer un impuesto por sorpresa del 20% sobre la exportación del gas natural, único derivado del crudo cuya venta al exterior aún no estaba gravado. También Bolivia y Venezuela han tendido al incremento de la presión fiscal sobre las petroleras extranjeras, entre las que se encuentra Repsol YPF. Venezuela recaudará con la subida del impuesto, según la ley de Hidrocarburos de 2001, que pasa del 1% al 16,8%, la cantidad de 1.270 millones de dólares anuales.

En España posee el 30,8% de Gas Natural, líder del mercado, de ahí la importancia estratégica de los acuerdos operativos e intercambios accionariales que mantiene con esta compañía.

Adquirió a la compañía danesa Boreales por 200 millones de euros, su filial Boreales Polímeros.

Compró a la petrolera Shell 303 gasolineras y un 15% de la empresa de oleoductos de Portugal por 358 millones de euros. Esta operación le lleva a consolidar su liderazgo en la península Ibérica.

Autoclub Repsol, donde Mutua Madrileña del Automóvil participa con el 25%.

Como ejemplo, a finales del año 2002 la penetración de líneas fijas era del 17% vs. El 57% en Europa occidental o el 66% en Norteamérica.

Ésta se ha visto sucesivamente modificada por las reorganizaciones llevadas a cabo en función de las necesidades del negocio. Así Terra-Lycos se ha visto alterada tras la venta de Lycos, o la desaparición de Admira. En este sentido, próximamente se dará otra vuelta de tuerca con la puesta en práctica del nuevo plan de consolidación del grupo, que se enmarca dentro del plan estratégico cuatrienal 2004-2008.

Tras las sucesivas adquisiciones, hizo que se fortaleciera la empresa a nivel global, ya que pasó de ser la número 15 en el año 1999 hasta situarse entre de las diez primeras empresas por capitalización bursátil a nivel mundial en el 2001. Esto le permitió seguir invirtiendo en la zona, y durante el 2001 hacerse con los activos de Motorola en el norte de México, para, a continuación, adquirir en el 2002 el 65% del capital de la operadora celular Pegaso PCS74, con un acuerdo llevado a cabo por un monto de 70,5 millones de dólares. Con estas operaciones logró una cobertura en todo el país, representado por un mercado potencial superior a los 110 millones de habitantes. Dentro de esta dinámica, nuevamente se redobló la apuesta mexicana en el 2003, al invertir en México 483 millones de euros para desplegar la red de GSM.

Durante el 2004 ha redoblado la presencia en este mercado, donde sólo cuenta con 340.000 clientes de banda ancha, que representan la mitad de los que tiene en la ciudad de San Pablo. Esta iniciativa representa la entrada del grupo en la telefonía fija mexicana, mercado en donde estaba presente a través de Telefónica Móviles.

Continuando con su política expansiva para solidificar su liderazgo, suscribe un acuerdo con Telecom Portugal para unir sus activos de telefonía móvil y crear en el 2002 la joint-venture Brasilcel, que es la primera compañía operadora de móviles en Brasil. Posteriormente, en el 2004, acometió una nueva operación destinada a controlar el 99% de las cuatro filiales: Telefónica Sudeste Celular, Tele Leste Celular, Celular CRT y Tele Centro Oeste, por un importe de 430 millones de euros. La pretensión es doble al hacerse con este control, que le permitirá operar con la marca Vivo en todo el país, y además conseguir mejores costes operativos y financieros. Dentro de esta dinámica, en el transcurso del 2003, realizó inversiones por 1.214 millones de euros a nivel mundial, un 32% más que en el 2002 cuando se situaron en 826 millones.

En Chile, también hubo movimientos durante el 2004 con la compra de la compañía de telefonía móvil CTC Chile, aunque la gestionaba desde el año 2000. El importe fue de 1.301 millones de dólares que le otorga el control total, y aporta más de 2,5 millones de clientes, a los que incorporará las nuevas tecnologías de telefonía móvil GSM.

Continuando dentro de su estrategia de liderazgo en la zona, cerró en el mismo año 2004 el acuerdo para adquirir los activos de telefonía móvil de diez filiales del grupo norteamericano BellSouth en Latinoamérica por una cifra de 5.850 millones de dólares, lo que le sitúa como operador líder en siete países y como número dos en cinco países, al incorporar 10,5 millones de clientes y conseguir penetrar en mercados donde no tenía presencia directa como los de Colombia, Ecuador, Guatemala, Panamá y Venezuela.

Las primeras compras de las cuatro primeras filiales por el cien por cien han sido las de Ecuador, Guatemala, Panamá y Venezuela, por las que ha desembolsado 3.005 millones de dólares, aportando en conjunto 5,1 millones de clientes. Destaca la

compañía venezolana Telcel, la mayor de las diez filiales de BellSouth, con un coste de 1.350 millones de dólares, que aporta 3,3 millones de clientes, una facturación de 894 millones y beneficios por 356 millones de dólares, lo que representa el 40% de las ganancias acumuladas de las diez operadoras.

Estas adquisiciones le aupán al “primer” puesto de la telefonía móvil en América Latina con una cuota de mercado por encima del 40%, que la coloca como la segunda multinacional de telefonía móvil con más de 63 millones de clientes, inmediatamente después de Vodafone y en la cuarta operadora por tamaño mundial por detrás de China Mobile, Vodafone y China Unicom. Estas posiciones representan una proyección para el año 2008 de ingresos en telefonía móvil de aproximadamente 35.000 millones de dólares y 180 millones de usuarios. Todo esto se basa en un crecimiento sólido y sostenido, que le ha permitido pasar de la decimoquinta posición mundial por capitalización bursátil que ocupaba a finales de 1999 al puesto número 10 del ránking en el 2001, para ocupar en el 2003 la primera posición en la Unión Europea, y en el 2004 consolidarse entre los seis primeros grupos del mundo empresarial europeo y de las telecomunicaciones a nivel mundial.

Se ha situado en este lugar desplazando al líder, América Móvil, que cuenta con 41 millones de clientes, y tiene su principal mercado en México, con 22 millones de clientes y se encuentra realizando una firme estrategia expansiva en Brasil.

Telefónica Publicidad e Información

Con una presencia igualmente activa en los diferentes mercados, finalizó en 2004 la compra del 40% restante de Publiguías de Chile por un monto de 52, 48 millones de euros. Sus operaciones de Latinoamérica le han reportado el 21,7% de los ingresos, que en 2003 alcanzaron la cifra de 570,80 millones de euros.

Los mercados más importantes latinoamericanos para el Grupo Telefónica son y serán Brasil y México respectivamente, después Chile, Argentina, Venezuela y Perú. Toda esta estrategia latinoamericana le ha situado como la cuarta operadora mundial. La ascendente importancia de las inversiones en el exterior de Telefónica se refleja en la

evolución de la aportación al Ebitda, que durante el año 2001 fue del 43,1%, en el 2002 llegó hasta el 61,5%, y en el 2003 ofreció el 64%. En tanto que durante el período 2002 y 2003, las inversiones en Latinoamérica fueron aproximadamente de 1.000 millones de euros, representando un 86% de las inversiones realizadas fuera de España.

En septiembre se situó en la sexta posición en el Eurostoxx , índice que reúne a las 50 principales compañías de las bolsas de los países de la zona Euro y la segunda posición por valor bursátil.

El Ebitda (Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization), también denominado flujo de caja de explotación, es el resultado antes de los intereses e impuestos, depreciaciones y amortizaciones.

Por países, Brasil ha sido el principal beneficiado por la internacionalización de Telefónica, ya que acapara el 53% de la inversión acumulada de esta compañía en América Latina entre 1990 y 2003, 18.325 millones de euros. Después se encuentra Argentina, con 7.586 millones de euros, Perú, con 3.858 millones, y México, con 2.786 millones; éstos son los países que acumulan más cantidad de inversión directa durante estos años.

Desde la Operación Verónica, los presupuestos de inversión fueron decreciendo, puesto que en el 2001 se redujeron hasta los 3.243 millones de euros. Para el año 2002, lo hicieron aún más, al registrar 1.311 millones y en el año 2003 descendieron hasta los 322 millones. Durante el 2004, se incrementaron notablemente por la compra de BellSouth y la culminación de la operación de Brasilcel, que acumularon los 5.164 millones de euros. El Grupo Telefónica ha invertido desde 1990 hasta el año 2005 una cifra superior a los 40.000 millones de euros en América Latina, lo que le hace valer la posición de “primera” empresa española inversora en Latinoamérica. Si se suman las inversiones en redes y servicios supera los 68.000 millones de euros.

De cara al futuro, Telefónica redoblará su apuesta por la banda ancha fija en ofertas masivas de ADSL, donde es líder con una cuota del 64%, superando el millón y medio

de clientes (2005) en los países donde opera: Argentina, Brasil, Chile y Perú. En este mercado de banda ancha, ha invertido 600 millones de euros, y representa el negocio con mayor potencial de crecimiento en la industria de las telecomunicaciones.

Antes de que finalice el 2004, lanzará sus servicios de ADSL en México, una iniciativa que supone la entrada del grupo en la telefonía fija mexicana, mercado en el que ahora está presente a través de Telefónica Móviles.

En este contexto de afianzamiento del liderazgo, donde combina la telefonía fija con la móvil, es necesario destacar la redoblada importancia que adquieren los países donde opera, pues estos mercados suponen el 60% del total de los clientes de la compañía en el 2005.

5.3.4. Sector Servicios

Mapfre América

Comenzó su expansión internacional hacia América Latina en 1982 y, como los grandes bancos, se vio estimulada ante la creciente competencia y saturación de los mercados nacionales a buscar nuevas oportunidades de negocios en estos mercados de muy escasa penetración de los seguros y reaseguros. Este proceso, que se incrementó notablemente desde mediados de los noventa, se reforzó en 1998, cuando estableció una alianza estratégica con la segunda caja de ahorros española, Caja Madrid.

Actualmente es la empresa extranjera más importante del sector seguros en la región, con una cuota de mercado superior al 20% y una inversión que sobrepasa los 700 millones de euros. Mapfre, con su presencia en los países latinoamericanos, arrojó un volumen de primas de seguro por 1.235,9 millones de euros en el 2003, sobre todo en México, Brasil, Venezuela, Argentina y Puerto Rico. Para el 2004, ha puesto en marcha un importante plan de expansión regional mediante el que prevé invertir alrededor de 70 millones de euros, destinado en la apertura de 686 oficinas directas. Además, en la República Dominicana establecerá una nueva compañía aseguradora, lo que reforzará su presencia que está representada por la Caribe Asistencia.

También cuenta con una filial en Estados Unidos, y la mayor parte de las primas que se sitúan en 1.240 millones de euros (2003) proceden del seguro de automóviles y en menor medida de salud y accidente. Se sitúa como el tercer grupo extranjero en el mercado de seguros generales, con una cuota del 4,3%, y sus beneficios esperados son de 76 millones de euros (2004).

Aguas de Barcelona

Participada mayoritariamente por el Grupo Suez, a pesar de los problemas generados por la crisis argentina –como la revisión del documento de concesión, y la congelación de tarifas–, 2004 aparece como un año que puede ser positivo, ya que el Gobierno argentino anunció la decisión de no revocar la concesión de Aguas Argentinas (participada al 25% por Aguas de Barcelona), y por su parte la empresa se compromete a nuevas inversiones y a la suspensión provisoria de la demanda que había presentado contra Argentina en el Tribunal Arbitral del Banco Mundial por incumplimiento de contrato.

5.3.5. Sector Construcción

Ferrovial

Otorga a la internacionalización un papel distinguido en su estrategia. Además de diversificar los destinos en los que se encuentra, la zona latinoamericana representa un 20% de sus inversiones totales, después de España (30%) y Canadá (28%). Gran parte de estos proyectos en Latinoamérica se establecen en Chile, donde existen cuatro tramos de la Ruta 5, donde Ferrovial tiene una inversión comprometida de 330,2 millones de euros y los contratos tienen vigencias hasta el 2015, 2023, y un par hasta el 2024.

Además, el aeropuerto de Antofagasta, igualmente en Chile, tiene una inversión del grupo de 1,5 millones, con la vigencia de contratos hasta el 2010. En México tiene participación en nueve aeropuertos (Aeropuertos del Sudeste) en la que tiene comprometida una inversión de 24,5 millones de euros, y cuya concesión vence en el año 2049.

OHL (Obrascon Huarte y Lain)

Cuenta con una alta vocación internacional, desde sus inicios, cuando se creó la compañía Obras Construcción en 1911 y, un año después, efectuó la primera obra en las dársenas del puerto de Lisboa. Hasta el momento ha realizado obras en 34 países y actualmente está presente en 17 países, especialmente en la construcción, reparación o gestión en carreteras, hospitales, edificios y plantas de tratamiento de agua, entre otro tipo de construcciones.

El grupo ganó 48,5 millones de euros y tuvo un volumen de negocio de más de 2.000 millones durante el año 2003, gracias a su internacionalización, en especial en Latinoamérica, donde tiene oficinas permanentes en Chile, Brasil, México y Argentina, y presencia en Cuba, Panamá, Costa Rica y Honduras. Asimismo, ha reforzado su posición en algunos países como en Chile, al adquirir empresas concesionarias al Grupo Endesa, que estaba desinvirtiendo en ese país en sectores no estratégicos para sectores como el de carreteras y agua. Asimismo, le fue adjudicada en el 2002 una autopista de peaje denominada Ruta 60, con inversiones aproximadas de 280 millones de euros. Hacia finales del 2003, comenzó la adquisición total de su empresa concesionaria en Brasil por una cantidad de 35,5 millones de euros, a través de su filial OHL Brasil.

5.3.6. Sector Textil

Grupo Inditex

Con sus diferentes marcas (Zara, Massimo Dutti, Bershka), cuenta con 149 tiendas distribuidas en América Latina (2003), que representan un 7,7% del total de tiendas incluyendo España (1.922 tiendas locales), y el 18,8% del total que tiene fuera de España. Esto le aporta más del 11% de las ventas totales en el 2003. El destino más importante de la zona es México, seguido de Venezuela. En México Inditex tiene una representación de 98 tiendas (el 12% de las tiendas fuera de España y el 66% de las sucursales de Latinoamérica), lo que le convierte en el tercer país del grupo en cuanto a número de tiendas se refiere, después de España (1.130) y Portugal (82). Aunque la cifra de inversiones previstas para el 2004 es muy buena, entre 650 y 700 millones de

euros, se centrará ahora en fortalecer las posiciones dentro de las *joint-ventures* de Italia y Japón.

5.3.7. Sector Turístico

Sol Meliá

Líder del sector hotelero y con una decidida y acertada proyección internacional, con especial énfasis en América Latina, continuó su línea de expansión a lo largo y ancho del continente. A finales del año 2003 contaba con 78 hoteles localizados en los destinos más importantes de América Latina y el Caribe (suponen el 22% del total del grupo), de los cuales se situaban 23 en Cuba, 22 en Brasil, 11 en México y 7 en Colombia. Desde finales del 2003, comenzó la construcción del Hotel Paradisus de Puerto Rico, en cuya construcción la compañía invertirá 140 millones de dólares.

Esta presencia y actuaciones le han situado como la empresa hotelera más importante de América Latina. Además, las perspectivas son bastante favorables, destacando los destinos del Caribe, debido a la recuperación de la economía de Estados Unidos.

Fuerte Hoteles

Representante de la dinámica de los grupos medianos que inician su internacionalización desde posiciones avanzadas regionales, como es el caso en el que ha invertido 23,6 millones de euros en la adquisición de la cadena Oasis en la Ribera Maya (Caribe mexicano). Su razón obedece a la estrategia de diversificación mediante la complementación de mercados. Como complemento, destacar las operaciones realizadas por los hoteleros españoles, ubicados especialmente en Mallorca, como Riu, Barceló, Sol Meliá, Iberostar, Grupo Piñeiro y Fiesta Hoteles, los cuales han llegado a un acuerdo con el Gobierno de la República Dominicana para adquirir 150 millones de dólares en bonos preferenciales emitidos por el Banco Central Dominicano. Esta operación, que les reporta un 5% a los empresarios, podrá recuperarse en el momento que decidan realizar nuevas inversiones en el país. Este adelanto está en consonancia con lo que estos grupos prevén invertir en el país en los próximos años. Con esta anticipación de deuda contribuyen a paliar en parte la situación poco favorable que

atraviesa la economía dominicana, ya que la IED se ha retraído sucesivamente durante los últimos años.

Finalmente, resaltar unas consideraciones inmediatas. La primera, que con la recuperación económica de toda la región, en un clima de estabilidad, la maduración alcanzada en el manejo de IED, así como con la información almacenada, sería deseable impulsar las posiciones de liderazgo aprovechando las sinergias y economías de escala. La segunda, debe ser de organización y gestión, pues decididamente es el momento de la racionalización de los recursos, procedimientos, mejora en los ratios de eficiencia, productos y servicios. La tercera, fundamental aunque responda más a la llamada “economía débil” –que hasta el momento no se le ha prestado demasiada atención, pero que resulta prioritaria–, es fortalecer y potenciar las marcas y el activo país como ventaja competitiva.

Y la definitiva, es que se impone la ganancia de rentabilidad desde la visión del largo plazo, como indicador de la permanente búsqueda del rendimiento en la creación de valor para clientes, accionistas, empleados y capacidades básicas y competitivas para los países. Éste es un mapa de carreteras que está en constante actualización directa e indirecta, que incluye múltiples oportunidades y desafíos, que tensa la dinámica y crea actividad de las organizaciones y que encaja con la dimensión operativa de bancos y empresas, que les permitirá continuar avanzando por los caminos de la competitividad propia de los líderes mundiales.

En 2000, la IED fue de 953 millones de dólares; en 2001, 1.079; en 2002, 961 y en 2003, 700 millones de dólares. CEPAL, 2004.

CEPAL considera que en el 2005 todos los países crecieron; la región obtuvo un crecimiento del 4,5%, y para el 2006, las principales economías regionales, como Brasil, México, Argentina y Chile, continuarán progresando con gran intensidad.

5.3.8. Sector Agroalimentario

Conservas Calvo

Líder del sector de conservas en España, con un 17% de cuota de mercado, se ha convertido igualmente en líder de América Latina, tras la compra en el 2004 de la mayor empresa en la región, la compañía brasileña Gomez de Costa, por un importe de 50 millones de dólares, que le permitirá instalarse en este país con una cuota de mercado del 50%. Esta posición privilegia su penetración en los mercados de MERCOSUR, Bolivia y Chile, que cuenta con 250 millones de habitantes y una exigua cuota de consumo en conservas, como es el 0,5 en atún, mientras que en Brasil es algo superior, 0,13%, los cuales comparados con los de España, que sobrepasan los 2,15 kilos, ofrecen, como es la tónica general, un extenso recorrido. Con la incorporación de la nueva filial, Calvo tiene previsto facturar 350 millones de euros, un 31% más que en el 2003.

Jealsa

Como propietaria de marcas reconocidas como Rianxeira, ha seguido los pasos del líder y gran competidor (Calvo), decidiendo intensificar su presencia en la región, para lo cual ha comprado la mayor empresa conservera de Chile, Robinson Crusoe. Su estrategia es fabricar toda la gama de productos, pues ya cuenta con fábricas en Guatemala.

5.4. Las marcas y el activo país como ventaja competitiva

Para entender en qué punto se encuentran “las marcas” actualmente, y hacia dónde se dirigen, es importante comprender de dónde vienen.

Inicialmente, en la lejanía de los tiempos, las marcas empezaron siendo una sencilla forma de comunicación comercial. Los artesanos y los granjeros de Roma y Grecia marcaban sus productos antes de enviarlos al mercado, para que los clientes los distinguiesen de los otros productores.

A principios del siglo XIX, los fabricantes de tabaco, medicamentos con patente y jabones empezaron a utilizar las primeras marcas orientadas a un mercado de masas, asociando el producto con su presentación o embalaje y valiéndose, por primera vez, de campañas publicitarias.

En Estados Unidos y Europa, las marcas de ámbito nacional vieron la luz a finales del siglo XIX. Entre los elementos que ayudaron a su nacimiento figuran las mejoras en los sistemas de transporte y de comunicaciones, cadenas de ensamblaje y embalaje más eficientes, y cambios en las leyes sobre marcas comerciales que aseguraban una mayor protección de las mismas.

Respecto al concepto de “activo país, o país de origen”, debemos considerarlo como un factor que puede contribuir a añadir credibilidad a la identidad de una empresa o marca. Así, por ejemplo, marcas con el origen “Made in Germany”, “Made in Japan” constituyen ejemplos claros de ello. Por el contrario, marcas como “Made in Thailand”, “Made in Morocco”, es posible que algún día simbolicen calidad y valores superiores pero, actualmente, las percepciones relacionadas con estos orígenes son de una escala inferior. Dicha percepción, compartida por directivos y consumidores, constituye una de las razones por las que las marcas de diferentes lugares encuentran tan complejo competir con las ya establecidas en Estados Unidos, Japón o Europa.

Recientes investigaciones sugieren que el país de origen estimula el interés de los clientes por las empresas y las marcas, e influye en la evaluación de los atributos del producto/servicio por parte de aquéllos, especialmente cuando están poco familiarizados con los productos y servicios de esa procedencia.

Se podría definir el país de origen “como un conjunto de fortalezas y debilidades vinculadas al país de origen, que incorporan o sustraen el valor suministrado por una marca o servicio al fabricante y/o a sus clientes”.

Se podría establecer una clasificación de marcas en función del país de origen y del valor de la marca.

Así, las marcas con alto apalancamiento o recorrido comercial proporcionan nuevos ingresos y son propiedad de compañías de países valorados positivamente por los consumidores. En el lado opuesto, se encontrarían las no apalancadas, comercializadas por compañías posicionadas con valor negativo de sus marcas y cuyos países son percibidos también en una escala inferior. Adviértase que las percepciones son resistentes al cambio, y se necesitan años de continuos y notables éxitos para modificar las creencias sobre marcas y países con valor negativo; se considera que el activo país es más complejo y sofisticado de cambiar que las marcas.

Respecto a los posibles efectos que ejerce el activo país o país de origen sobre el comportamiento del consumidor hacia las marcas, éstos pueden generar tanto ventajas como desventajas competitivas. Debido a experiencias personales, información adquirida o creencias estereotipadas sobre países, los consumidores generan imágenes de marca-país. Si las valoraciones son positivas sobre el país de origen, esto puede propiciar una percepción favorable de las marcas de productos fabricados en ese país. A este respecto, cabe señalar que las marcas provenientes de países con mejor imagen estarían mejor posicionadas para disfrutar de precios elevados versus precios con descuentos que caracterizarían a las marcas de países con imagen débil o negativa.

Algunas marcas se ven afectadas porque la debilidad del país de origen proviene de una escasa exposición a la competencia global, mientras que otras, generadas en países con una imagen débil, suelen quedar “atrapadas” por una localización periférica, al no reconocerse su potencial para pasar a ser marcas globales ni las fortalezas que pueda presentar la marca.

Marcas como Sony o Toyota han conseguido ser reconocidas partiendo de una imagen de calidad baja, característica de la mayoría de los productos originados en Japón a comienzos de la década de los ochenta.

Existen numerosas marcas globales que, para incrementar su valor, diseñan su estrategia añadiendo a su nombre el país de origen (por ejemplo, Swissair, Salmón Noruego). También se emplean otras opciones, como incluir en el diseño y la

publicidad el vínculo a su origen (Reebok emplea la bandera británica en sus artículos). De este modo, cuando la marca se vincula al origen, ineludiblemente, va asociada a los estereotipos de ese país; las diferentes identidades nacionales se proyectan para configurar la imagen de sus marcas.

5.4.1. *Animosidad hacia el país de origen*

Este punto es tratado desde otro punto de vista en el capítulo de obstáculos. El término animosidad podría definirse como “vestigios de antipatía originados por conflictos históricos, militares, políticos o económicos que afectan a la decisión de compra de marcas en el mercado nacional/internacional, independientemente de su calidad o precio”. Ésta puede adoptar diversos grados, que oscilan entre una rivalidad benigna hasta posiciones encontradas por disputas serias.

Países asociados a prácticas comerciales deshonestas, o regímenes políticos regresivos/dictatoriales, también suelen generar repercusiones negativas en las percepciones de los consumidores. Será necesario seleccionar y orientar la actividad hacia mercados concretos y modificar las estrategias de comunicaciones y promoción en aquellos lugares donde la animosidad puede representar una notable barrera.

Se ha comprobado que en algunos mercados (Estados Unidos) los consumidores desarrollan mayor preferencia por determinadas marcas importadas que por sus propias marcas nacionales, al contrario de lo que sucede en otras regiones (Francia y Alemania). Las razones para estas preferencias se justifican en percepciones de calidad y de sentimientos patrióticos o nacionalistas.

Si el nivel de animosidad hacia el país de origen es elevado, las marcas deberán asumir que los métodos y herramientas tradicionales del marketing serán insuficientes para alcanzar el éxito en cuota de mercado.

Se requerirá una respuesta estratégica más apropiada, basada en relaciones públicas diseñadas para disminuir tensiones y llegar a acuerdos para la fabricación local (“marca híbrida”) con el objetivo de minimizar el origen de la marca. Así, Japón ha solucionado

el problema de animosidad hacia sus marcas, y ha situado fábricas en muchos países, si bien también se han tenido en cuenta aspectos económicos como el coste de la mano de obra.

5.4.2. Construcción de la imagen del país de origen

Como se ha indicado, el concepto de país de origen implica una serie de consecuencias económicas y comerciales para las empresas y marcas provenientes de una zona o país determinado. En el contexto global en el que nos desenvolvemos, la producción se está dispersando por diferentes países. No obstante, la procedencia madre de la marca siempre genera unas percepciones específicas.

Es obligado recordar algunos aspectos concernientes a este fenómeno:

- El efecto del país de origen afecta tanto a marcas de consumo como industriales o servicios.
- La magnitud de los efectos del país de origen difiere según sean marcas globales o híbridas.
- El efecto del país de origen impacta más en las marcas de países en vías de desarrollo, que en las de espacios económicos desarrollados.

La buena imagen del país contribuye a la buena percepción de la marca y viceversa. Como ejemplo de ello, hay que señalar la contribución de Alemania a la imagen de Mercedes Benz y la de esta marca a la visión positiva del país. Esto es lo que se conoce como efecto de “fertilización cruzada” entre ambos.

Otro aspecto sumamente importante es que el país de origen posee significados simbólicos y emocionales que son transmitidos a los clientes y consumidores. Si se transfiere identidad nacional, el resultado puede ser un vínculo emocional intenso para ciertas marcas, donde la calidad del producto se entremezcla con los sentimientos de orgullo nacional.

La certeza de que la evaluación de las marcas se vincula a una serie de características de su procedencia no hace, sino, destacar el papel del país de origen. Por ejemplo, las marcas de productos de alta calidad técnica están más valoradas si proceden de países desarrollados.

Existe, conjuntamente, una correspondencia entre las preferencias del consumidor por las marcas de un país de origen y la percepción del nivel cultural, económico y político de ese país. Además, otros factores, como pueden ser las experiencias en viajes y vacaciones o los encuentros con personas de ese país, pueden influir en las actitudes hacia las marcas. Para construir la imagen del país se deberán diseñar planes de identidad, y es necesario que ésta sea congruente y fiel a las características (históricas y actuales) del país de origen; se requerirán inversiones constantes que garanticen una imagen duradera y consistente en el tiempo.

5.5. La imagen de España en América Latina

Este capítulo ha sido redactado tomando como base los datos resultantes del latinobarómetro 2005 datos del informe Real Instituto Elcano.

Como ya sucediera en los años 2003 y 2004, el Real Instituto Elcano ha introducido nuevamente una serie de preguntas sobre España en la encuesta Latinobarómetro con el fin de indagar en la imagen de nuestro país en América Latina. La 10ª oleada del Latinobarómetro se realizó en 18 países de América Latina entre el 1 de agosto y el 10 de septiembre de 2005.

Se formuló el mismo cuestionario en todos los países, en entrevistas personales a muestras representativas de la población de cada uno de ellos, con un total de 20.207 entrevistas. El margen de error oscila entre el 2,8 y el 4,1%.

En el 2005 se ha repetido varias preguntas de los años anteriores para conocer la evolución de las opiniones:

- Valoración general de nuestro país

- Valoración de las relaciones entre España y el país del entrevistado
- Valoración de las inversiones españolas

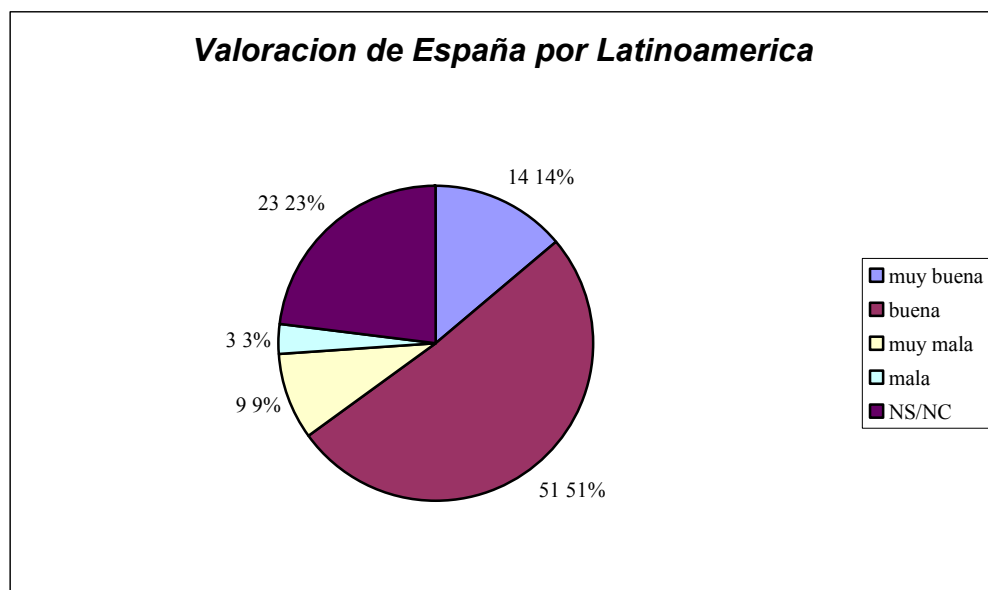
Al igual que en ediciones anteriores, también se han incluido preguntas nuevas, referidas a:

- Valoración de diversos líderes mundiales y españoles
- Conocimiento e interés por la cultura española
- Posibles áreas de cooperación del gobierno español con el país del entrevistado
- Ámbitos de inversión para las empresas españolas que pueden ser beneficiosos para el país del entrevistado

Antes de presentar los resultados, es obligado recordar que el objetivo es tener un mapa general comparativo de los países, y no un estudio exhaustivo de la imagen de España en cada uno de ellos. Para esto último sería necesario realizar un estudio de caso *ad hoc*, que escapa al marco del Latinobarómetro.

5.5.1. Valoración General

El 65% de los encuestados tiene una opinión positiva sobre España (51% buena, 14% muy buena). Si a este porcentaje le sustraemos el de valoración mala o muy mala, que en conjunto suman sólo un 12%, obtenemos un índice medio con un saldo positivo de +53, que denota una imagen amable de España.



Fuente: Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinobarómetro.

Si comparamos la imagen de España con la imagen de otros países, el nuestro es el mejor valorado, seguido de Japón y la UE (con índices de 48 y 47, respectivamente). Les sigue China, que en una cuarta posición alcanza un 36. El peor valorado es los EEUU, con un 32.

Hay que subrayar que se trata de una jerarquización estable. Se corresponde con la que resultaba del Barómetro Iberoamericano de Gobernabilidad, que con datos de mayor de 2005 situaba a la UE en primer lugar, con una valoración positiva del 53% de la población iberoamericana; China, en segundo lugar con un 48%; y a los EEUU en último un 41%.

El índice de valoración de España desciende 5 puntos respecto a 2004, lo cual apunta a un ligero enfriamiento del enorme entusiasmo que mostraba el 2004 en comparación con 2003. En cualquier caso, entre 2003 y 2005 se constata que mejora la imagen de nuestro país en la región.

Satisfacción de nuestro país (porcentaje)

SATISFACCIÓN	2003	2004	2005
Muy buena	10%	14%	14%
Bastante buena	49%	54%	51%
Bastante mala	12%	8%	9%
Muy mala	4%	2%	6%
NS/NC	25%	22%	20%
INDICE	43%	58%	53%

Fuente: Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinóbarómetro.

Además, hay que destacar que se trata de un descenso que afecta a la imagen de los otros países por los que se pregunta en la encuesta. Con todo, hay que subrayar de nuevo que España es siempre la nación mejor valorada.

Centrándonos de nuevo en la imagen de España, y comparando unos países latinoamericanos con otros, México es el país en el que la opinión sobre España es peor: el índice es 40. Le siguen Bolivia y Brasil, con un valor de 45. Por el contrario encontramos una mayor simpatía hacia España en Colombia, Honduras, República Dominicana y Venezuela.

Si analizamos la evolución de las actitudes entre 2003 y 2005 en los grandes países de la región, encontramos países que se ajustan a la pauta media, como **Argentina** o **Perú**, con una gran mejora del índice entre 2003 y 2004, y un ligero descenso entre 2004 y 2005. En otros, por el contrario, se observa un crecimiento constante de los valores. Es excepcional, por la magnitud del cambio, el caso de **Venezuela**, que ve triplicado el índice, de 18 en el 2003 a un 60 en el 2005. Pero también en **México** se multiplica por dos entre los dos años, pasando de 21 a 40. Finalmente, en países como **Colombia**, **Ecuador** o **Bolivia** no se produce el reflujó, de manera que en el 2005 se mantienen las altas cotas alcanzadas en el 2004. Sólo en el caso de **Chile** sucede que se desinfla la burbuja de entusiasmo de 2004, de manera que en 2005 se vuelve a los mismos niveles que en 2003.

5.5.2. Valoración de líderes españoles

Juan Carlos I es el líder internacional mejor valorado, con una nota media de 5,8. Con un 5,5 figuran en tercer lugar el presidente del gobierno español José Luis Rodríguez Zapatero y el Secretario General de Naciones Unidas Koffi Annan, tras Luis Inácio Lula da Silva, el líder latinoamericano mejor valorado, con un 5,7, al que todavía no le habían afectado los casos de corrupción en su partido. En quinto lugar, aunque con una nota de 5, está el presidente de Venezuela, el comandante Hugo Chávez, lo que demuestra el gran predicamento que sus políticas populistas tienen en una parte de la opinión pública latinoamericana.

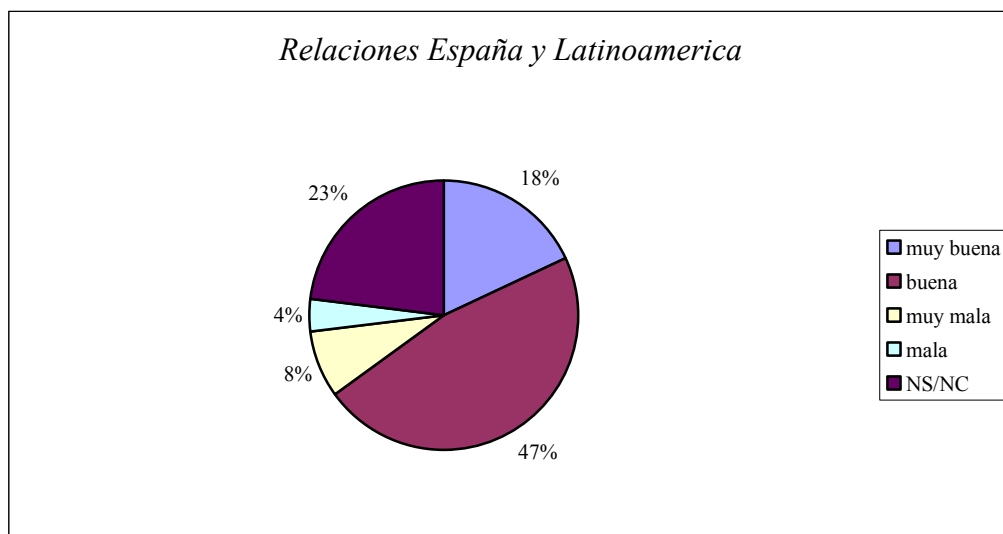
La valoración de Juan Carlos I es más alta en Centroamérica que en América del Sur, habiendo medio punto de diferencia entre ambas regiones: 6,2 frente a 5,7.

Honduras, Costa Rica o el Salvador son los países centroamericanos más favorables; y Argentina, Paraguay y Uruguay, aquellos de América del Sur que también pasan a engrosar este grupo. Por el contrario, en el conjunto de la región, Brasil es el menos entusiasta, pero sin bajar del 5, de manera que no hay ningún país en el que la figura del monarca español no reciba una cálida acogida.

La diferencia entre Centroamérica y Suramérica que observábamos respecto a la figura de Juan Carlos I no se reproduce al valorar la figura del presidente del gobierno español, que recibe su mejor nota de Honduras y El Salvador, pero también cosecha buenos resultados en Venezuela o Colombia. Como sucediera con la figura del Rey, el país en el que la puntuación es más baja es Brasil, único país en el que Rodríguez Zapatero no alcanza el aprobado 3.9.

5.5.3. Las relaciones entre los países

El 65 % cree que las relaciones entre su país y España son buenas (18% muy buenas, 47% muy buenas). Si a este porcentaje positivo le sustraemos el de valoraciones negativas (sólo un 8%) obtenemos un índice positivo de +59.



Fuente: Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinóbarómetro.

Desde 2003 la valoración que hacen los ciudadanos latinoamericanos de las relaciones ha mejorado significativamente, en más de 10 puntos, ya que entonces el índice tenía un valor de 47.

Nivel de satisfacción (porcentaje)

SATISFACCIÓN	2003	2004	2005
muy buena	11	18	19
bastante buena	49	47	48
bastante mala	10	8	6
muy mala	3	4	2
ns/nc	27	23	26
índice	47	54	59

Fuente: Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinóbarómetro.

Chile (76), es el país en el que la percepción de las relaciones es notoriamente superior a la media. Y, una vez más, Brasil y México (50), junto a Costa Rica (45) se sitúan en el polo opuesto, ya que tienen una percepción menos positiva.

Analizando la evolución de las actitudes entre 2003 y 2005 en los grandes países de la región, observamos que países como **Chile**, **Argentina** o **Ecuador** siguen la pauta media de ligera mejora del índice entre 2004 y 2005. El crecimiento es más agudo en el caso de **Colombia**. En cualquier caso nada se asemeja a la expansión que se produce en **Venezuela**, en donde el valor se multiplica por 6, pasando de 8 a 60. Si en 2003 era el país que hacía una peor valoración, ahora se sitúa en el grupo de los que tiene una visión más positiva. En el caso de **Bolivia**, tenemos un crecimiento cero, o incluso negativo, entre el 2003 y el 2004, pero una extraordinaria recuperación entre el 2004 y el 2005, de manera que entre esos dos años el valor se sitúa prácticamente en la media. Frente a estas distintas formas de mejora de la valoración, en **Brasil** o **México** la opinión se ha mantenido constante, de manera que los valores de los tres años son muy similares. Los cambios producidos en los restantes países de la región no se observan en estos dos países aún cuando hay recorrido para una mejora del índice, ya que están por debajo de la media.

Preguntados por las áreas en las que el gobierno de España puede colaborar mejor con el país del entrevistado, los ciudadanos latinoamericanos consideran que la primera es la educación. Así lo estima uno de cada dos ciudadanos latinoamericanos (el 49%). A considerable distancia siguen las áreas de bienestar social o derechos humanos, que obtienen un 24% y un 19% de respuestas. En este entorno también estaría la justicia y la modernización de la administración. El ámbito en el que se desea menor colaboración es la defensa (6%)

La receptividad a la ayuda en materia de **educación** es superior en Bolivia, Colombia y Perú, seguidos de los países centroamericanos, sobre todo Honduras y El Salvador. Se da la circunstancia de que en todos estos países la ayuda oficial al desarrollo español es sumamente relevante. Por el contrario Argentina, Venezuela, Uruguay y México muestran una menor receptividad en el área que venimos comentando.

5.5.4. Conocimiento y demanda de la cultura española

Frente a lo que podamos suponer en España, la mayoría de los ciudadanos latinoamericanos, el 72%, afirma que no conoce (“conoce poco o nada”) la cultura

española. Sin embargo, dado el carácter genérico de la pregunta, que no indaga por manifestaciones culturales concretas, como el cine o la música, es probable que las respuestas hayan tenido un sesgo negativo. Pero sólo un 15% no se muestra en absoluto interesado en conocerla, y uno de cada dos entrevistados (54%) muestran un interés activo (quisieran conocerla “algo o mucho más”). Como era de esperar, Brasil es donde encontramos un conocimiento menor.

Por el contrario, son los ciudadanos de Argentina, Uruguay y México los que mejor dicen conocer la cultura española, no habiendo diferencias entre Centro y Suramérica en este aspecto.

Sin embargo, sí hay diferencia en el interés en conocerla: el porcentaje es del 65% en Centroamérica, frente al 50 % de Suramérica. Honduras, Nicaragua o El Salvador son los más interesados. Argentina y Uruguay son los que se muestran menos interesados, dado que, como acabamos de ver, eran los que manifestaban cotas más altas de conocimiento.

5.5.5. Las Inversiones Españolas vistas desde Latinoamérica

En el 2005 los encuestados por el Latinobarómetro tienen una opinión positiva de las inversiones españolas: el 43% cree que han sido beneficiosas para su país y el 28% que no lo han sido. Restando los porcentajes de valoración negativa a los de valoración positiva obtenemos un índice cuya media para el conjunto de los países es positivo: +15.

Cabe señalar la importancia del dato, pues en los años anteriores, 2003 y 2004, el balance era negativo, de -7.

Satisfacción (porcentaje)

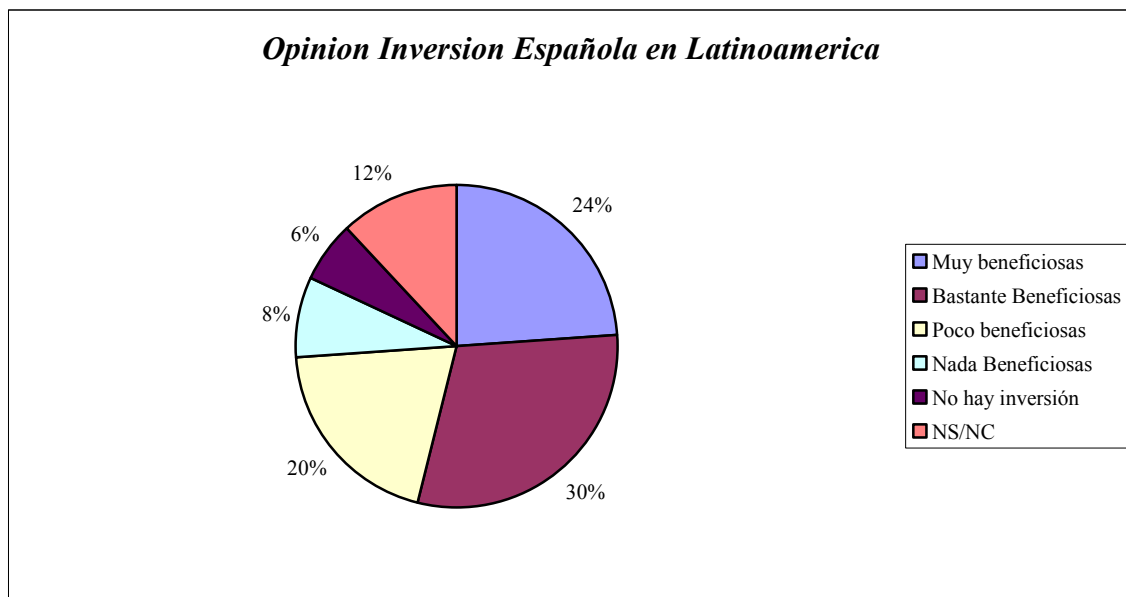
SATISFACCIÓN	2003	2004	2005
muy buena	8	7	12
bastante buena	22	23	31
bastante mala	25	22	20
muy mala	12	15	8
no ha habido	7	7	6
NS/NC	26	26	24
INDICE	-7	-7	15

Fuente:Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinóbarómetro.

En el 2005 Brasil es el único país en el que encontramos un saldo negativo, pese a ser el principal destino de la inversión extranjera directa española en América Latina. En el extremo opuesto, dentro del grupo de los grandes destinos inversores, Venezuela es el más satisfecho, seguido de Colombia y la mayor parte de los países centroamericanos.

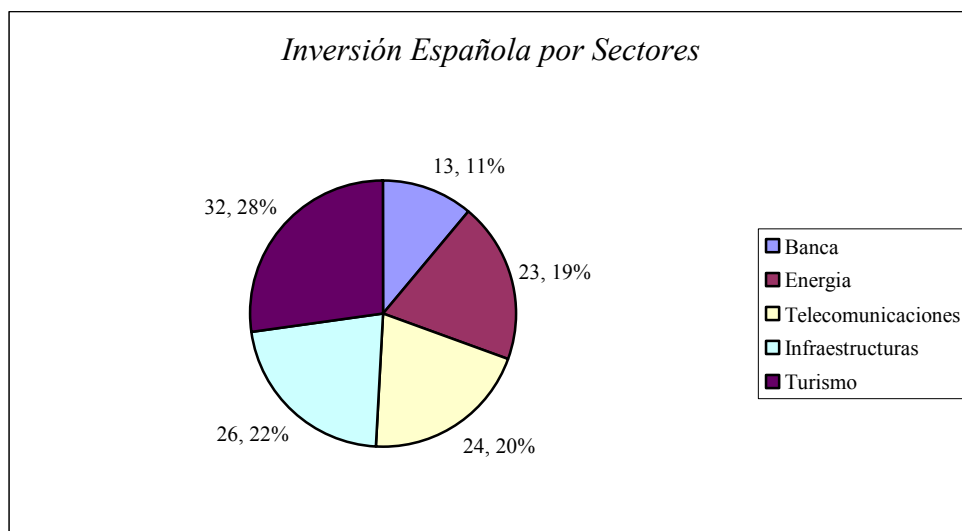
Si analizamos la evolución de las actitudes entre 2003 y 2005 en los grandes países de la región, entre 2003 y 2005 sin lugar a dudas el cambio más significativo se produce en el caso de **Argentina**, que de ser el país más crítico en los dos primeros años, con valores del índice más negativos, de -28 y -31, pasa a tener valores positivos muy próximos a la media en el 2005. Aunque con menor intensidad, otro tanto sucede en **Ecuador, Bolivia, México o Perú**, que mostrando índices negativos en el 2003 y el 2004, se giran para valorar positivamente las inversiones españolas en el 2005. Sólo en un caso el cambio se anticipó a 2004. En dicho año en **Venezuela** los valores negativos de 2003 ya se habían convertido en positivos. El cambio es más tibio en el caso de **Chile**. De las críticas en el 2003 y el 2004 se ha pasado a la ambivalencia, dado que las respuestas positivas y negativas se equilibran y el resultado es un saldo prácticamente entre cero, lejano a la media, pero en cualquier caso mejor que los datos negativos de años anteriores. Finalmente, como única excepción, subrayar la situación que encontramos en **Brasil**, en donde la opinión sobre las inversiones españolas, frente a lo

que sucede en el resto de la región, se ha vuelto ligeramente más crítica respecto a 2003, a pesar de la ligera mejora que se produjo en el 2004.



Fuente:Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinóbarómetro.

Preguntados por los sectores de actividad económica en los que las empresas españolas pueden contribuir más al desarrollo del país, uno de cada tres ciudadanos latinoamericanos (el 32%, para ser más exactos) apunta en primer lugar al turismo. Telecomunicaciones, energía e infraestructuras figuran en segundo lugar, oscilando en torno al 25% de respuestas. La menos indicada, sería la banca, mencionada sólo por un 13%



Fuente: Elaboración propia, sobre datos del Informe del Real Instituto el Cano, Latinóbarómetro.

No hay diferencias entre Suramérica y Centroamérica en lo relativo al turismo o a la energía, y sí en lo referido a las **telecomunicaciones**, que resultan más interesantes en la primera (30%) que en la segunda (17%). En efecto, en Colombia el porcentaje sube por encima de la media hasta duplicarla (40%), pero también en Perú, Ecuador o Brasil se supera ampliamente.

Conclusiones:

España es el país mejor valorado, por delante de Japón, EEUU o el conjunto de países de la Unión Europea. Y además esto ha sido así en los años en que se ha realizado el estudio. Con todo, la valoración de España ha empeorado ligeramente respecto a 2004, aunque probablemente porque era difícil mantener el enorme entusiasmo que mostraba el 2004 en comparación con el 2003 debido al cambio de gobierno en España. La mejor opinión global sobre España se da en los países centroamericanos y Venezuela. Por el contrario, en México, Brasil y Bolivia es peor. En cualquier caso, sea cual sea el país que manejemos, Juan Carlos I es el líder mundial mejor valorado. Rodríguez Zapatero también se sitúa entre los que tienen una imagen muy positiva, con Koffi Annan.

Además, desde el 2003 la valoración que hacen los ciudadanos latinoamericanos de las relaciones entre España y su país han mejorado significativamente. En este aspecto, Chile es el país más entusiasta y, de nuevo, México y Brasil, lo son menos. Para la gran

mayoría de los ciudadanos latinoamericanos la educación es el ámbito de acción privilegiado en el que España puede cooperar con su país. Ello es así especialmente en el caso de Perú y Bolivia. Paradójicamente, sin embargo, el conocimiento de la cultura española es escaso. La mayoría (el 70%) afirma que la conoce poco. A pesar de lo cual despierta un enorme interés, de manera que sólo 1 de cada 10 ciudadanos latinoamericanos no muestra ningún interés por conocerla. Como era de esperar Brasil es el país en el que encontramos un menor nivel de conocimiento y de interés.

Finalmente hay que subrayar que la imagen de las inversiones españolas en la región ha mejorado significativamente respecto a 2003 y 2004. Si en dichos años el balance era negativo, en el 2005 es positivo. Sin lugar a dudas el cambio más significativo se produce en el caso de Argentina, que de ser el país más crítico en los dos primeros años, pasa a hacer una valoración muy positiva en 2005. Pero, aunque con menor intensidad, otro tanto sucede en Ecuador, Bolivia, México o Perú. En todos los casos el turismo es el área de actividad que se considera más indicado para que las empresas españolas contribuyan al desarrollo de la región.

6. OBSTÁCULOS ENCONTRADOS PARA LA INVERSIÓN E IMPLANTACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMERICA

En este apartado tratamos de describir la percepción que tienen las grandes empresas españolas del sector de infraestructuras, de los riesgos y obstáculos regulatorios e institucionales a los que se enfrentaron sus proyectos en América Latina. Se basa en la memoria documental que aportan anualmente las 15 grandes empresas españolas con proyectos de infraestructura en la región. Para preservar la confidencialidad de las opiniones individuales vertidas, no se incluyen referencias específicas a los puntos de vista de ninguna empresa.

Este apartado está organizado de la forma siguiente: tras esta introducción, tratamos de presentar un panorama general de las inversiones de España en el exterior y de la participación relativa de las inversiones en infraestructura en América Latina. También se discute brevemente algunas de las peculiaridades de las inversiones en infraestructura y los problemas asociados a las mismas.

Se presenta un resumen de los obstáculos a los que, a la luz de las documentaciones analizadas, se han enfrentado las inversiones españolas en Latinoamérica. Se recoge asimismo los comentarios de las empresas analizadas sobre el papel de los organismos financieros internacionales.

También se hace un sucinto balance de las experiencias en los distintos países, señalándose tanto las fortalezas como las debilidades observadas. Se describe varios mecanismos que contribuyeron a mitigar algunos riesgos asociados a inversiones en infraestructuras. Se trata de sintetizar las conclusiones principales.

6.1. La evolución de la inversión española en el exterior

El patrón de las inversiones exteriores de la economía española sufrió una profunda mutación durante los años 90. España, tradicional destino de inversiones extranjeras, siguió siendo hasta 1996 receptor neto de inversión extranjera directa (en adelante,

IED). Pero a partir de 1997, como consecuencia del flujo creciente de inversiones directas hacia el exterior, se transformó en exportador neto de IED. En 1999 las salidas netas superaron el 5% del PIB.

La magnitud del significativo impulso de las inversiones directas en el exterior a partir de 1997 queda de manifiesto en el siguiente cuadro:

Inversión exterior directa años 1993-2002 miles de millones de Euros

AÑOS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Inversión extranjera en España	5.5	6.8	5.7	5.6	18.9	39.4	34.2	28.6	27.6	25.2
Inversiones españolas en exterior	1.8	4.2	4.8	5.0	51.3	56.7	43.1	37.5	35.7	34.2
Saldo neto	3.6	2.6	0.9	0.7	-32.4	-17.3	-8.9	-8.9	-8.1	-9

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores

El cambio de signo de los flujos netos de IED estuvo acompañado por una reorientación en el destino geográfico de la inversión hacia el exterior.

Mientras que en 1995 Europa concentraba el 52% de la inversión total española en el exterior, más de la mitad de la inversión realizada entre 1996 y 2000 tuvo como destino América Latina. En aquellos años, la percepción del binomio rentabilidad-riesgo de la región mejoró sustancialmente gracias a la reestructuración de la deuda externa; y la aceptación por muchos gobiernos latinoamericanos de lo que el economista británico John Williamson bautizó como “Consenso de Washington” (esto es, políticas macroeconómicas prudentes, privatización y regulación de mercados, apertura comercial, etc.) suscitó la confianza de las grandes empresas españolas, que vieron en América Latina un mercado natural donde expandirse.

Como muestra el cuadro, la participación de América Latina en la inversión directa española descendió hasta el 21% en 2001, a consecuencia del agotamiento de las

privatizaciones en la región, la crisis argentina, la incertidumbre política mundial y la desaceleración económica.

Nótese también la espectacular caída –un 65%– de las inversiones entre los años 2000 y 2002, especialmente en Brasil, donde en ese período la inversión descendió casi un 90%.

Durante ese reciente período las inversiones directas en el exterior se reorientaron hacia otras áreas, especialmente los países de la OCDE.

Cabe destacar, sin embargo, que China y los países emergentes de Europa recibieron durante el año 2002 una cantidad insignificante del total de inversión española en el exterior.

Según datos del Registro de Inversiones Exteriores, la inversión bruta efectiva de España en China en 2002 fue de €4,9 millones, un 0,01% sobre el total de las inversiones realizadas. Los países de Europa central y oriental (incluyendo Bosnia, Bulgaria, República Checa, Croacia, Hungría, Kazajstán, Polonia, Rumania, Rusia, Eslovenia y República Eslovaca) recibieron de España una inversión de €58,8 millones en el año 2002, un 0,16% sobre el total de las inversiones españolas realizadas durante el ejercicio.

Inversión bruta española en el exterior* por país de destino (importes en miles de euros)

País	2002	% s/total Gral.	2003	% s/total Gral.	Variación 2002/03	2004	% s/total Gral.	Variación 2003/04
Total países OCDE	29.143.231	51.39	33.397.755	77.53	14.6	27.934.138	74.55	-16.4
Total paraísos fiscales	892.431	1.57	333.490	0.77	-62.6	254.177	0.69	-22.3
Total Europa Central	1.284.886	2.27	256.431	0.60	-80.0	58.830	0.16	-77.1
Total países Africanos	117.954	0.21	56.024	0.13	-52.5	340.841	0.91	508.4
Centroamérica y Caribe No paraísos fiscales								
Belice	4	0	0	0	-100.0	0	0	N.C
Costa Rica	1.515	0	53.58	0.01	253.8	175	0	-96.7
Cuba	771.228	1.36	15.553	0.04	-98.0	512	0	-96.7
Dominicana	20.697	0.04	64.644	0.15	212.3	26.302	0.07	-59.3
Guatemala	20.479	0.04	33.937	0.08	65.7	181.967	0.49	436.2
Honduras	73	0	2	0	-97.8	79	0	4.854.4
México	3.983.195	7.02	1.748.841	4.06	-56.1	2.920.002	7.79	67.0
Nicaragua	135.131	0.24	6.304	0.01	-95.3	226	0	-96.4
El Salvador	28.688	0.05	1.567	0	-94.5	42.973	0.11	2.642.7
Total Centroamérica y Caribe	4.961.008	8.75	876.209	4.36	-62.2	3.172.236	8.47	69.1
Sudamérica								
Argentina	3.269.109	5.76	1.874.795	4.35	-42.7	3.530.709	9.42	88.3
Bolivia	13.114	0.02	58.166	0.14	343.5	1.330	0	-97.7
Brasil	14.533.132	25.63	1.651.586	3.83	-88.6	1.589.105	4.24	-3.8
Chile	933.475	1.65	972.903	2.26	4.2	266.845	0.71	-72.6
Colombia	313.264	0.55	157.280	0.37	-49.8	69.836	0.19	-55.6
Ecuador	1.465	0	5.535	0.01	277.9	622	0	88.8
Guayana	574	0	326	0	-43.2	0	0	-100
Perú	778.588	1.37	466.224	1.08	-40.1	51.813	0.14	-88.9
Paraguay	370	0	192	0	-48.0	99	0	-48.4
Uruguay	306.778	0.54	1.181.606	2.74	285.2	69.136	0.18	-94.1
Venezuela	111.638	0.20	728.588	1.69	552.6	26.433	0.07	-96.4
Total Sudamérica	20.261.506	35.73	7.097.201	16.48	-65.0	5.605.928	14.96	-21.0
Total Latinoamérica	25.222.513	44.47	8.973.410	20.83	-64.4	8.778.164	23.43	-2.2
Total Países asiáticos excepto Japón	52.324	0.09	57.458	0.13	9.8	100.231	0.27	74.4
Total resto Países	0	0	12	0	N. C	640	0	5150.6
Total General	56.713.338	100.00	43.074.580	100	-24.0	37.472.021	100.00	-13.0

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores

NC: No calculable (*) Incluye las entradas de capital en países de Latinoamérica para inversión directa, pero no incluye las inversiones realizadas por empresas latinoamericanas controladas por inversores españoles.

6.2. Las motivaciones de los inversores españoles

A tenor de una encuesta encargada por Telefónica, citada por Chislett (2004), realizada entre 107 empresas españolas con presencia en América Latina— que incluye todo tipo de inversiones, y no sólo las inversiones en infraestructura—, los factores que más influyeron en la decisión de inversión de las empresas españolas aparecen en el cuadro, mientras que los obstáculos más frecuentes se resumen en otro cuadro reflejando con bastante aproximación la realidad de la inversión española.

Los cuadros siguientes muestran el papel esencial que tuvieron los factores institucionales y regulatorios que serán analizados en el presente informe, en las decisiones de los inversores.

Factores determinantes de la inversión española en América Latina (porcentajes)

FACTORES DETERMINANTES DE INVERSION	
Expectativas de crecimiento	89
Mejora en el funcionamiento de los sectores	89
Tamaño del mercado	81
Estabilidad macroeconómica	72
Estabilidad política y social	69
Legislación sobre IED	67
Bajos costes laborales	50
Pertenencia a zona o grupo integración	47
Disponibilidad mano obra cualificada	43
Ayudas e incentivos fiscales	40
Calidad de las infraestructuras	39
Disponibilidad de materias primas	23
Potencial de producción agraria	13

Fuente: W. Chislett, (2004) encargada por Telefónica

Obstáculos a la inversión española directa en América Latina (porcentajes respuesta afirmativa)

Obstáculos a la inversión española	
Burocracia y regulaciones locales	58
Corrupción	53
Inestabilidad política	48
Inseguridad legal y jurídica	48
Violencia	45
Riesgo de devaluación	42
Pobreza y problemas sociales	29
Dificultad para repatriar beneficios	28
Carencia de RRHH cualificados 27	27
Mercados financieros poco desarrollados	25
Infraestructuras deficientes	25
Presión fiscal	23

Fuente: W. Chislett, (2004) encargada por Telefónica

6.3. Principales obstáculos y riesgos

La asunción de riesgos es inherente a la actividad empresarial. Pero la cuantía y largo período de maduración de las inversiones en servicios de infraestructura pueden hacer tales riesgos especialmente graves. Uno de ellos –el “riesgo regulatorio”- depende además no sólo de circunstancias imponderables, sino también de la capacidad y voluntad de las autoridades y los ciudadanos de respetar las condiciones pactadas cuando se acometieron las inversiones.

La experiencia de las empresas españolas en América Latina enseña que el realismo de las autoridades y empresas al acometer las inversiones, la estabilidad de su marco regulatorio, el establecimiento de mecanismos que mitiguen los riesgos financieros y, en fin, la asignación eficiente de funciones entre la iniciativa privada, los gobiernos y los organismos internacionales serán esenciales para paliar la grave deficiencia de infraestructuras básicas que América Latina aún padece.

El presente apartado analiza las inversiones españolas en infraestructuras, que representaron el 71% de la inversión española directa en América Latina (Chislett, 2004), muy por encima del 26% de las del sector financiero. En este informe se consideran incluidos en el sector de infraestructura los servicios que se indican en el cuadro.

Sector de infraestructuras

Transportes	Electricidad	Petróleo y Gas	Telecomunicaciones	Agua y saneamiento
<ul style="list-style-type: none"> • Autopistas • Puertos • Aeropuertos 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación • Transporte • Distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Exploración • Producción • Transporte • Distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Telefonía fija • Telefonía móvil 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción, distribución, recolección de agua. • Tratamiento de aguas servidas. • Recogida y distribución de residuos sólidos.

Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta de Telefónica a W. Chislett (2004)

No parece necesario extenderse en este estudio sobre el papel clave de las infraestructuras en el desarrollo económico, pero sí es conveniente resaltar algunas de sus peculiaridades.

En primer lugar, su existencia constituye una condición indispensable para la inversión productiva y su ausencia o baja calidad no sólo reduce la capacidad de las empresas para competir y registrar ganancias de productividad, sino que puede constituir un genuino cuello de botella que impida el desarrollo de un país a medio plazo. Un reciente estudio (Calderón y Servén, 2005) pone de manifiesto el atraso relativo en la dotación de infraestructuras de América Latina durante el período 1980-2003, que asciende al 40-50% en la red de carreteras, al 50-60% en la red de telecomunicaciones y a más del 90% en la red de energía eléctrica. Además, la infradotación de infraestructuras afecta también a servicios de primera necesidad, como el agua y la calefacción.

En segundo lugar, la producción de los servicios de infraestructura suele presentar economías de escala y alcance, lo que suscita el peligro de comportamientos monopolísticos por parte de las empresas suministradoras de estos servicios.

Esas características —economías de escala y carácter básico— han llevado históricamente a que estos servicios se presten por el sector público o a que, cuando son prestados por el sector privado, estén sometidos a un detallado régimen reglamentario. De ahí que la claridad y estabilidad de ese marco regulatorio sea un elemento esencial para atraer inversión extranjera.

Aunque la participación privada en proyectos de infraestructura tiene en América Latina una larga historia (Gómez Ibáñez, 2003), el impulso reciente de las privatizaciones de servicios públicos se inició en los años 80, de resultados del intenso proceso privatizador en servicios básicos (telefonía, electricidad, gas, agua, ferrocarril, etc.) que se inició en el Reino Unido en los años 80. El apoyo que a esas iniciativas dio Estados Unidos hizo que, progresivamente, la privatización de servicios públicos se transformara en uno de los aspectos básicos del ya mencionado “Consenso de Washington”. En esa participación privada en la provisión de servicios básicos se depositaron grandes esperanzas. De una parte, aligeraba la necesidad de inversión pública de los gobiernos, muchos de ellos agobiados por el peso de la deuda pública y del déficit presupuestarios, y en el caso de privatización de empresas públicas era una fuente de cuantiosos ingresos públicos. De otra, gracias a la mejor gestión de las empresas privadas se garantizaba una mayor eficiencia y calidad en la prestación de los servicios.

Las entrevistas realizadas revelan una curiosa paradoja sobre los resultados del intenso proceso de inversión privada en infraestructuras en América Latina. Por un lado, las empresas españolas constatan una significativa mejora en la calidad de los servicios públicos ofrecidos. Por otro lado, sin embargo, los entrevistados lamentan la “decepción social” que perciben en muchos países de América Latina y la animadversión que en algunos países han suscitado algunas empresas españolas. Muchas de ellas atribuyen parte de los problemas actuales a un excesivo optimismo de

los gobiernos, en vísperas de la privatización de empresas, sobre la capacidad de generación de fondos por parte de las empresas.

Dicho optimismo llevó a los gobiernos a cobrar –y a las empresas españolas a pagar– elevados precios por las empresas privatizadas, y a exigir estándares de prestación de servicios públicos para los que se preveía desde el principio una elevación gradual de tarifas. Esa elevación ha terminado por suscitar rechazo político y social, a veces instigado desde las propias instancias públicas. Cabe señalar, no obstante, que en la medida en que la decisión de invertir fue voluntaria, ese excesivo optimismo fue compartido y aceptado por las empresas inversoras.

Las empresas españolas analizadas hacen hincapié en la notable asimetría en el comportamiento de las autoridades antes y después de la realización de las inversiones. Esa percepción encaja bien con la teoría del “acuerdo obsolecente” (*obsolescing bargain*) que Raymond Vernon formuló a principios de los años 70 para explicar las dificultades de las multinacionales americanas que habían invertido en países emergentes (Vernon, 1971).

Según Vernon, en la fase inicial de las negociaciones, las incertidumbres inherentes al nuevo negocio y el interés del gobierno local por atraer la inversión hacen que éste ofrezca unas condiciones atractivas a la empresa extranjera. Una vez, sin embargo, que la inversión se ha materializado, la relación de fuerzas cambia, lo que lleva con frecuencia al gobierno a formular a la empresa extranjera exigencias crecientes y a alterar las condiciones inicialmente pactadas. En casos extremos, señala Vernon, puede llegarse a la re-nacionalización de la empresa. Esto mismo estaría sucediendo en otros países del área como por ejemplo en Bolivia.

La Teoría de Juegos reciente también ha formulado modelos que, a pesar de su sencillez, reflejan bien el problema esencial de las inversiones en infraestructura: una vez que la inversión se ha efectuado por el inversor privado, su rentabilidad depende decisivamente de las acciones de otro agente –el Gobierno anfitrión o ente regulador–, quien podrá alterar el marco regulatorio fijado cuando la inversión se efectuó. Los

señalados modelos muestran que, como ocurre en el caso de las infraestructuras, las inversiones privadas sólo se producirán si las empresas confían en que las autoridades respetarán los compromisos pactados y resistirán la tentación futura de incumplirlos, por lo que queda patente que es un gran obstáculo la legislación vigente, que puede ser cambiante con el cambio de los intereses gubernamentales, quedando desprotegidas las inversiones realizadas.

6.3.1. La percepción de los obstáculos y riesgos por las empresas españolas

El análisis documental realizado sobre las memorias de las empresas han puesto de relieve la amplia gama de riesgos que se ciernen sobre la inversión en proyectos de infraestructura.

Algunos son específicos de cada sector; otros son comunes a la mayor parte de los sectores de infraestructura. A continuación se exponen unos y otros, agregándose al final de este apartado algunas reflexiones sobre el papel de los organismos internacionales en la mitigación de tales riesgos. Nótese que ese catálogo de riesgos y obstáculos se ha elaborado por adición de los encontrados en los distintos países y, en consecuencia, pasa por alto las grandes diferencias entre unos y otros países.

6.4. Riesgos comunes

Entre los riesgos comunes a los proyectos de infraestructura, las empresas analizadas identificaron cuatro grandes obstáculos:

- El primero deriva del perfil típico de los flujos de caja, que, al estar caracterizado por grandes inversiones y pérdidas en los primeros años y expectativas de beneficio después de un período inicial, provoca en la empresa cierta vulnerabilidad, como pronostica la teoría del “acuerdo obsolescente” de Vernon mencionado anteriormente.

- El segundo está en la ausencia de financiación en moneda local—consecuencia de la falta de estabilidad macroeconómica—, que provoca graves riesgos de tipo de cambio en aquellos proyectos cuyos ingresos son en moneda local.
- El tercero deriva de la frecuente sobrerreacción de los mercados de valores en que cotizan las empresas inversoras cuando se producen crisis macroeconómicas en los países de América Latina en que han invertido.
- El último obstáculo que dificulta con carácter general las inversiones españolas en infraestructura está en el escaso tamaño de muchos países de América Latina.

A continuación se analizan cada uno de ellos.

6.4.1. Perfil de los flujos de caja

El perfil temporal típico de los grandes proyectos de inversión privada en infraestructura —esto es, fuertes inversiones y pérdidas en los años iniciales, seguidas de años finales de beneficios— provoca una asimetría en la capacidad negociadora de inversores y autoridades. El riesgo está en que las autoridades políticas y regulatorias ignoren durante la etapa en la que el proyecto genera beneficios las inversiones y las pérdidas que la empresa privada afrontó en los años iniciales del proyecto. Ese riesgo se agrava cuando se producen cambios de gobierno.

Las entrevistas realizadas han mostrado múltiples ejemplos en los que las autoridades o los reguladores modificaron los términos del equilibrio económico-financiero de las inversiones. En la mayor parte de estos ejemplos, las modificaciones las hicieron autoridades llegadas al poder con posterioridad a la etapa inicial, es decir, autoridades que no tomaron la decisión de incorporar al sector privado ni recibieron los ingresos de las privatizaciones. En opinión de las empresas, las decisiones que entrañaron con más frecuencia una ruptura del equilibrio económico- financiero de las inversiones fueron:

- Negativa a autorizar la actualización de las tarifas prevista contractualmente.
- Interpretación en perjuicio del concesionario de los términos de la concesión.

- Extensión obligatoria del suministro de servicios a capas de la población sin capacidad para pagarlos y sin prever un esquema de subsidios.

En estas rupturas sobrevenidas del equilibrio económico-financiero de las inversiones se basa la percepción de muchas empresas de su escasa capacidad negociadora después de efectuada la inversión, los entrevistados han plasmado opiniones con expresiones como “sólo se respetan las reglas del juego mientras estás invirtiendo”.

En opinión de los entrevistados, el riesgo de que el equilibrio económico-financiero del proyecto sea vulnerado queda agudizado cuando concurren en un país ciertos factores:

- *Inestabilidad política y grandes vaivenes electorales*, con el riesgo de que los nuevos gobernantes, sean de ámbito nacional regional o municipal, se desentiendan de los compromisos asumidos por quienes les precedieron.
- *Ausencia de un funcionariado cualificado y estable* que sirva de interlocutor a las empresas que contratan con la Administración y modere los riesgos procedentes de los vaivenes de la política.
- *Un sistema judicial y legislativo de orientación “populista”*, proclive a adoptar medidas cautelares o interpretar la legislación y cláusulas contractuales en perjuicio sistemático de las empresas, especialmente si son extranjeras.

Los entrevistados señalaron como ejemplos la utilización maliciosa del sistema judicial por parte de los consumidores morosos (por ejemplo, “liminares” en Brasil o interdictos en otros países); la limitación drástica, en virtud de ley, de intereses moratorios; la amenaza de recusación por el Congreso a Ministros individuales; o la injustificada anulación por los Tribunales de aumentos tarifarios debidamente aprobados por el ente regulador.

- *Rechazo social a la privatización de servicios públicos*. En aquellos países con rechazo social a la participación privada en los servicios públicos, los partidos

políticos obtienen beneficios electorales procedentes de criticar a las empresas privadas durante las campañas políticas, especialmente si son extranjeras.

Tales campañas condicionan su actuación cuando ganan las elecciones. A juicio de los entrevistados, el riesgo de vulneración del equilibrio económico-financiero queda también agudizado en los casos siguientes:

- En los servicios en los que los estándares de calidad exigidos al concesionario privado, o el precio inicial pagado por éste, requieren grandes subidas de tarifas para asegurar la rentabilidad de las inversiones.
- En los servicios públicos con efectos sobre la salud (tales como la distribución de agua potable y saneamiento), pues ello impide que la empresa extranjera pueda amenazar de forma creíble con abandonar súbitamente el servicio.
- En los servicios en que la empresa extranjera inversora es grande y tiene gran visibilidad, lo que permitirá a las autoridades desencadenar presiones sociales contra ella.

6.4.2. Ausencia de financiación en moneda local e inestabilidad cambiaria

La inestabilidad macroeconómica presente en muchos países de América Latina, además de acentuar los riesgos de demanda inherentes a todo proyecto de infraestructura, suele producir dos graves efectos adversos adicionales:

- Hace la moneda local propensa a las devaluaciones;
- Impide el desarrollo de un mercado de financiación en moneda local a largo plazo.

La ausencia de financiación a largo plazo en moneda local obligará a financiar el proyecto en dólares u otra moneda extranjera, lo que provocará inevitables pérdidas en caso de devaluación, que gravitarán prioritariamente sobre quien aportó los fondos propios (*equity*) del proyecto.

Si se produce una devaluación significativa, el equilibrio económico-financiero del proyecto quedará en entredicho, ya que las autoridades se verán tentadas a impedir la actualización de tarifas, aunque estuvieran indicadas al tipo de cambio. Incluso si el aumento de tarifas es autorizado, la elasticidad de la demanda y el aumento de los enganches ilegales pueden reducir los ingresos, en contra de lo deseado. Además, en presencia de inflación, los desfases en la actualización del tipo de cambio y los retrasos en el cobro efectivo de los recibos pueden reducir significativamente el valor real de los ingresos percibidos por la empresa.

En suma, un riesgo en apariencia meramente financiero, nacido de la inestabilidad macroeconómica de los países, interactúa perniciosamente con el “riesgo regulatorio” y agrava su impacto.

De ahí que, a juicio de muchos entrevistados, se deban buscar fórmulas para evitar que los operadores privados de servicios públicos asuman tales riesgos de cambio. Pero incluso en aquellos casos en que la financiación del proyecto se ha efectuado en moneda local y, en consecuencia, no entraña graves riesgos de cambio, la devaluación de la moneda local frente al euro tendrá efectos adversos sobre la empresa española matriz, como se señala a continuación.

6.4.3. Sobrerreacción de los mercados de valores internacionales

La cotización bursátil de las empresas españolas con grandes inversiones en América Latina ha venido sufriendo al compás de los sobresaltos macroeconómicos y políticos experimentados por los grandes países latinoamericanos. Dentro de este epígrafe pueden mencionarse al menos dos temores, muy presentes en el ánimo de los grandes responsables de las empresas:

- El impacto sobre los estados financieros de la empresa matriz y
- El riesgo de sobre-reacción y contagio de los mercados.

Nótese que aunque el proyecto o filial en América Latina no soporte “descalces” de monedas, la depreciación de la moneda local frente al euro tendrá habitualmente un

afecto adverso sobre las cuentas de su matriz española, tanto en términos de flujos (beneficios) como en términos de stocks (valor de la inversión).

Con respecto al segundo temor de los inversores españoles, la experiencia enseña que los mercados “sobrerreaccionan” ante las noticias financieras, de forma que el impacto adverso sobre las empresas españolas inversoras de las crisis financieras y políticas en América Latina es muy superior a su efecto económico real.

No es, pues, extraño que, a la pregunta de qué acciones y políticas ayudarían a reactivar la inversión española en proyectos de infraestructura en América Latina, una gran mayoría de entrevistados señale que una buena gestión macroeconómica y fiscal ayudaría más que cualquier otra cosa.

6.4.4. *Tamaño mínimo*

Muchas empresas indicaron en sus informes anuales, que sólo acometen proyectos de inversión en infraestructura si el tamaño del mercado y las perspectivas de expansión del país anfitrión alcanzan una “talla crítica” que permita cubrir los costos fijos inherentes a toda inversión (gastos generales, atención gerencial). Esta falta de “talla crítica” lleva a las empresas españolas –con la excepción de las compañías de hidrocarburos y de varias eléctricas- a mostrar un escaso interés en Centroamérica y otros países pequeños, como Ecuador, Bolivia y Paraguay.

Varias compañías eléctricas que han realizado inversiones en países de Centroamérica atribuyen gran importancia a la creación de una red de transporte eléctrico que los interconecte y permita casar los ocasionales excesos de oferta en un país con la sobredemanda en otros.

6.5. Riesgos específicos en diferentes sectores

Sector del transporte

En el caso de las autopistas, uno de los riesgos más típicos es el de variabilidad de la demanda: si las previsiones de tráfico no se cumplen—por ejemplo, a consecuencia de un período recesivo o por el excesivo optimismo de las previsiones iniciales—el equilibrio económico de una concesión puede quedar en peligro. Esa volatilidad de la demanda es especialmente elevada en economías emergentes y, al aumentar la prima de riesgo, exige una tarifas elevadas que pueden resultar insostenibles. Para mitigar esos riesgos, los inversores demandan mecanismos de flexibilidad que, sin menoscabar los intereses públicos, permitan hacer frente a tales eventualidades. Uno de tales mecanismos, aplicado en Chile, se detalla más adelante.

En países con problemas de seguridad y terrorismo —especialmente en zonas rurales—, las estaciones de peaje son muy vulnerables a atracos, e incluso a voladuras, llevados a cabo por grupos violentos. También se produce en ocasiones evasión del peaje mediante desvíos ilegales por caminos rurales, sin que el concesionario tenga medios para evitarlo.

En el sector de puertos, uno de los riesgos mencionados por las empresas analizadas reside en que el tráfico portuario esperado resulte menor del previsto a consecuencia de la ampliación de nuevos puertos no contemplados cuando se llevó a cabo la privatización de los primeros (un riesgo parecido se da en los proyectos de carreteras con la construcción de alternativas gratuitas). Ese riesgo se agrava si el nuevo e inesperado puerto competidor es de titularidad del Estado y puede permitirse aplicar unas tarifas que reflejan tan sólo los gastos de mantenimiento, pero no la amortización de los costes de la inversión.

Sector eléctrico

En generación de electricidad convencional, la experiencia de los inversores españoles muestra que los generadores extranjeros tienen que competir con frecuencia con generadores locales que son hostiles a este ambiente de competencia. Por otro lado, el

carácter mayoritariamente hidráulico del “*mix*” de generación, al combinarse con la erraticidad de las lluvias, añade un factor específico de riesgo en este sector, que se ve, sin embargo, compensado por los contratos de compra de energía de largo plazo que las empresas generadoras tienen firmados con sus clientes libres y con las distribuidoras.

En lo que atañe a energías renovables, las empresas manifiestan que en la mayoría de los países no existe un marco regulatorio estable con mecanismos de estímulo a medio y largo (PPAs, primas, deducciones fiscales) que sean creíbles y permitan asegurar la rentabilidad de los proyectos. No obstante, señalan que si las industrias españolas sujetas a límites de emisión de CO₂ en virtud de la reciente legislación comunitaria se decidieran a utilizar el Mecanismo de Desarrollo Limpio (por ejemplo, “Fondos Carbono”) previsto en el Protocolo de Kioto, existiría una gran cartera de proyectos de desarrollo limpio en América Latina, especialmente en países como Costa Rica, Méjico, Perú o Brasil.

Los riesgos que pesan sobre el transporte de energía eléctrica son moderados, pues el coste del uso de la red rara vez supera el 10% de la factura y, además, es satisfecho por las empresas distribuidoras, para las que dicho uso resulta vital. No obstante, algunas empresas consideran que en algunos países las líneas y torres del tendido eléctrico son ocasionalmente derribadas, para robar el hilo de cobre.

Son, sin duda, las empresas de distribución de electricidad —la “cara” del sector frente a los usuarios— las que, a tenor de las entrevistas, resultan más vulnerables a los riesgos regulatorios e institucionales y al peligro de que las autoridades hagan descansar sobre ellas el peso de las crisis.

Con frecuencia las autoridades exigen inversiones adicionales dirigidas a la universalización del servicio cuando no existe una perspectiva adecuada de ingresos, entre otras cosas porque las tarifas no se adaptan a esas nuevas obligaciones. Además, son frecuentes los robos de energía y enganches ilegales, y no existe una cultura de pago del servicio -en algunos países han surgido incluso intermediarios (“chiriperos”,

“gatos”...) especializados en suministrar electricidad procedente de enganches ilegales-. Los problemas descritos se ven acentuados por las dificultades legales y políticas para que la empresa distribuidora pueda reclamar el pago a los usuarios morosos o cortarles el suministro. Con frecuencia los cobradores corren incluso peligro cuando pretenden acceder a ciertas barriadas.

Sector de petróleo y gas

Las empresas describen que cuando la inversión se concentra en una única fase de la cadena de valor (por ejemplo, refino o distribución minorista), resulta especialmente vulnerable a riesgos regulatorios e institucionales, pues las autoridades pueden adoptar medidas que hagan descansar sobre esa fase el peso de una crisis.

Por el contrario, si la inversión está verticalmente integrada (esto es, cubre las fases de exploración —producción y refino— y distribución o *marketing*) la misma está más protegida frente a tales riesgos.

Uno de los obstáculos constatados en este sector en algunos países son las trabas que, en beneficio de los suministradores locales ya establecidos, los entes y asociaciones locales ponen en ocasiones al desarrollo por empresas extranjeras de redes de distribución.

Sector de telecomunicaciones

Uno de los riesgos especiales de este sector deriva de las relaciones entre los grandes inversores que prestan servicios masivos y otros operadores que, con escasa inversión, se sirven de la infraestructura instalada por los primeros. Una ilustración de tales problemas es la determinación de la tarifa de interconexión entre la telefonía fija y la móvil. El nivel de esa tarifa puede favorecer o perjudicar a una u otra forma de telefonía, y cabe el riesgo de que al determinarla las autoridades reguladoras tengan presente la nacionalidad del operador dominante en cada segmento e intenten favorecer a los operadores locales. Así, por ejemplo, si una vez construida la red de telefonía fija por una empresa extranjera, las autoridades reducen drásticamente sus tarifas—incluida

la aplicable a la terminación de llamadas desde teléfonos móviles—el abaratamiento de la telefonía fija provocará a corto plazo, para satisfacción de las autoridades, un gran desarrollo de la telefonía móvil. Pero ese drástico abaratamiento, al frenar inversiones adicionales en telefonía fija, tendrá dos inevitables consecuencias: de una parte, generará cuellos de botella en la infraestructura básica que harán insostenible a largo plazo el desarrollo de la telefonía móvil, dependiente de aquélla; de otra, pondrá en peligro el cumplimiento de las obligaciones de servicio universal impuestas por las autoridades al operador de telefonía fija.

Cuando, por el contrario, el operador de telefonía fija sea local, puede darse también el riesgo opuesto: esto es, que la cuota de interconexión sea tan alta que la telefonía móvil encuentre serios obstáculos a su desarrollo.

Abastecimiento de agua y saneamiento

En el sector de aguas, los problemas específicos señalados por las empresas son similares a los identificados por las empresas de distribución de electricidad, si bien resultan agudizados por dos factores:

- La falta de cultura de pago es aun mayor que en el caso eléctrico y,
- Además, la prestación del servicio es de competencia municipal.

En general, las autoridades siempre aspiran a universalizar el servicio a costa del operador privado, sin reparar en que el coste marginal de ampliar la red básica de suministro a barrios periféricos suele ser muy elevado, lo que, en ausencia de subsidios públicos, exigirá una tarifa muy alta difícilmente soportable por los estratos sociales de menores ingresos.

En materia de saneamiento y depuración de aguas residuales, las empresas señalan que el innegable deseo de las autoridades por aumentar el porcentaje de aguas servidas objeto de tratamiento choca con el fuerte rechazo social de los ciudadanos a pagar las tarifas precisas para que la inversión privada pueda financiar tales servicios.

Concluyen, pues, que un aumento significativo del tratamiento de aguas servidas requeriría esquemas de subsidios públicos cuya financiación por parte del sector público no parece viable a corto plazo.

Recolección de residuos sólidos

Al exigir inversiones relativamente pequeñas, las empresas españolas dedicadas al servicio de recogida de basuras se enfrentan con frecuencia a una fuerte competencia de operadores locales.

A su juicio, algunos de esos operadores incurren en “competencia desleal”, incumpliendo sus obligaciones tributarias y legales, así como ejerciendo presiones sobre los regidores municipales.

Eso ha llevado a algunas empresas españolas a concentrarse en segmentos de inversión más intensivos en capital (por ejemplo, vertederos controlados sanitaria y ambientalmente).

Los entrevistados indicaron que en ocasiones los estándares medioambientales se aplican de forma discriminatoria en perjuicio de las empresas extranjeras.

6.6. El papel de los organismos internacionales

La percepción de las empresas analizadas con respecto al papel que las instituciones multilaterales de financiación (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y Banco Interamericano de Desarrollo) pueden jugar con relación a la mitigación y gestión de estos riesgos ha sido muy variada.

Algunas empresas han reconocido el papel positivo jugado por el BID. Este grupo incluye empresas que han enfrentado problemas regulatorios e institucionales que se han resuelto satisfactoriamente, gracias en parte al apoyo de estas instituciones. Muchas empresas han señalado también el papel crucial que deberán jugar en el futuro las instituciones multilaterales en la mitigación de riesgos (por ejemplo, de tipo de

cambio) y en la financiación pública de ciertas infraestructuras de carácter social (por ejemplo, distribución y saneamiento de aguas) que, a juzgar por la experiencia, son difíciles de financiar por la iniciativa privada.

Frente a esos comentarios favorables, durante las entrevistas afloró con frecuencia la decepción de muchas empresas españolas sobre el papel jugado por las instituciones internacionales. Así, se ha señalado que, durante crisis como la vivida por Argentina, los organismos multilaterales —especialmente el FMI— no suelen tomar en consideración a las grandes empresas extranjeras con inversiones en infraestructuras, cuando sí consultan a bancos cuyo nivel de inversión en los países es mucho menor. Por otro lado, las empresas señalan que, en caso de conflictos agudos, las instituciones multilaterales suelen “ponerse de lado del gobierno”, lo que atribuyen a que dichos gobiernos son sus accionistas y, además, al interés de las instituciones internacionales en proteger sus intereses financieros.

Esa condición de prestamistas por cuenta propia, junto con la relación privilegiada que mantienen con los gobiernos, limitan la capacidad de las instituciones internacionales para apoyar a las empresas privadas extranjeras y para mitigar los riesgos regulatorios e institucionales que sobre ellas pesan. Por eso, algunas empresas que se han acogido a Acuerdos bilaterales de Protección Recíproca de Inversiones (APRI) y presentado reclamaciones contra decisiones de gobiernos ante el Centro Internacional de Arreglo de Disputas sobre Inversiones (CIADI, en inglés ICSID) del Banco Mundial se preguntan cómo reaccionarán en el futuro los organismos financieros internacionales si los laudos arbitrales resultan favorables a las empresas pero, sin embargo, los gobiernos deciden no cumplirlos.

6.7. Obstáculos percibidos por los países

Aunque de los análisis realizados en los anuarios de empresas españolas se identifican los obstáculos y riesgos institucionales y regulatorios a escala regional, en el curso de las investigaciones de dichos documentos se han detectado diferencias significativas en la percepción de los riesgos inherentes a los distintos países. Sin ánimo de ser

exhaustivo, este apartado recoge algunos de las fortalezas y riesgos más sobresalientes percibidos en los distintos países.

ARGENTINA

El impacto de la crisis iniciada en 2001, las medidas de emergencia adoptadas y el retraso de los procesos de renegociación de los contratos ha tenido un efecto traumático no sólo sobre las empresas españolas directamente afectadas, sino sobre el conjunto de empresas extranjeras con presencia en América Latina.

La congelación nominal del precio del gas y de la electricidad está produciendo dos graves problemas.

El primero es la paralización de las nuevas inversiones en capacidad de producción, transporte y distribución. Incluso aunque la situación cambie y se otorguen de nuevo incentivos a la inversión, las nuevas plantas y yacimientos tardarán al menos 3 ó 4 años en empezar a producir, lo que desembocará a medio plazo en escasez de energía e incluso graves apagones, salvo que un año hidráulico excepcional lo impidiera. El segundo problema es el consumo enorme de gas por la industria, provocada por el inesperado subsidio a la energía que consume.

Ese alto crecimiento de la demanda contribuirá a agotar con rapidez las actuales reservas y acelerará el futuro desabastecimiento. Ese subsidio energético a la industria no es preciso para proteger a los consumidores de baja renta, pues en Argentina existen “tarifas sociales” para proteger a los pequeños consumidores. En general, la reciente crisis de Argentina ha puesto de manifiesto la limitada autonomía del Poder Judicial frente al Ejecutivo.

BRASIL

Las empresas subrayaron, sin excepción, que Brasil es un país poco homogéneo como destino de inversiones en infraestructura: los Estados de São Paulo y Río de Janeiro son mucho más atractivos que el resto.

Entre los atractivos de Brasil destacan su gran dimensión económica, que ofrece grandes expectativas de crecimiento —si bien requiere también fuertes inversiones para alcanzar un tamaño crítico—; las líneas de financiación a largo plazo en reales que ofrece, para inversiones prioritarias, el Banco Nacional de Desarrollo (BNDES); el gran prestigio y profesionalidad del regulador eléctrico (ANEL), que ha demostrado capacidad para dar un tratamiento equitativo a todas las compañías del sector y alienta la competencia en los concursos, actuando con flexibilidad en la fase de precalificación.

En opinión de los inversores, una de las mayores debilidades del clima para las inversiones en infraestructura en Brasil es el “activismo judicial”, que se manifiesta en la inclinación de muchos jueces a emitir, a solicitud de particulares y empresas, providencias judiciales de efecto inmediato (*liminares*) y grave impacto sobre las empresas de servicios. Así, por ejemplo, un industrial brasileño puede conseguir con relativa facilidad una *liminar* que impida a su suministrador cobrarle la tarifa por la electricidad que utilice. O una resolución judicial puede inopinadamente anular la cláusula de indexación de la tarifa de un servicio y exigir, para beneficio de los usuarios, que el índice de referencia establecido (por ejemplo, un índice de precios mayorista que refleja las fluctuaciones del tipo de cambio del real) sea reemplazado por otro (por ejemplo, un índice interno de precios al consumo).

Casi todos los entrevistados señalan la falta de definición clara y frecuente superposición de las competencias de las autoridades federales y estatales, especialmente en materia medioambiental. Subrayan, por ello, la lentitud y complejidad de los tramites en organismos medioambientales, lo que retrasa la construcción de líneas eléctricas (en general, los concursos para su construcción se inician y adjudican antes de que se hayan obtenido las licencias medioambientales).

También señalan el alto grado de proteccionismo comercial, que hace muy gravosa la importación de los equipos exigidos por ciertos proyectos de infraestructura, en especial en el sector de energías alternativas.

En el sector energético, el carácter errático de la pluviosidad—en años buenos la energía hidroeléctrica cubre el 90% de la demanda—hace, a juicio de los entrevistados, que en años de lluvias las autoridades tengan la tentación de incumplir los compromisos de precio y demanda mínima (cláusulas de “*take or pay*”, PPA) que aceptaron en épocas de sequía para estimular la inversión en nueva generación.

Los inversores detectan laxitud en la reglamentación medioambiental sobre refino de petróleo, lo que permite a Petrobrás elaborar un fuel muy pesado y barato, cuyo bajo precio frena el consumo de gas.

El nuevo marco regulatorio eléctrico—al retribuir la potencia en plantas térmicas—pudiera abrir perspectivas de inversión en generación eléctrica. Las empresas eléctricas están analizando las nuevas normas con gran atención, pues podrían tener un efecto decisivo sobre sus decisiones de inversión.

COLOMBIA

Colombia es, junto a Chile, uno de los países cuyo desarrollo institucional es mejor valorado por las empresas españolas.

Desgraciadamente, la inseguridad y riesgo de secuestros constituye un factor disuasorio decisivo, que ha llevado a muchas a descartar nuevas inversiones o a reducir al mínimo su presencia en Colombia, limitándola a Bogotá y a otras grandes ciudades.

Las empresas elogian en Colombia la alta calidad de la Administración y un buen sistema de justicia; un mercado laboral muy cualificado; la existencia de un mercado de bonos en pesos a largo plazo, apoyado en la demanda institucional para ese tipo de valores procedente de los fondos de pensiones; y el respeto de sus compromisos contractuales por las grandes municipalidades, incluso tras sucesivos cambios de alcaldes. Las empresas hacen extensivos esos elogios a las distintas empresas dependientes de la Municipalidad de Bogotá, que ofrecen una buena experiencia en materia de cobros de servicios públicos (así, por ejemplo, en recolección de basuras, los porcentajes de cobro en Bogotá alcanzan el 98%).

Esos elogios se circunscriben, sin embargo, a las grandes ciudades (Bogotá, Cali), constatándose que en el resto del país, especialmente la costa Atlántica, los niveles de impago son muy altos. Esa falta de homogeneidad y diversidad de riesgos y condiciones socioeconómicas que se da en Colombia suscita a veces dificultades, pues, al fijar los niveles de tarifas y subsidios, las autoridades reguladoras no la tienen suficientemente en cuenta.

CHILE

La mayoría de los entrevistados coincide en señalar a Chile como el mejor país para invertir en infraestructuras en América Latina.

Entre sus fortalezas señalan la claridad y estabilidad de los marcos regulatorios, la profesionalización y cualificación de la administración central y de las agencias de regulación, así como un sistema judicial fiable, incluso en contenciosos contra empresas y entes públicos chilenos. Chile es uno de los pocos países de América Latina en el que puede encontrarse financiación a largo plazo en moneda local, aspecto decisivo para moderar el riesgo de cambio en proyectos de infraestructura (por ejemplo, en autopistas de peaje).

Varias empresas entrevistadas resaltaron que para determinados servicios (p.ej. agua) Chile posee un sistema modélico de subvención directa a los usuarios de bajos ingresos, modulado en función de sus ingresos y limitado a ciertos consumos máximos. Como la subvención pública es parcial y queda condicionada al pago por el usuario de la parte de la tarifa a su cargo y a su inscripción en un Registro, el sistema de ayudas públicas ha enraizado entre la población una “cultura de pago” por todo el país, que produce un escaso nivel de impagados.

Entre las debilidades señaladas por las empresas cabe resaltar el tamaño moderado del país (15 millones de habitantes), con renta por habitante todavía modesta, lo que hace que Chile no siempre alcance la “talla crítica” precisa para atraer inversiones; la gran dependencia de Argentina en el suministro de gas, lo que genera el riesgo de que se traslade a Chile el previsible colapso energético que provocará en Argentina la actual

política de congelación de tarifas; aunque tal vez con el acuerdo firmado este año con Bolivia la situación cambie, la artificial rebaja de las tarifas de telefonía fija, que ha favorecido un gran desarrollo en la telefonía móvil pero amenaza el futuro desarrollo de todo el sector; y, en fin, la administración municipal chilena está muy lejos de los estándares de seriedad de la estatal: varios entrevistados señalaron malas experiencias con retrasos en los pagos e interpretación sesgada de los contratos suscritos con las autoridades municipales.

MÉXICO

El país tiene un gran atractivo para los inversores españoles por su tamaño y su creciente madurez institucional, si bien las empresas españolas señalan los retrasos en las reformas, es con el país que realizamos mayor inversión.

Entre las fortalezas mencionadas por las empresas destacan el gran tamaño del mercado y las expectativas de crecimiento; la claridad de los marcos regulatorios; la buena reputación de los organismos reguladores; el respeto de los acuerdos de compra de electricidad a largo plazo; una buena cultura de pago por servicios—especialmente en peajes de autopistas—, favorecida por la proximidad física y cultural a Estados Unidos; y la madurez de los mercados financieros locales, lo que, junto con la gran presencia de la banca española, facilita a las empresas españolas la financiación de proyectos de infraestructura.

Entre las debilidades señaladas destacan el gran proteccionismo energético —anclado en la propia Constitución— que impide la participación privada en el sector eléctrico. Ciertamente se han buscado fórmulas para mitigar esa grave limitación —como la denominada “autoproducción”, mediante la cual los grandes industriales adquieren energía eléctrica a empresas generadoras en las que participan simbólicamente—, pero su constitucionalidad ha sido puesta en tela de juicio por algunos legisladores.

En el ámbito de las telecomunicaciones, se constata un régimen regulatorio y de interconexión que favorece al operador de telefonía fija (la empresa Telmex), lo que

parece haber creado serias dificultades a las operaciones en México de algunos operadores internacionales de telefonía móvil.

Otro obstáculo manifestado es la lentitud de la burocracia ministerial y su dependencia de las decisiones políticas del gobierno.

También perciben como un riesgo los intentos de las autoridades de influir en temas de gestión interna de las empresas concesionarias, tales como planes de inversiones, nombramiento de gestores o política de dividendos.

En el ámbito municipal la experiencia es mixta.

Algunas empresas indican que han tenido una buena experiencia en servicios municipales, si bien señalan que para lograrlo tuvieron que asociarse con influyentes socios locales.

Otras se quejan de que la frecuente rotación de regidores lleva a que los nuevos incumplan los compromisos asumidos por quienes les precedieron.

Por último cabe resaltar que a pesar de los problemas de inseguridad ciudadana, sobre todo en Ciudad de México, los inversores ven buenas perspectivas para aumentar las inversiones españolas en México sobre todo en plantas de regasificación de gas licuado procedente de Bolivia y en el suministro de agua y saneamiento.

No obstante las posibilidades reales de inversión en el sector de agua y saneamiento dependerán de las decisiones de los municipios y Estados de incorporar al sector privado a estos servicios.

PAÍSES DE CENTROAMÉRICA

En Centroamérica, las empresas españolas han mostrado interés por el sector eléctrico. Señalan, sin embargo, que las inversiones en generación eléctrica debieran integrarse

en un mercado regional con una regulación de ámbito supranacional que garantice la libre circulación de energía eléctrica entre países.

Por eso ponen sus esperanzas en Sistema de Interconexión Eléctrica de los Países de América Central (SIEPAC), que, tras muchos intentos fallidos, pudiera estar esta vez en el camino hacia su culminación. La creación de ese mercado introduciría competencia en la generación eléctrica en cada país, hasta ahora dominada por inversores locales hostiles a la entrada de competidores extranjeros.

La experiencia de las empresas españolas en distribución de energía eléctrica en Guatemala es buena.

Algunos entrevistados elogiaron el mecanismo diseñado por las autoridades para favorecer la electrificación rural sin incidir negativamente las tarifas, basado en ingresar en un fideicomiso los ingresos por la venta de las empresas eléctricas de distribución y utilizar dichos fondos para un programa amplio de electrificación rural.

La experiencia en Nicaragua es menos satisfactoria, pues se ha producido una congelación de la tarifa eléctrica, en contra de lo previsto en el marco tarifario, y las autoridades han declarado incluso una moratoria en el cobro de deudas por consumos pasados.

OTROS PAÍSES ANDINOS

Las empresas españolas tienen muy pocas inversiones en infraestructura en Bolivia, Ecuador y Venezuela. Las empresas han mostrado poco interés por realizar inversiones en infraestructura en estos países a corto plazo debido a los altos riesgos políticos y regulatorios que perciben.

Respecto a Bolivia, varios entrevistados destacaron el elevado riesgo político, la falta de cohesión social y las revueltas populares con motivo de subida de tarifas. No obstante, la experiencia en transmisión eléctrica ha sido favorable. Además, algunas

empresas ven oportunidades de inversión en exploraciones de gas, si el país acepta la construcción del gaseoducto vía Chile.

Se reconoce que existen condiciones favorables para la inversión en hidrocarburos en Ecuador. Sin embargo, los inversores perciben falta de interés del gobierno y rechazo social hacia la participación del sector privado en los servicios de infraestructura.

En el caso de Venezuela, los inversores perciben que la inestabilidad política, la congelación de tarifas, los aumentos salariales, y el control de cambios están minando el buen funcionamiento de la actividad económica.

Los entrevistados perciben que el riesgo político de las inversiones en infraestructura en Perú, aunque no desdeñable, es menor que el de los otros países andinos mencionados. No obstante, la traumática experiencia vivida por Telefónica— cuando a principios de 2003 se solicitó la declaración de inconstitucionalidad del cobro de la cuota de abono a los usuarios, se dio acceso libre a la red fija a los operadores de móviles y hubo revueltas acciones contra las cabinas e instalaciones de la compañía— ha despertado graves recelos en el conjunto de las empresas españolas.

También preocupa la capacidad del Congreso para recusar a Ministros individuales— lo que infunde en éstos un temor que les conduce a la inacción—y su inclinación a adoptar medidas “populistas” (por ejemplo, limitar al 3% el interés de demora para los deudores morosos).

REPÚBLICA DOMINICANA

La experiencia de Unión Fenosa —que, a instancias del Gobierno, negoció con éste su abandono del país— ha tenido un poderoso eco en todas las empresas españolas y revela los graves riesgos regulatorios e institucionales que presenta el país para las empresas extranjeras.

Paradójicamente, la isla presenta buenas condiciones para la generación eléctrica (en el caso de la eólica, en especial, mucho viento, exenciones arancelarias a la importación

de equipos, dependencia del petróleo). Pero esas ventajas quedan compensadas por el riesgo de que las distribuidoras de electricidad no paguen la energía suministrada.

6.8. Experiencias favorables y ventajas con las inversiones españolas

Algunas experiencias favorables, hemos detectado durante el análisis de las memorias de las empresas españolas y de las entrevistas realizadas a concedores y expertos de la región, salieron a colación algunas experiencias favorables que, de ser imitadas en otros países, pudieran contribuir a mejorar el “clima de inversiones” en el conjunto de la región.

A continuación se señalan algunas de tales experiencias.

Alto consejero para facilitar la resolución de disputas con el sector privado.

Desde principios de su mandato, el Presidente Uribe de Colombia encomendó a uno de sus Consejeros la mejora de las relaciones con el sector privado. El citado Consejero se ha ganado una merecida fama entre las empresas colombianas, tanto nacionales como de capital extranjero, por su capacidad de resolver, de forma rápida y amigable, quejas del sector privado sobre el funcionamiento de las administraciones y de los servicios públicos.

La eficacia del Alto Consejero en el desempeño de esa función cabe atribuirla a varias razones:

- Su dependencia directa del Presidente de la República le otorga un ascendiente moral sobre los gestores públicos que le permite jugar un papel, tan eficaz como discreto, como “facilitador” de la resolución de conflictos, especialmente de aquellos en los que hay más de un Departamento o institución pública involucrados.
- Su prioridad es la resolución de problemas prácticos dentro de un plazo breve. Las decisiones adoptadas a instancias del Alto Consejero no siempre son del agrado de

las empresas afectadas, pero éstas siempre son escuchadas y tienen además la seguridad de que cuando un asunto es sometido al Alto Consejero siempre se toma una decisión.

- El Alto Consejero se conduce con neutralidad, buscando siempre conciliar el interés público con lo que de legítimo pueda haber en las quejas o contenciosos suscitados por el sector privado. Esa misma neutralidad da a las empresas de capital extranjero confianza en que la decisión que se adopte no las discriminará frente a las empresas de capital colombiano.

La experiencia prueba que los buenos oficios del Alto Consejero en la resolución extrajudicial de conflictos, además de favorecer el buen funcionamiento de las Administraciones públicas, reducen la litigiosidad y contribuyen a mejorar el “clima para las inversiones”.

La discreción y carácter informal del “modus operandi” de la oficina del Alto Consejero hace difícil elaborar una lista de las múltiples quejas y reclamaciones del sector privado que ha resuelto. Muchas de ellas atañen exclusivamente a empresas colombianas y no guardan relación con el presente informe. En algunos casos, sin embargo, el Alto Consejero ha mediado en disputas relativas a inversiones extranjeras en varios sectores (por ejemplo, electricidad, gas y construcción).

Otorgamiento de cobertura de las fluctuaciones del tipo de cambio real de la moneda local.

El gobierno chileno ofrece a los concesionarios de autopistas que se endeudan en dólares un interesante mecanismo de cobertura de riesgo de cambio, cuyas características son las siguientes:

- La cobertura exige el pago por las empresas de una prima inicial, cuyo importe aproximado es del 1% del importe garantizado.

- Se refiere a las fluctuaciones de la “Unidad de Fomento” (UF) respecto al dólar estadounidense. En la medida en que la UF es un índice que ajusta diariamente el valor del peso chileno en función de la inflación en Chile—esto es, que mantiene constante el poder adquisitivo en Chile de la moneda nacional-, la cobertura ofrecida se refiere, pues, a las fluctuaciones del tipo de cambio real del peso chileno, no de su tipo de cambio nominal. En la medida en que, por construcción, la UF es una “moneda” sin inflación, el riesgo de que se deprecie a largo plazo frente al dólar es mínimo e incluso negativo –la inflación del dólar, aunque moderada, es positiva-, lo que atenúa para el Gobierno el riesgo a largo plazo de ofrecer esta cobertura y, sin embargo, permite al concesionario protegerse frente a fluctuaciones a corto y medio plazo.
- El contrato de cobertura sólo entra en funcionamiento cuando las desviaciones del tipo de cambio real superan el 10%. Puede pactarse una banda de fluctuación más estrecha, pero a cambio de una prima mayor.
- El mecanismo tiene carácter simétrico: en caso de apreciación del peso chileno por encima del umbral del señalado 10%, será el concesionario quien deba hacer los oportunos pagos al gobierno chileno. No se trata, pues, en puridad, de un “seguro de cambio”, sino más bien de un “collar” o combinación de un “cap” y un “floor”.

Mecanismo de distribución de ingresos

El gobierno chileno desarrolló un “Mecanismo de Distribución de Ingresos” (MDI) que el Ministerio de Obras Públicas propuso a todas las concesiones en operación a través de Convenios Complementarios al Contrato de Concesión. El objetivo del MDI es resolver el problema generado por las caídas de tráfico en las concesiones de carreteras, modificando los contratos de concesión en los siguientes términos:

- La concesión se cambia de un plazo fijo a uno variable, de forma que el plazo de concesión termina cuando el valor presente de los ingresos alcanza un monto de

ingresos garantizado. Así, si los ingresos crecen menos de lo esperado, la concesión se alarga. Si lo hacen por encima de lo previsto, la concesión se acorta.

- El monto garantizado se calcula aplicando un 5% de crecimiento anual a los ingresos del año 2002 hasta el fin de la concesión original. Estos ingresos se descuentan a una tasa del 9,5%.
- Para obtener esta garantía de ingresos, la concesionaria debe efectuar nuevas inversiones por un monto equivalente al 8% del valor presente de los ingresos garantizados.
- Si el tráfico creciese por debajo del 5%, se da al concesionario la opción de subir tarifa un 5% al año, hasta un 25% acumulado. El MDI aporta estabilidad al proyecto de dos formas:
- Garantiza el pago de la deuda incluso en escenarios de crecimiento de tráfico bajos, ya que la concesión se extiende para garantizar un volumen de flujos futuros.
- Disminuye la volatilidad del retorno del accionista, eliminando prácticamente la posibilidad de perder el capital, si bien se limita la rentabilidad (como consecuencia de la obligación de nuevas inversiones).

6.9. Conclusiones

Sin ánimo de exhaustividad, pueden resumirse así algunas de las conclusiones más relevantes que se desprenden de las opiniones vertidas por las empresas analizadas.

Las empresas españolas son conscientes de que entre los ciudadanos y los dirigentes políticos de muchos países de América Latina existe una gran “decepción social” sobre los resultados del proceso de privatización de empresas de servicios básicos.

Muchas empresas creen que en muchos países de América Latina no se dan las condiciones básicas para que el acceso universal a los servicios públicos básicos pueda ser financiado por la iniciativa privada. En el caso de los países de mayor riesgo, las tasas de retorno exigidas por los accionistas de las empresas extranjeras inversoras pueden hacer que el nivel de tarifas sea políticamente inviable e insostenible.

La financiación por el sector privado de las inversiones necesarias para aumentar significativamente la cobertura de los servicios es especialmente difícil en el sector de agua y saneamiento, debido principalmente a las cuantiosas inversiones requeridas y a la falta de cultura de pago de tales servicios.

En una gran parte de los países, la inversión necesaria para la universalización de algunos servicios básicos tendrá que ser financiada (al menos parcialmente) con fondos del sector público o donaciones de terceros.

La implantación de mecanismos de subvención a favor de usuarios de bajos ingresos es necesaria para permitir su acceso a los servicios básicos. Tales mecanismos, cuya gestión no está exenta de dificultades, deben articularse de forma que favorezca una “cultura de pago”.

Las cuatro condiciones más demandadas por las empresas españolas para invertir en infraestructura son:

- Estabilidad política y jurídica que garantice el cumplimiento de los contratos y el respeto del principio de “equilibrio económico financiero” de los proyectos de inversión plurianuales.
- Estabilidad macroeconómica que permita tomar decisiones en un entorno económico predecible.
- La aceptación social del pago de tarifas por la prestación de servicios básicos.

- Unos mercados financieros que proporcionen financiación a largo plazo en moneda local a tipos de interés razonables o, alternativamente, mecanismos de cobertura de los riesgos de tipo de cambio. Muchos entrevistados creen que los organismos multilaterales y bancos públicos pueden jugar un papel decisivo para la obtención de mejoras crediticias, la financiación a largo plazo, y la mitigación de los riesgos de estos proyectos.

La gran mayoría de las empresas que se han investigado descartan la realización de inversiones en países con grandes problemas de seguridad ciudadana o inestabilidad política.

El tamaño de la economía de algunos países de la región es visto como un obstáculo relevante para realizar inversiones en infraestructura.

Una mayor integración y armonización regulatoria, especialmente en Centroamérica, es percibida como una vía efectiva para lograr la “talla mínima” precisa para que las inversiones resulten viables.

Con el fin de mitigar los riesgos regulatorios e institucionales a los que se enfrentan las inversiones en infraestructura en América Latina, podría resultar conveniente la creación de algún mecanismo de ámbito regional dotado con los incentivos apropiados para promover una resolución amigable y rápida de las controversias entre empresas y entidades públicas.

El ejemplo del Alto Consejero de Colombia encargado de resolver conflictos con el sector privado es un antecedente que los inversores entrevistados consideran satisfactorio.

Conclusiones del análisis

Las empresas normalmente tienen dos tipos de condicionantes, uno a nivel interno micro económico y otro es a nivel macro económico por el entorno en el que se desenvuelven.

A nivel macro importan razones que afectan tanto a pequeñas como a grandes empresas, si bien en una medida diferente y con efectos distintos. Se trata de una serie de obstáculos que analizamos a continuación.

La inestabilidad económica.

Además del fuerte carácter cíclico de las economías latinoamericanas, nada garantiza la ausencia total de episodios de crisis que, en pocos meses, transforman un escenario de optimista crecimiento en otro de desaceleración o, en el peor de los casos, recesión.

La inestabilidad del marco de política económica. A lo anterior, esto se une, además, la escasa confianza que, en muchos casos transmite la política Económica, en especial en materia de normativa jurídica, fiscal y estabilidad cambiaria. El presidente de la CEOE señalaba, por ejemplo, en Marzo de 2001 con respecto a Venezuela, que “los empresarios españoles necesitaban saber cuál es el marco jurídico en el que van a desarrollarse sus proyectos y también deben tener claro que la estructura legal no va a cambiar cada seis meses en función de la coyuntura política”.

El riesgo cambiario. La trascendencia de la evolución de la cotización de las principales divisas en el margen comercial es evidente. Salvo en el caso Argentino (e incluso, por lo que parece, aún en este caso) los movimientos en las divisas pueden ser muy amplios y rápidos, lo que añade un plus de riesgo a cualquier operación comercial. En conexión con este punto debe considerarse la escasa importancia del euro en comparación al dólar como moneda de cambio en la región.

La extrema necesidad de un socio local. En cualquier país del mundo se requiere un socio conocedor de aspectos clave para el éxito comercial transnacional como la

legislación vigente, la estructura y condiciones de distribución, los usos y prácticas locales.... estas necesidades no son menores en Latinoamérica, por muchas que sean las similitudes culturales e idiomáticas. Es más, resulta evidente que, cuanto menor es el desarrollo económico, social, cultural e infraestructural y más volubles son las garantías, más necesarias resultan las alianzas locales.

Los problemas infraestructurales: La carencia de vías de comunicación limita el acceso a buena parte del continente americano. De hecho, la privilegiada posición de Chile, México y Argentina como destino de las inversiones españolas se apoya claramente en la disponibilidad de infraestructuras de transportes y comunicaciones, donde contrastan los déficits de Bolivia y Perú o Cuba, que quedan muy lejos respecto a los países punteros de América Latina.

El desarrollo de vías fluviales y terrestres es ahora una prioridad en latinoamérica ya que sólo a partir de la integración física en las áreas de energía, transporte y comunicación, los países de la región podrán tener una visión más clara de sus intereses reales.

La imagen “colonizadora” del español: Aunque desde el Ministerio de Asuntos Exteriores se afirme siempre que España y Latinoamérica son una “comunidad de intereses” lo cierto es que en ocasiones el intercambio ha sido desigual y los “modos” empleados han empobrecido la imagen institucional. Enrique Iglesias, Presidente del BID, llamó a la “solidaridad iberoamericana” como primer principio ético a seguir por parte de los inversionistas extranjeros en la zona. Recientemente, el director del Centro de Promoción de Inversiones para Iberoamérica, recalcó que los empresarios españoles deben tener en cuenta cuando inviertan en Latinoamérica que "aunque las culturas son parecidas, hay distancias y no se puede ir como iban los antiguos conquistadores. Hay que quitarse el casco y ponerse la guayabera".

Problemas en los trámites de aduanas. Los empresarios españoles señalan que, en algunos casos, el papel de la Administración pública local es, en materia arancelaria y de tramitación burocrática, un verdadero inconveniente; así lo reflejaba la 1ª Encuesta

de Opinión Empresarial sobre América Latina 14 elaborada por el Consejo Superior de Cámaras de la que se ha extraído el siguiente cuadro:

Empresarios que consideran bueno el funcionamiento de las aduanas

Argentina	29%
Bolivia	15%
Brasil	15%
Colombia	18%
Cuba	16%
Chile	63%
México	27%
Perú	20%
Venezuela	20%

*Fuente: Dada a conocer a finales del 2000. Sacado del informe del Latinobarometro
Contiene las respuestas de 197 empresas con presencia en Latinoamérica*

El problema del cobro: En algunos países los trámites para garantizar el cobro son excesivamente lentos y si se opta por medios más ágiles se corre el riesgo de no cobrar nunca. Además, en algunos países existen verdaderas dificultades las dificultades para conseguir en el sistema financiero y bancario un esquema eficaz de descuento de papel. En Brasil, por ejemplo, los exportadores tratan de evitar gestiones complejas utilizando un modo de pago denominado de Cobranza Simple, muy ágil desde el punto de vista administrativo pero sin ninguna garantía de pago ni reclamación: existe un viejo dicho popular en Brasil donde a este tipo de cobranza se la conoce como la de pago religioso y esto no obedece a que el importador brasileño pague religiosamente, sino porque el exportador debe rezar para que le paguen.

El escaso desarrollo de la demanda en determinados productos ¿defecto o virtud?

Es imposible olvidar aquella historia en que dos representantes del sector del calzado viajaban al África para intentar vender zapatos y ambos volvían con dos visiones diferentes de la experiencia. En tanto uno (el pesimista) aseguraba que no sería posible vender calzado a ese continente "porque nadie en África usaba zapatos", el otro representante (el optimista) estaba eufórico ya que consideraba tener un mercado fabuloso para desarrollar, "porque nadie en África usaba zapatos".

7. LA CONDICIONES ACTUALES PARA LA CREACIÓN DE SINERGIAS

Es de sumo interés comprobar cómo estas grandes inversiones han modificado la estructura patrimonial de algunos de los sectores económicos más importantes de los principales países de América Latina.

Analizando la situación latinoamericana, se ha podido comprobar cómo la mayoría de las inversiones españolas son realizadas por las grandes empresas, hay muy poca o casi nula inversión de PYMES españolas y la poca que existe es llevada a cabo por el arrastre que hacen las grandes empresas, la mayoría de la inversión realizada en esta área corresponde al sector servicios fundamentalmente.

“Pues actualmente el mayor flujo de inversión española a Brasil fueron primero las grandes empresas, las multinacionales, entonces hay un área de servicios que son los bancos, entidades financieras como pueden ser el Santander, el BBVA, la Caixa, Caja Madrid, todas ellas están instaladas en Brasil y por esto muchas empresas que prestan servicios aquí a ese sector también se han interesado en prestar los mismos servicios en Brasil” (BR).

En telecomunicaciones, energía eléctrica, gas, agua, el sector financiero e hidrocarburos, las compañías españolas han adquirido firmes posiciones de liderazgo y con ello han alterado de forma contundente y definitiva la forma, calidad y precio en que se proveen estas actividades.

Como se ha señalado, la rápida y masiva llegada de las empresas españolas modificó las estrategias de sus competidores locales e internacionales, puso a prueba a las autoridades regulatorias y, sobre todo, modificó la percepción de los consumidores en cuanto a sus usos y costumbres, estableciendo nuevas pautas de consumo.

Se han cumplido ya más de diez años desde las primeras inversiones, y no hay duda de que este proceso consiguió dimensiones realmente importantes. Podemos decir,

ciertamente, que la década de los noventa fue realmente “dorada” para las inversiones españolas en América Latina, y la consiguiente creación de verdaderas “empresas multinacionales”, con las que no se contaba hasta esos momentos.

Ahora bien, este proceso, como se ha indicado, se ha visto en ocasiones altamente cuestionado, especialmente por el mal ambiente económico de los últimos seis años, que comenzó con la crisis asiática, siguió con la rusa y se agravó, definitivamente, con la crisis de Argentina, a la que se sumó la incertidumbre política de Brasil en el año electoral 2002 que, junto a la situación de inestabilidad en Venezuela, las dificultades de Bolivia, Ecuador, Perú y la República Dominicana, disponían un panorama no exento de dificultades, del cual los mercados tomaron su debida nota.

Aunque obsérvese bien, neutralizada la situación argentina, asentada la estabilidad en México y Brasil, que ha iniciado importantes reformas estructurales, toda vez que parecen asentarse las perspectivas favorables de la economía norteamericana con proyecciones de crecimiento del 2,8% para el 2004, harán posible que ningún país de la región obtenga resultados negativos; todo lo contrario, como apuntábamos al principio, se ha producido un crecimiento del 4,5% (CEPAL), y se ha afianzado la recuperación, pues todos los países han crecido, tras la expansión iniciada en el 2003, que registró el 1,5%.

En consecuencia, la inversión neta acumulada por los bancos y empresas españolas, hasta el 2004, *alcanza los 87.760 millones de euros*, y se destaca, tal como se ha podido comprobar a lo largo de este trabajo, *que casi el 95% de los desembolsos se concentra en seis compañías, que representan 83.213 millones*. Otra característica singular que se habrá podido apreciar la constituye el hecho de que esta inversión en mayor medida se destina a Argentina, Brasil, Chile y México, que acumularon 64.280 millones de euros, lo que representa el 73,24%. Las más importantes fueron la reforma de las pensiones, la seguridad social y la fiscal.

Sin embargo, México no acaba de realizar su esperada y necesaria reforma del mercado energético para elevar la competitividad y mejorar el marco legal para fomentar la

participación privada. Grupo Telefónica, Repsol YPF, Grupo Santander, BBVA, Endesa e Iberdrola.

Inversiones netas acumuladas de las principales empresas españolas en América Latina en el 2005 (millones de euros)

Empresa/ País	Argentina	Brasil	Chile	México	Otros	Total
Telefónica	9.800	12.800	500	2.180	7.370	32.650
Repsol YPF	15.460	750	500	250	3.898	20.858
Grupo Santander	2.108	2.163	2.292	2.661	2.209	16.443
Telefónica Móviles	600	2.780	_____	1.740	210	5.330
BBVA	477	_____	581	2.711	1.373	5.142
Iberdrola	_____	1.250	_____	1.550	_____	2.800
Total	28.445	24.743	3.873	11.092	15.060	83.213
%sobre principales empresas	34.18%	29.73%	4.65%	13.33%	18.10%	
%sobre la inversión neta total	32.41%	28.19%	4.41%	12.64%	17.16%	87.760

Fuente: Bloomberg, Empresas y Santander Central Hispano Bolsa (2005)

Aunque, estas destacadas inversiones corresponden al sexteto de grandes empresas, deseamos dejar constancia del considerable esfuerzo inversor acometido por otras compañías de indudable importancia sectorial, que lideran proyectos de alto impacto para los respectivos países y sectores de actividad, cuya presencia e internacionalización en la región se expande constantemente a través de la IED.

Esta estrategia de alta efectividad, *debe completarse potenciando la incorporación de las pequeñas y medianas empresas*, excelentes dinamizadoras y creadoras de nuevas oportunidades de negocios y, por consiguiente, de grandes bolsas de empleo en amplios sectores industriales, comerciales, agrícolas y de servicios. La movilización amplia y duradera de lo que se viene llamando: “*segunda oleada inversora de las Pyme*”, es el gran reto inversor durante los próximos años.

Otra consideración en donde se ha avanzado y que se debe tener muy presente para encauzar las inversiones (especialmente de las Pyme), se encuentra en el ámbito legal, al contar España con una amplia red de convenios suscritos y en vigor con la casi totalidad de los países latinoamericanos, que están actuando con notable eficacia para evitar algo tan importante y sensible para el empresario como es la doble tributación.

Una prueba de la atracción que ejerce esta tupida red de tratados se da en que cada vez más empresas norteamericanas y canadienses canalizan sus inversiones hacia Latinoamérica desde España.

Inversiones netas acumuladas de bancos y empresas españolas en América Latina en el 2005 (millones de euros)

EMPRESA	INVERSION	EMPRESAS	INVERSION
Telefónica	32.650	Terra Lycos	227
Repsol YPF	20.858	Prosegur	225
Grupo Santander	16.433	Inditex	170
TelefónicaMóviles	5.330	Prisa	152
BBVA	5.143	SacyrVallehermoso	136
Endesa	3.117	TPI	111
Iberdrola	2.800	ACS	105
Unión FENOSA	2.493	FOC	100
Gas Natural	860	REE	88
Aguas de Barcelona	561	Acciona	70
Altadis	508	Ebro Puleva	67
Sol Melia	500	Amper	64
Arcelor	484	Viscofan	53
Corp. Mafre	454	Abengoa	25
Abertis	430	Aldeasa	20
Dragados	344	Mecalux	10
Ferrovial	326	Iberia	10
OHL	300	Amadeus	5
NH Hoteles	230	Indra	3
TOTAL	87.760		

Nota: Cifras netas ajustadas a las provisiones realizadas en las respectivas empresas hasta el 2005.

Fuente: Bloomberg Empresas y Santander Central Hispano Bolsa (2005).

Por consiguiente, es pertinente preguntarse: ¿qué deben hacer las empresas españolas en esta nueva situación y perspectivas? *¡Quedarse!* y no dejar que los árboles les impidan ver el bosque, aunque en ocasiones se haya poblado de dificultades con los legisladores y reguladores, pérdidas patrimoniales, bajada de calificaciones, penalizaciones de los mercados, y tener que realizar importantes provisiones con incidencia directa e indirecta sobre la cuenta de resultados.

¡Quedarse!, pues superada una de las fases más complejas de las estrategias de expansión, como es la aceptación y asimilación por parte de los mercados, las autoridades, clientes y opinión pública en general, al integrarse en las sensibilidades y valores del amplio entorno cultural y social, *la clave del futuro de las inversiones españolas en Latinoamérica, se encuentra en redefinir misión y visión.*

La Caixa no tiene presencia directa en la región, aunque cuenta con una participación financiera del 3% en el banco brasileño Itaú. Resultó perjudicada de manera especial durante los años duros de la crisis argentina, por sus participaciones en empresas como Telefónica y Repsol YPF donde cuenta con un 5,6% y 15,5% del capital respectivamente en el 2004. Por su parte, Itaú se ha convertido en uno de los mayores bancos privados latinoamericanos y en el segundo brasileño, con un valor neto de 3.700 millones de dólares y un total de 37.200 millones de dólares en activos. Con una capitalización de 7.900 millones de dólares es el mayor banco de Brasil en términos de valor de mercado según el ranking de *Business Week* (2003).

**Panorama de futuro. Redefinir visión y misión Áreas geográficas Inversión-
Desinversión**

ÁREAS GEOGRÁFICAS	INVERSIÓN-DESINVERSIÓN
Invertir en regiones desarrolladas Invertir en nuevos mercados emergentes Invertir en Áreas Regionales* Invertir en Europa del Este y Asia	Continuar inversiones Iniciar desinversión Aumento de participación en otras empresas multinacionales Fusiones y adquisiciones de empresas competidoras
NUEVOS NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES	CAMBIOS ESTRUCTURALES
Salir de negocios tradicionales, débiles y maduros Acudir a nuevas privatizaciones Concentrarse en nuevos negocios Nuevas fusiones y adquisiciones Nuevos socios regionales Nuevas alianzas estratégicas Nuevos socios extrarregionales	Participación en cambios educativos, tecnológicos y sociales Contribuir al fortalecimiento institucional Impulsar nuevas culturas de gestión empresarial Participar en la modernización de los países Promover la responsabilidad social

Fuente: Elaboración propia

*TLCAN, Pacto Andino y Mercosur

Sin embargo, es evidente que todo lo anterior admite una importante salvedad, esto es, que surjan impredecibles insalvables que imposibiliten permanecer en América Latina. Situación que evidentemente puede darse, como de hecho les ocurrió a las empresas y bancos americanos en la década de los ochenta, cuando se produjo la crisis de la deuda externa, la cual provocó su retirada dejando precisamente libres muchos de los espacios que ocupan actualmente bancos y empresas españolas.

En este sentido, como puede apreciarse en el siguiente DAFO, existen amenazas, pero igualmente se encuentran grandes oportunidades asociadas a la propia dinámica del continente, cada vez más preparado para competir internacionalmente en el vigente escenario global.

DAFO de las inversiones españolas en América Latina

DEBILIDADES	AMENAZAS
¿Arrogantes? ¿Reconquistadores? Problemas de imagen Riesgos sobreextendidos Detrás de líderes globales en tecnología y medios Inexperiencia en IED	Inestabilidad política Inestabilidad jurídica Regulaciones cambiantes Debilidad institucional Sentimiento antiespañol Riesgo sistemático
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Proximidad cultural Idioma común Líderes locales en muchos mercados Integrados en Latinoamérica Eficientes y competitivos	En nuevas privatizaciones En sectores tradicionales En sectores tradicionales redefinidos En sectores tecnológicos: Internet, comercio electrónico, call center Nuevas fusiones regionales y extrarregionales

Fuente: Elaboración propia

Para concluir, nada mejor que una mirada hacia la percepción de la imagen de España y de su evolución. Sucesivas encuestas del *Latinobarómetro* confirman que de todas las dimensiones, el aspecto más “problemático” de la imagen española actual en América Latina son las inversiones.

Diversas valoraciones sobre la imagen de España, que históricamente ha experimentado altibajos, parecen dejar atrás los análisis que revelaban que este fenómeno estaba ligado a factores endógenos, esto es, respecto a algunas características que definían la inversión española, como la concentración temporal, geográfica y sectorial, pero que también respondían a causas exógenas, como la proximidad de los países latinoamericanos y el fuerte impulso privatizador de décadas anteriores, situación no vivida con anterioridad en la región y sujeta, por tanto, a los avatares emocionales que dificultan la percepción que brinda una situación de cambio portadora de nuevas oportunidades económicas y sociales.

El *Latinobarómetro* es el estudio de opinión pública anual que se realiza en 17 países de América Latina, para el que se entrevistan a un promedio de 1.000 personas que representan a la población urbana de cada uno de ellos.

Recientes análisis indican que la situación mejoró sustancialmente durante el 2005, al señalar que más del 68% de los encuestados disponen de una opinión positiva, frente al 59% en el 2003. No hay acontecimientos aislados en un mundo global, como queda demostrado tras los atentados del 11 de marzo en Madrid, los cuales han provocado el “efecto simpatía” en la población latinoamericana, que les ha hecho avanzar hacia este sentimiento más positivo, reforzado por el hecho de que se tiene en cuenta el favorable y buen trato que se dispensa a sus inmigrantes, que ya constituyen el 7% de la población española y es su segundo destino preferido después de Estados Unidos.

Curiosamente, la República Dominicana y Ecuador, los mayores emisores de emigrantes, son los que tienen la imagen de España como una de las economías más ricas de la Unión Europea. Sorprende que se perciba a nuestro país con mayor nivel de bienestar que Alemania o Francia, lo que pone de manifiesto el vertiginoso y profundo cambio experimentado desde la década de los ochenta, cuando por entonces a España se le veía como un país similar a ellos.

Pero nuevamente, la percepción e imagen que desprenden las “inversiones españolas”, muy desafortunadamente, no han experimentado prácticamente ninguna variación y ello, según el informe, “pese a los esfuerzos del Gobierno español y las políticas de responsabilidad social de las empresas”.

En la misma línea del 2003, los latinoamericanos siguen considerando que “no están siendo beneficiosas para la región”. Es más, en algunos países como Chile o México se ha producido un cierto empeoramiento, aunque, con todo, España es el Estado más representativo en Europa para los latinoamericanos.

Pero es reversible esta situación en la buena dirección, considerando que lo más álgido de la crisis económica ha pasado, y las empresas españolas han interiorizado todas las experiencias desde los parámetros de la realidad de cada país. De esta manera, lograrán acercarse a la opinión pública, para ser percibidas no sólo como meros actores económicos que se han “colado” por una política de privatizaciones y liberalización llevada a cabo en tiempos pasados, sino como entidades y empresas interesadas e

involucradas directamente en el desarrollo económico del país y el bienestar social de los ciudadanos. Se trata de que aquellas sociedades noten y perciban definitivamente este “útil” acercamiento de un matiz efectivo y miren a las empresas españolas como lo que son, “empresas locales”, con una relación de compromiso real, cotidiano, y substancial con el amplio espectro cultural y social”.

8. LA CREACIÓN DE SINERGIAS ENTRE PYMES ESPAÑOLAS Y DE AMÉRICA LATINA

Las Pymes españolas se ven desamparadas para acometer la internacionalización. Los recursos económicos o de gestión les son ajenos y carecen de información básica, lo que representa en muchos casos un obstáculo insalvable.

Destaca la falta de información respecto de las coberturas y garantías legales, los respaldos bancarios que pueden determinar la viabilidad de su inversión. Desconocen que en muchos países latinoamericanos hay cobertura garantizada por aseguradoras españolas, o que en otros esta cobertura no tiene valor legal.

Hay respaldo bancario y los seguros dependen del país que sea. Con Cuba por ejemplo existe un problema, está mejorando pero el CESCE no da cobertura, pero el empresario si quiere hacer negocio no lo considera una traba.

8.1. Obstáculos percibidos por la empresa española

Se considera que el empresario que quiere generar una sinergia con otra empresa latinoamericana deberá primeramente conocer las características y el comportamiento comercial del mercado y del empresario en el país de destino. A pesar de ello, habrá de encontrarse con barreras a las que deberá enfrentarse.

La barrera psicológica que aparece cuando se intenta acceder a nuevos mercados, específicamente en América Latina esta barrera está teñida de desconfianza y suspicacias debido a situaciones anteriores.

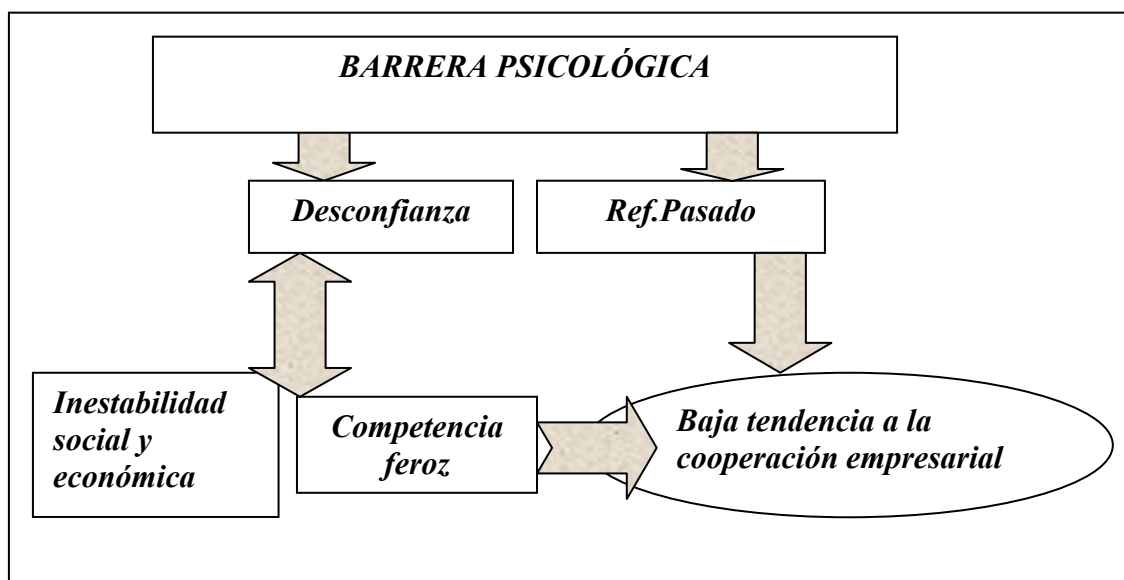
“Probablemente se encuentra con barreras de tipo psicológicas que puede implicar el acceso al mercado por una cuestión a lo mejor de competencia en el pasado y otra también que es la del sector o la del país en el que quieran implantarse.” (CCC)

La **mentalidad empresarial** es muy diferente. En general el empresario latinoamericano es poco propenso a involucrarse en procesos de cooperación empresarial o establecer sinergias tanto en origen como en destino. Esto se explicaría por la falta de confianza antes mencionada y por la experiencia vivida de inestabilidad social y económica que le lleva a evitar compromisos riesgosos.

A esta dificultad coyuntural pero de fuerte arraigo se suma una mentalidad de competencia feroz entre empresas de un mismo sector, que posiblemente el mercado haya obligado a desarrollar pero que para el empresario español va en desmedro de posibles estrategias para la cooperación.

Una barrera es el país porque a lo mejor no hay infraestructura, entramado financiero ni apoyos institucionales. No se percibe en Latinoamérica que haya otros países propensos a cooperar, una cultura de cooperación entre empresas para acceder a nuevos mercados. Este hecho explica que se busquen empresas locales que sirvan únicamente como representantes en destino para la distribución de productos terminados.

Círculo de resistencias a la creación de sinergias



Fuente: Elaboración propia

Otro obstáculo mencionado desde la perspectiva de la empresa española estaría en **la política de bloques**, tan presente en el mapa geo-económico y político actual de América Latina.

Esta política otorga pertenencia y refuerza la potencialidad comercial del país, mejorando las posibilidades y la competitividad pero repercute negativamente cuando la imagen de algún miembro del bloque viene muy connotada o se significa como un riesgo inasumible. Dada la tendencia a que los países de un mismo bloque sean vistos como homogéneos, aumenta la percepción de riesgo según sean unos u otros los países que lo conforman.

Puede suceder que el bloque respete las leyes del juego pero si entra un nuevo país y no lo hace, entonces una empresa que quiere acceder a MERCOSUR y ve que existen esos desacuerdos prestará más atención al comportamiento de ese país individual que al comportamiento del bloque. Pertenecer a un determinado bloque puede entonces resultar contraproducente en ocasiones.

Aunque se está haciendo referencia en este caso a la incorporación reciente al MERCOSUR de un nuevo país miembro, inevitablemente aparece una indiscriminación respecto de los países de un determinado bloque, contaminándose los temores y tendiendo a evitar los riesgos. Cuando el país es suficientemente importante e interesante o la transacción muy ventajosa, se generan acuerdos individuales.

Algunos países de América Latina destacan, como es el caso de México, donde la **propia naturaleza de sus Pymes** podría significar un obstáculo. El obstáculo es la misma naturaleza de las empresas que vienen de un proceso de tiempos en los cuales la economía mexicana era muy cerrada, con un mercado interno cerrado, excesivamente protegido.

En países como México, la prolongada preponderancia de un determinado modelo económico excesivamente proteccionista, habría llevado al empresario a una actitud conservadora y poco emprendedora. El mercado interno era considerado como

suficiente para el empresario Pyme que no buscaba ni creía necesario buscar nuevos mercados.

Esto habría dado lugar a una concepción del mercado como un espacio estable, cerrado y sólo algunos comenzaron a tomar conciencia de que el mercado interno era también un espacio abierto, no exento de la competencia de productos o productores extranjeros.

Cada vez se van concienciando más de la situación y algunos saben que incluso para vender en el mercado interno significa estar compitiendo en el mercado internacional, con el producto chino, el español, y que van a competir y ya no se puede mantener que no es preciso modernizarse pues para sobrevivir debe ser competitivo en la propia casa.

En el caso de Brasil el empresario español habrá de saber que se va a enfrentar a un país con gran potencial económico, donde cualquier Pyme tendrá que competir con grandes multinacionales nacionales y donde previamente se requiere de un análisis minucioso de la red local y del tamaño del país para poder dimensionar la inversión.

“Aquí vienen Pymes interesadas y yo les digo que Brasil es muy grande, hablamos de 180 millones de habitantes... antes de hacer algo miren bien donde ir, hay municipios menores que San Pablo... depende del sector... allí competir con todas las grandes va a ser mucho más duro...” (BR)

Al tratarse de un país tan grande es preciso tener ciertos cuidados para que la entrada no se convierta en una trampa. Plantearse una estrategia de gran alcance es considerado como un error por los representantes comerciales del Brasil.

Principales obstáculos percibidos para las Pymes españolas

Falta de información básica s/cobertura legal en destino.
Poca infraestructura, entramado financiero y apoyo locales.
Política económica y disciplina de bloques.
Barreras psicológicas para introducirse en los mercados
Gran diferencia de mentalidad empresarial.
Falta de cultura de cooperación empresarial.
Cultura empresarial conservadora entre empresarios Pyme.
Poco conocimiento de mercados latinoamericanos.

Fuente. Elaboración propia

8.2. Obstáculos percibidos desde la perspectiva latinoamericana.

En este apartado nos encontramos con obstáculos materiales y otros intangibles.

El **tipo de cambio** es un obstáculo para las empresas en América Latina, pues se han visto muy afectadas por las fluctuaciones de la relación euro-dólar que llevó a encarecer sus productos y hacerlos poco competitivos frente a otros provenientes de otros mercados.

Empresas que operaban allí habitualmente y tenían sus distribuidores y clientes han ralentizado sus inversiones, e incluso han echado marcha atrás porque los márgenes de ganancias dejaron de ser interesantes.

El tipo de cambio afecta mucho en estos últimos años, empresas que tenían sus distribuidores y clientes han tenido que dejarlo o mantener el contacto solamente porque los márgenes fueron menguando, algunos tenían muchas empresas para acciones en América Latina y ahora llegan apenas a los mínimos.

Algunos empresarios españoles se han visto obligados a reorientar su política comercial: comenzaron manteniéndose en los mínimos y pasaron luego a

reestructurarse internamente dejando de exportar hacia América Latina y comenzando a importar desde allí.

Se estima que la situación cambiaria es muy inestable y difícil de poder enfrentar para la economía de las Pymes españolas.

La **situación de inestabilidad política y jurídica** vivida por estos países en su pasado más reciente influye en el empresario español quien mantiene una imagen de América Latina como de región poco confiable e insegura para la inversión. Esto a pesar de las oportunidades y posibilidades del mercado.

América Latina tiene muchísimos sectores todavía muy interesantes pero luego, en un repaso histórico el tema de la inestabilidad política y jurídica que ha habido, es un poco el freno de los empresarios para invertir.

El empresario Pyme no quiere ni puede correr riesgos y por eso se dirige a países cuya imagen es de seguridad como sucede con Chile y México. La seguridad en esta valoración va por delante de la oportunidad.

Confianza mutua sí pero es más cierta inestabilidad que puede venir por el lado político... Venezuela... Cuba... tengo oportunidad pero nunca me voy a instalar o invertir porque no sé que puede pasar... Bolivia también está ahora un poco con incertidumbres... con Chile ningún problema. (C. Madrid)

La manera de operar y gestionar conlleva en sí un obstáculo, a pesar de que las legislaciones son claras y no existen importantes barreras legales, se percibe un **exceso de burocratización** que debería ser tomado en cuenta por el empresario que desee implantarse en el área.

Se trata de países que se reconocen a sí mismos como burocráticos, donde se requiere un largo período de espera para poder resolver temas de gestión y de constitución de una empresa, licencias de apertura u otras gestiones similares.

La legislación yo creo que es bastante clara pero somos un país que todavía tiene una burocracia entonces las actividades requieren un paso largo de constitución de licenciamiento y demás... tienen un nivel burocrático más elevado.

Este es un obstáculo generalizado dada la poca agilidad del aparato administrativo, por causa de un sistema alambicado con procedimientos de gestión muy lentos que frenan y ralentizan las transacciones.

“...nos tenemos que modernizar más nuestros aparatos administrativos burocráticos... puede existir un marco jurídico adecuado y sin embargo en la ejecución de la justicia quisiéramos que fueran menos trámites, menos burocracia, menos tiempo...” (MX)

El **miedo a posibles crisis económicas** representa para el empresario español un obstáculo importante.

Según se desprende del discurso de algunas Consejerías de Comercio de países latinoamericanos en España éste fue un obstáculo anteriormente pero no en la actualidad. Este obstáculo estaría en vías de desaparecer, según el discurso oficial de los consejeros, puesto que se estaría abordando con sistemas de seguros para disminuir riesgos, seguros de créditos a la exportación, seguro de riesgo-país y en el caso de las empresas españolas se contaría también con los seguros de riesgo político.

Siempre hay ideas creadas de si se ha pasado por ciertos momentos críticos y se puede volver a repetir... con cada uno de estos diagnósticos se va diseñando las diferentes herramientas, seguros de créditos a al exportación.

Sin embargo esto que es cierto para las grandes empresas no lo es para las Pymes que mantienen la magnitud del riesgo. La percepción de inestabilidad estaría jugando como obstáculo casi mítico, pues se trata de una imagen que los países latinoamericanos no aceptan para sí, sino que más bien hablan de estabilidad económica.

Brasil los últimos años tiene una economía bastante estable, una inflación muy controlada, un crecimiento constante entonces da estabilidad para la inversión, los brasileños están luchando mucho por la baja o sea el valor del real... en cuanto a la garantía de la inversión, en cuanto a poder retirar el capital invertido no hay ninguna traba.

Se habla de estabilidad aunque se adjetiva sólo como “bastante”, quizás porque se mantiene la falta de control sobre la inflación que estaría aún por encima de los índices aconsejables.

Todo esto no ayuda a modificar los prejuicios y temores del empresario español. Existiría la esperanza de que éste antepusiera los criterios de rentabilidad a los de búsqueda de garantías, cosa que no sucede.

Los países latinoamericanos buscan minimizar el obstáculo del miedo a las posibles crisis económicas, queriendo dar una imagen de apertura. Esto parece ratificarse por otros datos que hemos manejado aunque los efectos de estos cambios y de esta apertura no se puedan aún verificar en la microeconomía.

Las empresas extranjeras en Brasil son consideradas nacionales, el capital es registrado como local... hoy día no hay ningún prejuicio contra las empresas extranjeras, al revés, existe una expectativa y si esa expectativa no es cumplida entonces sí hay protestas.

Los **problemas de cobro** no se han solventado aún en su totalidad. Existen problemas para el cobro a pesar de los esfuerzos que se están realizando para poder gestionar los pagos. Esto se justifica en muchos casos por un exceso de confianza y familiaridad que lleva a lo que llaman “el pago religioso” que significa lo contrario a lo que parece:

tener que apelar a la suerte divina para poder cobrar. Sería una forma de expresar la falta de fiabilidad.

“Dice que va a pagar y al final no paga, pero eso creo que sucede en todos los comercios también en el mercado español. En Brasil se habla del “pago religioso” eso quiere decir que cuando vendes tienes que empezar a rezar para que te paguen...” (BR)

Si bien partimos de una historia compartida y de una identidad lingüística, hablar el mismo idioma oculta las diferencias de códigos y de connotaciones que las mismas palabras puedan tener para unos y otros. Las diferencias se hacen patentes en el momento de efectuar las transacciones.

“...las palabras no tienen el mismo sentido (...) La mentalidad es muy distinta, vas a México y vuelves en el avión y dices me ha ido estupendo, mañana envío un contenedor pero en realidad su forma de ser es mañana empezamos, me ha encantado, pero mucha efusividad que a la hora de materializarlo se diluye.” (C. Madrid)

Se requiere conocimientos previos al igual que le sucede al empresario para poder entrar en otros mercados.

Por otra parte **faltaría una red de Pymes local** (exceptuando países como Brasil y parcialmente Argentina o México) capaz de expandir los efectos de la inversión. Se complica la posibilidad de crear sinergias ya que el efecto de la transacción lleva un ritmo muy lento.

El mercado es muy reducido, si hubiera otro tipo de estructura... pero es muy complicado porque no hay red de Pymes, es decir se dificulta la entrada a los países por estrategia.

Esto interfiere en **la magnitud de la motivación del empresario** que además se encuentra con falta de credibilidad y aceptación de sus productos.

Se encontraron con problemas las empresas pequeñas han venido y se han encontrado que no han tenido el eco que esperaban, el mismo eco que encontraban otras empresas más grandes. Algunos han hecho grandes intentos que no han fructificado.

Este obstáculo se ve potenciado por la imagen que existe en algunos países de Latinoamérica del empresario español como poco emprendedor, lo que aparece en el discurso de representantes de Argentina, Perú o Venezuela quienes hablan de una falta de cultura expansiva entre las Pymes españolas.

La motivación para la internacionalización debería ser más incentivada si se espera que se creen sinergias con otros quienes no muestran ningún especial interés, según dicen y que requerirían de apoyo financiero, cosa que no reciben.

*Se lo grafico con una cifra... de los 2 millones y medio de empresas que hay en España sólo 50 mil exportan... por eso digo factores motivacionales, hay una actitud que yo la calificaría de conformista.
(AR)*

La percepción de España en general es buena y su imagen no es negativa. Pero existe un obstáculo relacionado con la **imagen colonizadora de España** en América Latina que connota negativamente aún en la actualidad los intentos inversores de parte de las empresas españolas.

A pesar que en el plano comercial y racional se entiende que las relaciones entabladas hoy en día en un entorno internacional poco tienen que ver con lo que sucedió hace 500 años, no se ha roto aún el estereotipo.

“España arrastra el pasado como la metrópoli del área... como la que esquilmo o a lo mejor impidió el desarrollo del área. Dejando al margen su verdad o mentira, todo es matizable, corresponde a un pasado... entonces es imprescindible mejorar esa imagen.”(CCC)

Habría habido una actualización del estereotipo aparentemente superado, en lo que se ha dado en llamar la “segunda colonización”, que habría venido de la mano de la entrada de las grandes empresas y de los problemas derivados de su presencia en América Latina. Cabría sin embargo matizar, que esta imagen se ha relacionado con las grandes empresas del sector servicios.

Las empresas de energía como Endesa o Repsol o las de telecomunicaciones como Telefónica que llevaron a cabo toda una serie de cambios mejorando la tecnología pero encareciendo algunos consumos, ha estado en la picota puesto que toda la población ha sufrido las consecuencias de su presencia. Por eso su entrada habría tenido el efecto de despertar antiguos fantasmas.

Las grandes empresas suelen estar en el sector servicios, sector que afecta a toda la población porque si suben las tarifas eléctricas y esta es obviamente una medida antipática, aparece en el imaginario la idea de la segunda colonización. Los beneficios para el usuario no son percibidos pero sí el incremento en el gasto y eso hace que empresas como Repsol sean poco populares.

Zara también es una gran empresa y en Venezuela las tiendas son dos veces más grandes que en España y siempre está todo agotado con una imagen de marca muy buena, cuando en España no es un producto bueno. Esto se debe a que las grandes empresas de otros sectores, cuya expansión fue entendida como un beneficio para el usuario, no tuvieron el mismo efecto.

Esta visión se ve complementada por la de los propios países que apelan a este argumento cuando esperan que la historia pasada les haga beneficiarios de un trato de favor por parte del empresario español.

“El mercado español es complicado, siempre exigen la misma alta calidad y quieren pagar como de tercera entonces los madereros brasileños tienen dificultad... ya no se puede sacar la madera de Brasil como pasaba antes...” (BR)

Existe una rémora por ambas partes: por una parte el empresario español que tiene dificultad para valorar el nivel de los productos de América Latina y su grado de especialización en algunos sectores, y por otra, la imagen que de él se tiene allí que hace que sea visto en actitud soberbia.

El obstáculo de la desconfianza permanece si bien en muchos casos se quiere atribuir a la idiosincrasia. Somos latinos todos, la empresa española tiene cada vez más credibilidad pero en el comercio lamentablemente siempre ocurren cosas de ambos lados.

Los intentos por mantener cierta simetría chocan con la **desvalorización de la imagen de España en tanto que país productor** o inversor. El producto español no es valorado y eso también dificulta más el acceso al mercado latinoamericano para la creación de sinergias. Está valorado por debajo de los de otros países como sucede con productos de Estados Unidos que estarán siempre en primer lugar, idealizados, como sinónimo de aquello que se quisiera poder comprar. No sucede lo mismo con productos de otros países europeos.

La estructura del mercado latinoamericano, tan bipolarizado hace que el producto español no pueda encontrar un nicho con un valor propio pues el target para estos productos no se encuentra fácilmente quedando destinado a las capas de consumo más bajas.

“Dónde me ubico? si lo quiero poner en gama alta es muy difícil, el mercado es reducido y es el lugar que ocupan los productos de Norteamérica y si me voy a una gama baja nunca saldremos de la imagen del producto español... la imagen del producto España-calidad ya me cambia...” (C. Madrid)

Desde los países latinoamericanos resulta más difícil reconocer esta desvalorización aunque se da por hecha al aceptar que el prejuicio frente a España va siendo menor y que la imagen está cambiando de manera positiva en los últimos años. No sólo se valora la proximidad y la familiaridad sino que también se la empieza a reconocer de una forma más secundarizada. Un país atractivo para pasear... ahora también se ve a España como un país que ha entrado en un franco desarrollo, que es parte importante de la Unión Europea.

Aparece en un nivel de imagen colectiva que se quiere minimizar en el plano empresarial aunque en realidad está aún por conseguir.

Obstáculos percibidos por las Pymes latinoamericanas

<i>OBSTÁCULOS MATERIALES</i>	<i>OBSTÁCULOS INTANGIBLES</i>
Poca aceptación del producto español	Baja valoración producto español
Tipo de cambio muy fluctuante	Temor a las crisis económicas locales
Falta de red de Pymes local	Poco incentivo a la internacionalización
Inestabilidad jurídica y política	Poca motivación empresarial
Exceso de burocracia para la gestión	Diferencias de códigos comerciales Imagen
Problemas para cobros/pagos	negativa empresario español

Fuente:Elaboración propia

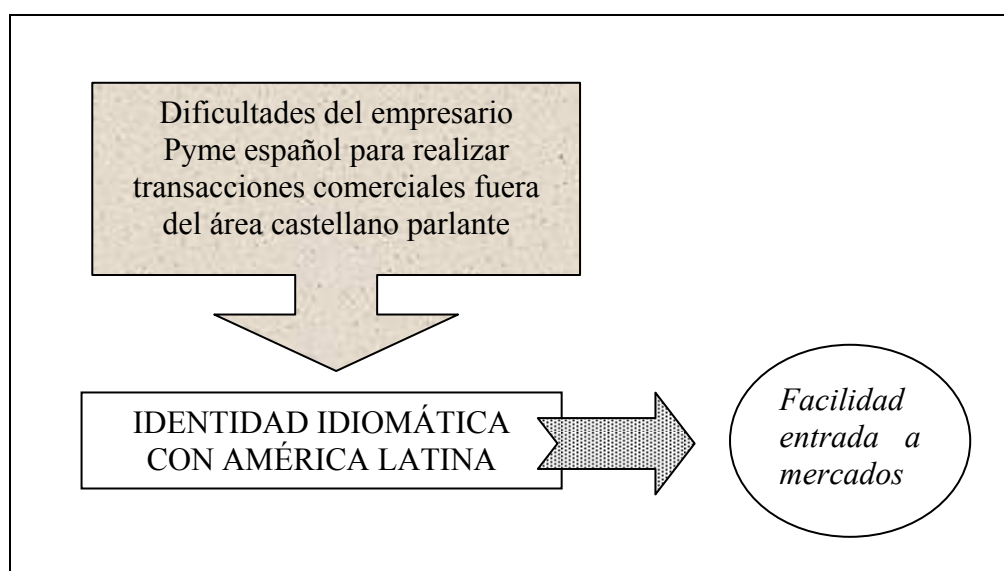
8.3. Factores que facilitan las sinergias

Existen diversos factores que representan ventajas competitivas para las Pymes españolas en la creación de sinergias con Latinoamérica.

Factores culturales: **la identidad idiomática** que como vimos ayuda a la hora de entrar en mercados nuevos, especialmente para los empresarios españoles que tienen en el idioma una barrera para acceder a otros mercados.

“Porque a Latinoamérica? Hay razones culturales primero, el idioma es fundamental para entenderse, hacer negocios en un ámbito de mercado donde el idioma es el mismo es la ventaja que tenemos frente al mercado chino digamos...” (PE)

Ventaja competitiva para el empresario Pyme español



Fuente: Elaboración propia

El tema económico también es una ventaja en este momento pues existirían unas **condiciones de desarrollo económico propicias**, como ser la estabilidad cambiaria, buenas condiciones macroeconómicas y laborales y ventajas arancelarias.

“Hay una estabilidad cambiaria desde hace varios años... cinco... es fundamental para el tema de las inversiones... condiciones macroeconómicas y laborales buenas... conveniente porque se invierte aquí para producir puede luego exportar a EEUU sin aranceles... tenemos un acuerdo de libre comercio con EEUU.” (MX)

El tipo cambiario habría reorientado el sentido del comercio con las Pymes de América Latina. Las Pymes españolas fueron exportadoras mientras que en este momento buscan instalarse en los países de la región para producir allí y comercializarlas desde allí.

Las **condiciones jurídicas** para el inversor son óptimas, hay estabilidad jurídica plena pues los gobiernos latinoamericanos tratan al inversor extranjero igual que si se tratara de un inversor local, sin ningún tipo de limitación más que las estrictamente obligatorias establecidas por la ley y que tienen su aplicación a la adquisición de propiedades o al desarrollo de industrias en algunas zonas fronterizas en países como Chile, México o Perú.

La **existencia de tratados** con otros países en especial con EEUU es considerado como una gran ventaja, como un valor añadido que sólo pueden otorgar los países latinoamericanos y en ese sentido tendrían una ventaja competitiva importante con respecto a otros de otras áreas, que actualmente pugnan por las mismas cuotas de mercado.

Mejor para hacer la distribución en Sudamérica sería instalarse en Brasil, utilizar la materia prima, fabricar allí en instalaciones propias o con empresas locales para poder vender dentro del país y en la región.

Especialmente notorio resulta esto en países como México, donde su estratégica posición geográfica la dota de grandes posibilidades para el intercambio. Esto le ha llevado a firmar importantes acuerdos bilaterales de los que pueden aprovecharse las empresas españolas.

México se ha transformado en una economía de las más abiertas del mundo, como país tenemos una serie de tratados de libre comercio con 45 países, con los principales bloques mundiales, el principal con EEUU y Canadá.

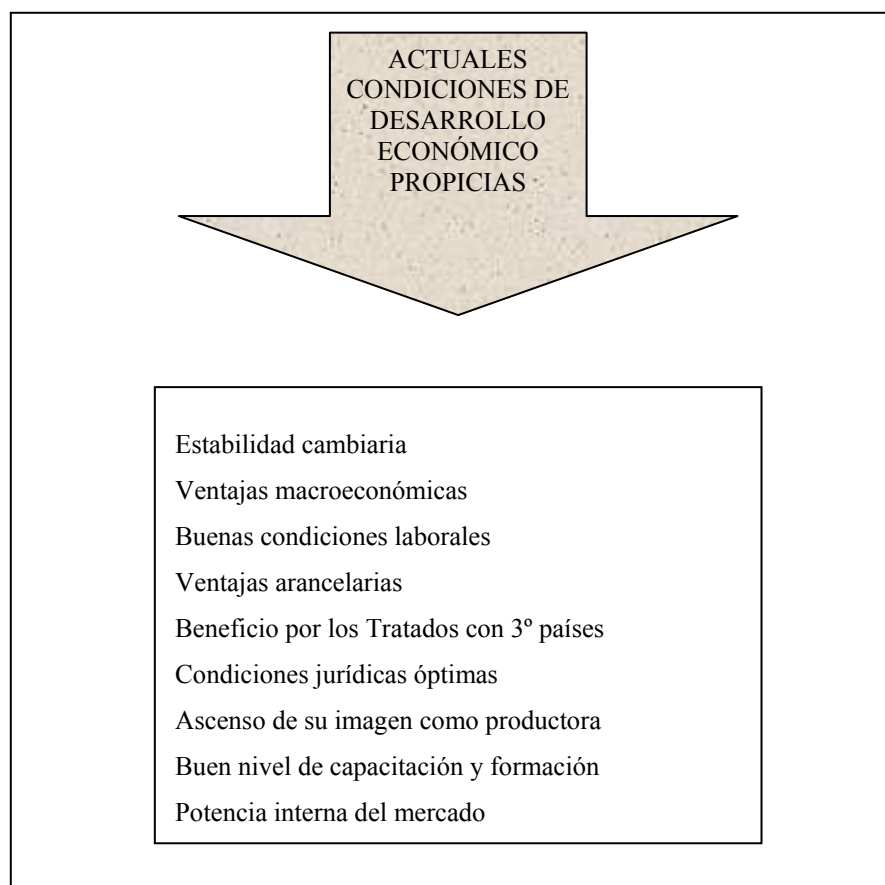
En las grandes empresas el interés de invertir en la región se basa en la gran **potencia interna del mercado** del país receptor. Allí debe desarrollar estrategias para enfrentar

a la competencia, para conquistar cuotas de mercado que muchas veces resultan difíciles de conseguir debido a las características del empresario latinoamericano cuya actitud y formación es muy buena para acceder a mercados.

Como resultado se ven obligadas a buscar los mercados exteriores desde los propios países latinoamericanos, transformándose en filiales de una empresa local.

La gran compañía de telecomunicaciones de teléfono en México contra la compañía similar en España, Telefónica, ambas son grandes inversionistas en el exterior y están compartiendo mercado en diferentes países de Latinoamérica... hay competencia pero la nacional siempre lleva la ventaja como Telefónica en España, pero desde aquí buscan mercados próximos.

Ventajas coyunturales para las Pymes españolas



Fuente: Elaboración propia

Son **mercados con un gran potencial de desarrollo**. Sobre esto hay acuerdo entre los empresarios españoles y los portavoces latinoamericanos.

Si bien la rentabilidad depende también del sector de negocio de que se trate, países como México tienen un mercado muy atractivo para las Pymes españolas con un potencial aún por desarrollar.

Esto implica una oportunidad importante porque puede tener un rápido y conveniente retorno de la inversión. Hay un alto nivel de rentabilidad dependiendo del sector, del negocio, lo que está viendo el empresario grande como el de la Pyme es que existe un mercado que todavía tiene potencial para ir creciendo, puede tener un buen retorno de la inversión.

En muchos de los países del área, la población, tanto en cantidad como en nivel de consumo, proporciona al empresario español posibilidades importantes. Se valora así mismo la tasa de crecimiento demográfico que en la región es muy elevado.

“Tenemos un mercado nacional muy grande, este puede ser el primer paso para la Pyme... sumamos los del acuerdo más de 300 millones de posibles consumidores, y es un mercado que crece cada día más, y ahí están los otros países que también crecen y están al lado... luego quizás se puede pensar en exportar al mercado americano que paga bien y a la hora...” (BR)

Los países del Cono Sur son dentro de América Latina especialmente significativos. Son **países con mucho dinamismo en términos económicos** con economías relativamente asentadas e instituciones solventes, más sólidas que las de otras áreas. Hacia esos países se orientan actualmente las Pymes españolas.

Ahora se está volviendo a retomar el interés que había decaído, se están haciendo acciones en Argentina, pero para el mercado es fundamental, Chile, Brasil y Argentina yo diría que son los principales aunque México interesa por su tamaño.

Es importante Brasil por el alto nivel de desarrollo empresarial y por la gran red de distribución existente. El empresario que llega a invertir parece sorprendido en muchos casos por la existencia de estándares similares a los europeos.

Se trata de países jóvenes, lo que les otorga un **carácter dinámico** a la vez que innovador. Sus raíces mestizas hacen que también grandes sectores busquen para sí niveles de formación similares al europeo o norteamericano. Por eso existiría un **alto nivel de formación**, población con formación idónea, universitaria, tecnológica y profesional, con niveles similares a las de otros países desarrollados.

El empresario brasilero es una persona muy desarrollada, con una calidad laboral y una seriedad asimilable a la europea a pesar de que es un país joven, dinámico, preocupado por la formación hasta el punto de que existen miles de cursos universitarios en materias relacionadas con las NT y la economía, entre otras.

España estaría actualmente en el buen camino para afianzar su **“marca-país”** con lo cual sus productos resultan más aceptados por los mercados internacionales y las Pymes pueden, cada vez más, abordar con facilidad el camino hacia la internacionalización y la creación de sinergias. Sin embargo se mantiene por detrás de otros que ya han conseguido una imagen fiable para sus productos.

“Los españoles deben sentirse contentos... todavía están en proceso de consolidarla pero creo que ya lo iniciaron... han trabajado el concepto marca-país aunque todavía no lo consigue totalmente.”(BR)

La visión latinoamericana del producto español está cambiando. Son considerados como productos de calidad comparables con los de otros países más industriales con los que mantienen un vínculo de adoración (como EEUU o Alemania) pero más baratos.

8.4. Necesidades para mejorar las condiciones de creación de sinergias

Trataremos de separar para mayor claridad las necesidades de las Pymes españolas de las de las Latinoamericanas.

8.4.1. Necesidades de las Pymes españolas para mejorar las condiciones de creación de sinergias

Diferenciamos inicialmente necesidades de las Pymes a nivel macro y microeconómico.

Entre las primeras destacamos la necesidad de **mejorar la imagen-país** que existe de España en el área. Esto requiere esfuerzos de los empresarios y de las instituciones. Probablemente esta imagen no se corresponda con la realidad respecto de los empresarios y de los productos.

Es una cuestión más del día a día y de la percepción psicológica que se tiene por eso mejorar esa imagen contaminada por la cuestión de haber compartido un pasado común y superar el prejuicio de cuando España fue en otra época un país colonizador.

En cuanto a la microeconomía, las Pymes deben **mejorar sus actitudes y aptitudes**, ampliar mercados y ser concientes de la ventaja competitiva que esto conlleva.

Los nuevos mercados constituyen una fuente para obtener productos que se fabrican fuera con más eficiencia y mayor rentabilidad. Las empresas españolas pueden entrar en estos mercados como importadoras y como exportadoras proporcionando productos que tengan nichos de mercado con valor añadido.

La empresa española debe ser capaz de comprender esta ventaja competitiva, apostar por ello, motivarse y comprometerse con decisión para acceder a ellos.

Necesidades en el nivel de los recursos intangibles, de ser conciente de que hay que ampliar mercados, que allí las cosas son más baratas y tienen un valor añadido que no

podemos darle y además que tenemos algo que puede ser interesante para ellos. Tener espíritu emprendedor y mentalidad empresarial, ser capaz de comprender.

El cambio de actitud estaría en el registro de intangibles.

En el de las necesidades tangibles para las Pymes, estaría la **diversificación y adaptación del producto** a las condiciones de los consumidores del área, estudiando el mercado para conocerlo y ajustarse a sus demandas.

El empresario tiene que modificar su producto en la línea que sea su producto o su servicio, adaptarlo y modificarlo a la línea que sea preferida dentro de la globalización, los consumidores mantienen sus diferencias.

Mejorar el grado de conocimiento de la legislación en materia de importación, de todo lo relativo a los estándares de calidad específicos tendiendo a que haya un departamento en la empresa dedicado a la internacionalización. Este departamento informará de los posibles cambios legales, jurídicos o políticos y dará seguimiento a las operaciones que puedan realizarse allí. La falta de información es considerada como muy perjudicial para todos.

“El seguimiento que tienes que darle a la operación es muy importante, nosotros tenemos comprobado que por el carácter y la forma de ser en América Latina, tienes que viajar por lo menos una vez al año a ver... porque se te pueden relajar...” (C. Madrid)

Desde las instituciones españolas se admite que la información y el conocimiento del contexto en que se van a desarrollar las operaciones comerciales es fundamental.

“Colombia no es porque es peligroso... hasta que no llegan y se dan cuenta que hay oportunidades buenas... Argentina se está recuperando... primero es información, sobre el país, sobre la legislación, sobre el tamaño del mercado... si pertenece a algún acuerdo...” (C. Madrid)

8.4.2. Necesidades de las Pymes españolas para la creación de sinergias

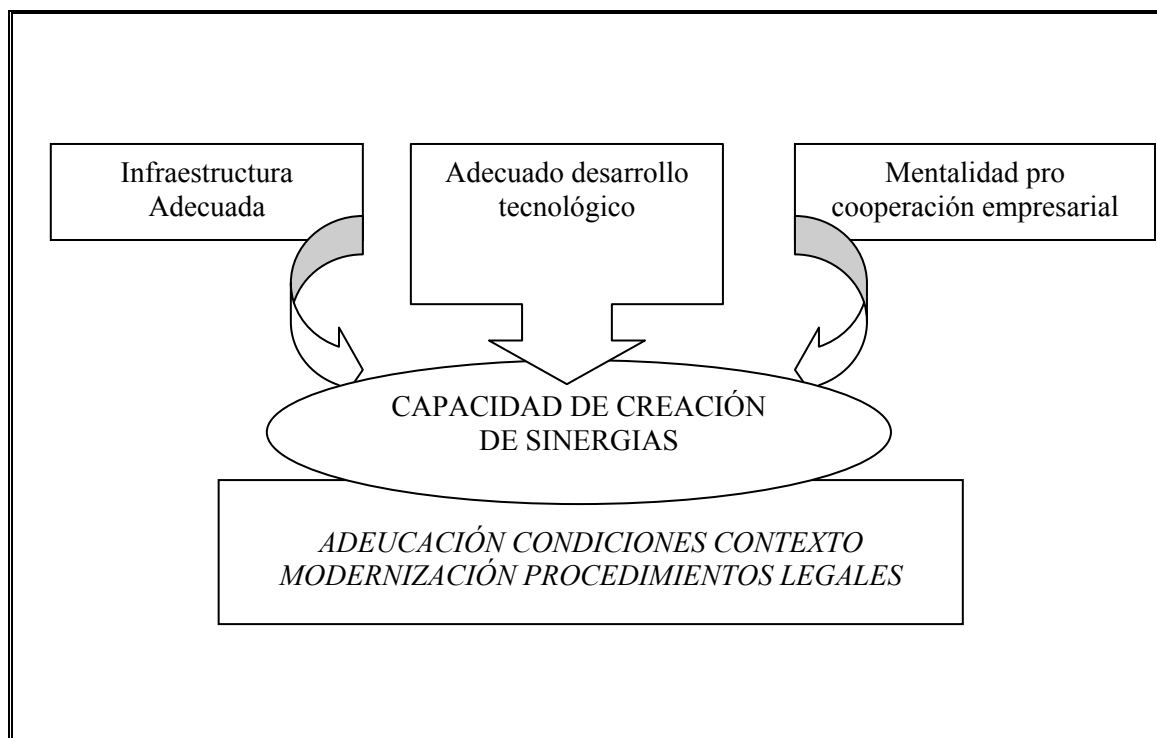
<p>NECESIDADES MACROECONÓMICAS</p> <p>Mejorar la imagen-país. Unificar esfuerzos de empresarios e Instituciones</p>	
<p>N E C E S I D A D E S M I C R O E C O N Ó M I C A S</p>	<p>INTANGIBLES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejora de aptitudes para la ampliación de mercados - Cambio de actitudes ante los mercados latinoamericanos - Reconocimiento del valor competitivo de los mercados - Asunción de la necesidad de ampliación de mercados
	<p>TANGIBLES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de los diversos mercados latinoamericanos - Diversificación y adaptación de productos a las demandas - Conocimiento de las legislaciones de L.A. en materia de importación - Mejora y ampliación de los canales de información - Creación de Dpto. de Internacionalización para seguimiento operaciones

Fuente: Elaboración propia

8.4.3. Necesidades de las Pymes latinoamericanas para mejorar sus condiciones de creación de sinergias

La capacidad de una empresa latinoamericana de poder generar sinergias está determinada por su desarrollo tecnológico y por su disponibilidad, tanto de mentalidad como de infraestructura.

Requisitos de las Pymes latinoamericanas para la creación de sinergias



Fuente: Elaboración propia

Se **requiere transferencia de tecnología y de formación** para poderse asociar con otra Pyme que le pueda ir transfiriendo poco a poco su know-how.

La empresa latinoamericana tiene presencia en el mercado local y su posicionamiento facilita la sinergia. Pero para crecer y proyectarse requiere transmisión de tecnología y formación del personal.

“Muchas veces es la tecnología de I+D como dar un poco si te vas a asociar, transferir, lo que más puede necesitar... a la hora de exportar y distribuir interesa mejorar su producto para que sea más competitivo... eso también significa formación de personal, mejorar la calidad de la mano de obra “. (C. Madrid)

Los productores latinoamericanos no son muy conocidos internacionalmente pues están eclipsados por grandes productores y empresas transnacionales. **Necesitan dar a conocer sus productos** y la calidad de su industria. La búsqueda de mercados, el posicionamiento y la internacionalización están poco desarrollados, requieren un impulso centrífugo.

Falta propaganda, falta conocimiento, es una lucha dura porque lamentablemente la gente no conoce lo que existe en Brasil y resulta duro y cuesta mucho que el empresario español acepte que Brasil es un buen lugar para instalarse.

Es muy importante **visitar ferias y ser conocidos** allí en espacios más o menos neutros de carácter puramente profesional.

En países como México, a pesar de su importancia dentro del mercado latinoamericano falta presencia de las Pymes en el proceso de internacionalización. Se requiere la incorporación de las pequeñas y medianas empresas a los mercados exteriores. Se trata de **procesar un cambio de mentalidad y de actitud** lo cual también **requiere un cambio de aptitudes y conocimientos**.

“Hay una asignatura pendiente... incorporar más pequeñas y medianas empresas a todo el proceso de internacionalización de la economía mexicana.” (MX)

Las pequeñas y medianas empresas son en general (cabe señalar que se exceptúan las de países como Chile, Argentina o Brasil) reacias a involucrarse en los procesos de internacionalización. Requieren de información y capacitación y de las herramientas que les ayuden a acceder a ello: **necesitan asistencia técnica** para poderse incorporar al proceso de internacionalización.

La asistencia técnica requerida por países como México, Perú y otros del área irían en un doble sentido: por una parte **asistencia técnica para la mejora del producto** y por otra para la **mejora de la gestión**.

En cuanto al producto la asistencia habrá de ir dirigida a mejorar los estándares de calidad, cumplir con las normativas internacionales, atender temas de diseño y de packing.

Requieren asistencia o las medidas para que adapten sus productos. Mejora de calidad, engloba cuestiones de diseño, de productividad, y en general de competitividad para que puedan venderlos, adecuar sus volúmenes y medidas a las normativas del mercado europeo.

Asistencia técnica necesaria para las Pymes latinoamericanas

- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA
- Y FORMACIÓN DEL PERSONAL
- CAMBIO DE ACTITUD POR CAMBIO
- DE MENTALIDAD
- CAMBIO DE APTITUDES
- POR TRANSFERENCIA DE KNOW HOW
- MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y
- LOS PRODUCTOS
- MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL
NACIONAL E INTERNACIONAL

Fuente: Elaboración propia

Respecto de la asistencia para la gestión se trata de temas de legislación, estándares europeos, mejora de los procesos para un aumento de la productividad y la competitividad. Saber cómo adecuarse a la demanda y desarrollar los procedimientos. En definitiva una asistencia de tipo consultoría.

“Debe saber que norma debe cumplir el bolígrafo en Europa para que yo lo pueda vender, tener una marca que diga CE, obtener el mercado, qué trámite tengo que cumplir...” (AR)

Asistencia para la producción y para la gestión

ASISTENCIA PARA LA PRODUCCIÓN	ASISTENCIA PARA LA GESTIÓN
Mejora de los estándares de calidad. Adecuación a estándares europeos. Mayor hincapié en packing y diseño. Mejora de la competitividad del producto. Cumplimiento de las normativas jurídicas internacionales.	Mejora de los procesos y desarrollo de nuevos procedimientos. Mayor adecuación a la demanda. Búsqueda de nuevos mercados internacionales. Mayor presencia en foros internacionales. Asesoramiento en temas de legislación.

- **NECESIDAD DE MODERNIZACIÓN DEL MARCO JURÍDICO Y LEGAL**
- **DOTACIONES ECONÓMICAS PARA LA MODERNIZACIÓN**
- **FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA ACOMETER LOS CAMBIOS**
- **EN ALGUNOS PAÍSES ES NECESARIO UN SOCIO LOCAL**

Fuente: Elaboración propia

En algunos países es **necesario también que se modernice el marco jurídico y la legislación local**. Es necesaria una reforma fiscal integral para la modernización del sistema y de la legislación laboral.

Siempre es necesario modernizar y adecuar la legislación local y todavía modernizar algunos sistemas fiscales, hacer una reforma de la legislación laboral así como modernizar la distribución de energía y todo el marco jurídico.

La situación económica de la región hace que el número de empresas con capacidad para la internacionalización sea muy limitado y se busca la presencia de empresas españolas que les doten de los medios necesarios pues **necesitan recursos económicos y financieros**. Las transformaciones para la internacionalización requieren de medios y fuentes de financiación.

Existen países como por ejemplo sucede con Perú, donde la red de pequeñas y medianas empresas tiene mucho para ofrecer especialmente en cuanto a materia prima

y estaría dispuesta a cualquier tipo de acuerdo comercial con empresas españolas para que aporte sus conocimientos y sus recursos económicos.

España tiene recursos económicos que permite dar financiación a las Pymes que buscan mercados pero se procura que hagan cooperación empresarial lo que puede traducirse en identificar una productora para asociarse, es decir, complementación entre Pymes españolas y peruanas.

Se trataría de empresas de tipo artesanal en muchos casos que habrían desarrollado estrategias de tipo solidarias impulsadas en muchos casos por el tercer sector.

Con una estructura preindustrial, desde la necesidad de subsistencia se busca transformar la producción con tecnología y estructura. Son proyectos de largo alcance que estarían en la búsqueda de las denominadas “rutas de salida” para colectivos poco visibles.

Para poder generar sinergias es **necesario tener un socio local** en algunos países como por ejemplo Brasil. Un socio que conozca el mercado y que cuente con reglas de distribución.

“Una de las exigencias para crear una empresa en Brasil es tener un socio local o por lo menos un representante local... es una exigencia legal, tiene que ser residente...” (BR)

En otros países como México o Perú no es un requisito. En México se tiene la percepción de que no es prioritario puesto que se parte de un preconcepción de mutuo conocimiento y afinidad y de relaciones personales anteriores por compartir parentesco dadas las inmigraciones que ha habido a lo largo de los últimos años.

9. CONCLUSIONES

La llegada de los inversores españoles en los inicios de los años noventa del siglo pasado representa uno de los fenómenos más importantes de la historia económica contemporánea de América Latina.

Tuvo un impacto positivo en términos de calidad, cobertura, precio y renovación de los servicios ofrecidos. También es cierto que la presencia española no ha sido ajena a inconvenientes que se encuadran más allá de la vertiente económica, y que se extienden al ámbito de la llamada economía débil: imagen, reputación corporativa y responsabilidad social.

De esta primera etapa inversora se recuerdan ciertas tensiones creadas con las agencias reguladoras, en ocasiones por tener una posición dominante de mercado que finalmente se subsanaron. En actuaciones más recientes se han producido alteraciones contractuales las cuales crearon en momentos puntuales una imagen algo controvertida que dio paso a críticas y antipatía hacia los inversores españoles, y propiciaron “anticuerpos” que habían sido tradicionalmente patrimonio de las grandes compañías estadounidenses.

En cuanto a la atonía inversora del período 2000-2005, ésta se ha visto reestablecida desde el inicio del 2006 como respuesta lógica a la recuperación y estabilidad económica. Nunca debió confundirse con una retirada de las posiciones en la región ni tampoco con una pérdida de interés por estos mercados, sino como la estrategia prudente ante el fin de un intenso y virtuoso ciclo inversor.

De las opiniones vertidas se desprende que:

- Las empresas españolas son conscientes de que entre los ciudadanos y los dirigentes políticos de muchos países de América Latina existe una gran “decepción social” sobre los resultados del proceso de privatización de empresas de servicios básicos.

- Muchas empresas creen que en muchos países de América Latina no se dan las condiciones básicas para que el acceso universal a los servicios públicos básicos pueda ser financiado por la iniciativa privada. En el caso de los países de mayor riesgo, las tasas de retorno exigidas por los accionistas de las empresas extranjeras inversoras pueden hacer que el nivel de tarifas sea políticamente inviable e insostenible.
- La financiación por el sector privado de las inversiones necesarias para aumentar significativamente la cobertura de los servicios es especialmente difícil en el sector de agua y saneamiento, debido principalmente a las cuantiosas inversiones requeridas y a la falta de cultura de pago de tales servicios.
- En una gran parte de los países, la inversión necesaria para la universalización de algunos servicios básicos tendrá que ser financiada (al menos parcialmente) con fondos del sector público o donaciones de terceros.
- La implantación de mecanismos de subvención a favor de usuarios de bajos ingresos es necesaria para permitir su acceso a los servicios básicos. Tales mecanismos, cuya gestión no está exenta de dificultades, deben articularse de forma que favorezca una “cultura de pago”.
- Se requiere estabilidad política y jurídica que garantice el cumplimiento de los contratos, mercados financieros que proporcionen financiación a largo plazo en moneda local a tipos de interés razonables o, alternativamente, mecanismos de cobertura de los riesgos de tipo de cambio.
- La gran mayoría de las empresas descartan la realización de inversiones en países con grandes problemas de seguridad ciudadana o inestabilidad política.
- Una mayor integración y armonización regulatoria, especialmente en Centroamérica, es percibida como una vía efectiva para lograr la “talla mínima” precisa para que las inversiones resulten viables.

Los gobiernos de América Latina y el Caribe han logrado atraer IED con relativo éxito, pero no han podido aprovechar plenamente sus beneficios debido a la falta de coherencia de las políticas y por existir dos visiones aparentemente encontradas de la IED y las operaciones de las empresas transnacionales: la visión Macroeconómica, y la Microeconómica o de desarrollo productivo.

A su vez, cada vez más, *todo viene a indicar que el progreso se encuentra condicionado por los propios países*, pues en la medida que adquieren mayores capacidades y destrezas en la administración nacional y un buen desempeño institucional, acompañado de un marco apropiado de seguridad jurídica, reforzado con políticas que afiancen la estabilidad macroeconómica en beneficio de un crecimiento sostenido, *crearán el círculo virtuoso que no dejará escapar cuotas de mayor bienestar colectivo*, desde un desarrollo más equilibrado y equitativo en cuanto a la distribución de las oportunidades y de la riqueza.

España es el país mejor valorado, por delante de Japón, EEUU o el conjunto de países de la Unión Europea. Con todo, su valoración ha empeorado ligeramente respecto a la de 2004, probablemente porque era difícil mantener el enorme entusiasmo mostrado en 2004 en comparación con el 2003 debido al cambio de gobierno en España.

La mejor opinión global sobre España se da en los países centroamericanos y Venezuela. Por el contrario, en México, Brasil y Bolivia es peor.

En cualquier caso, sea cual sea el país que manejemos, Juan Carlos I es el líder mundial mejor valorado y Rodríguez Zapatero se sitúa también entre los que tienen una imagen muy positiva.

Desde el 2003 la valoración que hacen los ciudadanos latinoamericanos de las relaciones entre España y su país han mejorado significativamente. En este aspecto, Chile es el país más entusiasta y, de nuevo, México y Brasil, lo son menos.

Cabe subrayar que la imagen de las inversiones españolas en la región ha mejorado significativamente respecto a 2003 y 2004. Si en dichos años el balance era negativo, en el 2005 es positivo. Sin lugar a dudas el cambio más significativo se produce en el caso de Argentina, que de ser el país más crítico en los dos primeros años, pasa a hacer una valoración muy positiva en 2005. (Otro tanto sucede en Ecuador, Bolivia, México o Perú aunque con menor intensidad.).

Actualmente existen ventajas coyunturales tanto para las grandes empresas españolas como para las Pymes que se derivan de condiciones de desarrollo económico propicias en la zona, entre las que destacamos:

- Estabilidad cambiaria
- Ventajas macroeconómicas
- Buenas condiciones laborales
- Ventajas arancelarias
- Beneficios debidos a Tratados con 3º países
- Condiciones jurídicas óptimas
- Mejora de la imagen de España como país productor
- Buen nivel de capacitación y formación
- Potencia interna de los mercados

El papel de las grandes empresas

El comercio y la internacionalización empresarial han venido de la mano de las grandes empresas.

Las Pymes españolas que han iniciado su internacionalización lo han hecho como resultado del efecto tractor, de la mano de las algunas grandes empresas destacadas que llegaron primero a los mercados latinoamericanos. Empresas de servicio, tecnológicas y de energía como las de telecomunicaciones, gas, agua, construcción o turismo que fueron acompañadas por Pymes que llegaron allí como subcontratistas de las grandes.

Hubo unos picos de inversión muy importantes en Latinoamérica cuando entraron los bancos y las industrias energéticas, cayendo luego como efecto de los procesos de privatización en muchos de los países receptores de la inversión.

El efecto arrastre podía haber sido mucho mayor según se desprende del discurso de los representantes de entidades de Comercio Internacional y Cámaras de Comercio. En estos países las empresas españolas no podían seguir creciendo y tenían que salir fuera para poder aprovechar las circunstancias de las privatizaciones que hubo.

Se empezó a hablar sobre el efecto arrastre que podía llevar a que luego sus proveedores se implantaran en esos países pero ese efecto arrastre no se ha producido; las fluctuaciones y los cambios acaecidos en América Latina hicieron que este efecto se viera abortado.

Por otra parte, las Pymes no estaban suficientemente preparadas para seguir a las grandes en este proceso. Las grandes empresas están siempre dispuestas y cuentan con la infraestructura necesaria para establecerse en cualquier país como parte de su estrategia. Sin embargo las Pymes no contaban con la estructura necesaria para hacerlo en el momento idóneo y luego, cuando pudieron, había cambiado el contexto económico y/o político en la región.

Entre grandes y pequeños empresarios se mantiene el interés por continuar con la actividad inversora, esto se hace especialmente patente para algunos de los países latinoamericanos (destacamos por su importancia a México, Brasil o Argentina).

Las pequeñas y medianas empresas en España así como en muchos países de Latinoamérica saben que no existe otra alternativa que la internacionalización y siempre aparece España como un país presente en un lugar privilegiado.

Las Pymes representan más de la mitad del tejido empresarial, si bien lógicamente su participación cuantitativa es mucho menor que la de las grandes empresas aunque sus efectos son múltiples y trascienden lo puramente comercial o económico.

Se percibe a las grandes empresas como inversoras, con una finalidad puramente lucrativa, que no toman en cuenta ni se preocupan por la situación del país destino de la inversión sino solamente de los beneficios que le pueden aportar. En cambio las Pymes son valoradas como colaboradoras, y aunque también buscan beneficios económicos estarían ayudando al crecimiento de la red local de Pymes y fortaleciendo el tejido empresarial del país al que llegan. Son consideradas como futuros “iguales”, mientras que a las grandes empresas se las valora siempre como extranjeras.

En la mayor parte de los países de América Latina la presencia de Pymes es muy escasa. En países como Perú, por ejemplo, la relación comercial está en manos casi exclusivas de las grandes empresas españolas. De hecho no se confirma la presencia de empresas medianas o pequeñas en esos mercados.

Cuando se trata de inversiones importantes en las que España tiene presencia destacada, tanto en las inversiones como en el comercio, son prácticamente sólo las grandes empresas las que participan.

Valoración de la situación actual

Las Pymes españolas no consideran en este momento a América Latina como zona geográfica prioritaria para el intercambio o como destino para la deslocalización. Tampoco es considerada la situación actual como ventajosa para la creación de sinergias entre las Pymes de ambas regiones.

Se estarían reorientando las inversiones hacia Europa del Este tanto por razones geográficas, por proximidad, como por los apoyos financieros comunitarios que esta área recibe y recibirá durante los próximos años.

Existen sectores específicos en que la comunidad idiomática y el alto grado de formación de la población en ciertos países latinoamericanos, permite y aconseja el desarrollo de actividades allí con un importante valor añadido. Esto sucede con las NT y las TIC, donde se mantiene e incluso crece, el interés por la inversión en la región.

Estos sectores con alto valor añadido requieren un personal cualificado y con buena formación académica y técnica, experiencia y capacidad de adaptación, cualidades éstas todas que están presentes entre los profesionales de muchos de los países latinoamericanos. La presencia de un sector de población con estas cualidades profesionales no se verifica en todos los países del área pero, aunque de forma desigual, sí estarían en países como Argentina, México, Panamá, Colombia y otros que permiten realizar estas actividades, generalmente desarrolladas por Pymes, con costes de explotación bajos y resultando atractivos para la creación de sinergias.

Entre los países latinoamericanos España es considerada un inversor privilegiado por la proximidad histórica y afectiva, aunque actualmente existan otros países con quienes comparten acuerdos regionales que gozan de una mejor posición competitiva, como sucede entre los países del MERCOSUR por ejemplo, encabezando siempre Estados Unidos la lista de inversores, antes que cualquier otro país de la UE, incluyendo a España. Sin embargo, cuando se trata de grandes inversores son las empresas españolas las que encabezan la inversión extranjera en gran parte de los países latinoamericanos.

Existen cerca de dos mil empresas españolas con presencia y capacidad de inversión, interesados en los mercados latinoamericanos que se asocian con empresas locales formando diversas asociaciones empresariales ya sea por cooperación, franquiciado, distribución local o inversión con socio local.

El papel de las Pymes

La creación de sinergias entre Pymes es valorada por todos como imprescindible para que el proceso de internacionalización empresarial pueda consolidarse.

Existen algunos sectores de producción ligados tradicionalmente a la empresa familiar (sector agroalimentario) que podrían más fácilmente encontrar sus homónimas en los países de Latinoamérica, si bien es preciso abordar el problema financiero que tienen estas últimas para cumplir con los requerimientos de la importación.

Exceptuando los grandes países productores de América Latina con los cuales ya existe un flujo importante de comercio, el aumento de la internacionalización de las Pymes es valorado como el motor para la creación de riqueza y de infraestructura comercial en los países del área.

El proceso de internacionalización entre las Pymes desemboca casi siempre en la creación de sinergias con empresas locales. Generalmente el proceso cuenta con una fase inicial de búsqueda de clientes en destino, una búsqueda de distribuidor local que pueda ser importador de productos para distribuir hasta desembocar en una segunda fase denominada de internacionalización, en la cual se produce en el propio país.

En los casos en que se requiere un servicio técnico posterior se suele necesitar un socio local que esté en el sector, que conozca el mercado y que pueda distribuir y vender sus productos a la vez que prestar el servicio técnico a los clientes.

La mayoría de las Pymes que se instalan en América Latina lo hacen para desarrollar un producto de cara al mercado local, más que como estrategia de deslocalización de producción. Otros lo hacen para potenciar su capacidad de maniobra aprovechando la posición del país en la zona como en el caso de Brasil y su papel dentro del MERCOSUR. La instalación de las empresas se haría para poder desde ahí salir hacia el resto de los mercados sudamericanos.

Cabe destacar que cuando se habla de sinergias entre Pymes se da por sobreentendido de que el know-how provendrá de España. Sólo en algunos casos, como Argentina y Brasil, se admite la posibilidad de que empresas españolas se instalen allí para impregnarse de conocimientos desarrollados por éstos.

Para poder llevar a cabo un intercambio simétrico win to win, la presencia de Pymes locales es determinante en la creación de sinergias recíprocas, cosa que existe únicamente en países como México, Brasil o Argentina si bien aún en estos, falta una estructura que les agrupe o represente.

Las Pymes latinoamericanas requieren para la creación de sinergias de:

- Asistencia técnica
- Mejora de los Procesos de Producción y de Gestión
- Modernización de Procedimientos
- Capacitación en actitudes y aptitudes para la cooperación
- Infraestructura adecuada
- Desarrollo tecnológico y formación del personal
- Transferencia de know how

Es necesario que estas empresas cuenten con las fuentes de financiación necesarias y un marco legal más plástico capaz de adaptarse con agilidad a los requisitos para la internacionalización de la producción y el intercambio comercial.

El desarrollo tecnológico y la formación del personal han de ir dirigidos en el sentido de la asistencia para la producción y para la gestión.

Para la producción:

- Mejora de los estándares de calidad.
- Adecuación a estándares europeos.
- Mayor hincapié en packing y diseño.
- Mejora de la competitividad del producto.
- Cumplimiento de las normativas jurídicas internacionales.

Para la gestión:

- Mejora de los procesos y desarrollo de nuevos procedimientos.
- Mayor atención a la demanda de los mercados.
- Búsqueda de nuevos mercados internacionales.
- Mayor presencia en foros internacionales.
- Asesoramientos en temas jurídicos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALLOZA, Ángel y NOYA, Javier. “Capital disonante: La imagen de las inversiones españolas en América Latina”. Documento de trabajo. No. 6. Real Instituto Elcano, Madrid, 2004.
- ALONSO, José Antonio (dir.). “*Lecciones sobre economía mundial*”. Madrid: Editorial Thomson Civitas, 2003.
- ARAHUETES, Alfredo y CASILDA BÉJAR, Ramón. *Inversión extranjera directa en América Latina: Las perspectivas de los principales inversores*. Bidirela, Madrid, 1998.
- ARAHUETES, Alfredo y CASILDA BÉJAR, Ramón. “Spain”. En: Vodusek, Z (ed.) *Foreign direct investment in Latin America. The role of European investors*. BID. París, Washington, 2004.
- BULMER-THOMAS, V. “*La historia económica de América Latina desde la Independencia*”, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1998.
- CARDOSO, E. y HELWEGE, A. “*La economía latinoamericana. Diversidad, tendencias y conflictos*”, Fondo de Cultura Económica, México, 1992.
- CASILDA BÉJAR, Ramón. “*El futuro de las empresas españolas en MERCOSUR*”. Revista Economía Exterior. No. 7 Madrid. (1999).
- CASILDA BÉJAR, Ramón (Coord.). *Revista ICE*. No. 799: “*Empresas multinacionales españolas*” Secretariado de Estado de Comercio y Turismo, Ministerio de Economía. Madrid, Abril-mayo 2002.
- CASILDA BÉJAR, Ramón. “*La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000*”. Madrid: Universidad de Alcalá, 2002.
- CASILDA BÉJAR, Ramón (Coord.). “*Monográfico Brasil*”. Revista ICE. No. 810: Madrid: Secretariado de Estado de Comercio y Turismo, Ministerio de Economía. Octubre-Noviembre 2003.
- CALDERÓN, Álvaro y CASILDA BÉJAR, Ramón. “*La estrategia de los bancos españoles en América Latina*”. Revista de la CEPAL .Santiago de Chile, 2000.
- CALDERÓN, Álvaro y CASILDA BÉJAR, Ramón. “*Grupos financieros españoles en América Latina: Una estrategia audaz en un difícil y cambiante entorno europeo*”. Cuadernos de CEPAL. Serie desarrollo productivo.No. 59 . Santiago de Chile,1999.
- CEPAL. *Informe de la inversión extranjera directa en América Latina. 2000, 2001, 2002, 2003 y 2004*. Santiago de Chile.
- CEPAL, “*The Equity Gap. Latin America, The Caribbean and the Social Summit*”, Cepal, Santiago de Chile, 1997.
- CEPAL, “*Panorama social de América Latina 1997*”, Cepal, Santiago de Chile, 1998.

- CEPAL, “*Panorama social de América Latina 1998*”, Cepal, Santiago de Chile, 1999.
- CEPAL, “*Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe*”, Cepal, Santiago de Chile, 1999.
- DE LA DEHESA, Guillermo. “Balance de la economía española en los últimos veinticinco años”. *Revista Información Comercial Española*. No. 811 (diciembre de 2003). Ministerio de Economía.
- DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO E INVERSIONES. “*Flujos de inversiones exteriores*”. Boletín de Inversiones Exteriores, Ministerio de Economía. Madrid, 2000, 2001, 2002 y 2003.
- DORNBUSH, R. y EDWARDS, S. “*Macroeconomía del populismo en la América Latina*”, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1992.
- Encuestas de *Latinbarómetro*, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005.
- GIRADLES Pidal, Elena. “*La internacionalización de las empresas españolas en América Latina*”. Madrid: CES, 2002.
- ICEX. “*Las inversiones exteriores directas durante 2003*”. Boletín Económico. No. 2801 (abril de 2004). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- ICE. “*Flujos de inversiones exteriores directas durante 2004*”. Boletín Económico. No. 2826 (diciembre de 2004). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Internacionalización e inversiones directas de las empresas españolas en América Latina 2000-2004. 75 Número 5, 2005.
- INFORME del BBVA.
- LANDES D.S.- “*La riqueza y la pobreza de las naciones*”, Crítica, Barcelona, 1999.
- LASAGNA, M y CARDENAL, A.S. “*Desarrollo y reforma política en América Latina: la agenda pendiente*”, en *Instituciones y Desarrollo* 1, pp.103-142.1998.
- LOAYZA, N. (s/f.), “*The economics of the Informal Sector. A Simple Model and Some Empirical Evidence from Latin America*”, Policy Research Working Paper 1727, Banco Mundial.
- Memoria Anual de SCH, BBVA, Iberdrola, Telefónica, Endesa, Repsol YPF, Mapfre, Aguas de Barcelona, Ferrovial, Inditex, OHL y Sol Meliá. Años 2001, 2002, 2003 y 2004, 2005.
- MADDISON, A. (1992), “*The Political Economy of Poverty, Equity, and Growth. Brazil and Mexico*”, World Bank y Oxford University Press, Washington y New York.
- PNUD – “*Informe del Desarrollo Humano 1998*”, Mundi-prensa, Madrid, 1998.
- PRATS I CATALÀ, J . “*La reforma de los legislativos en América Latina. Un enfoque institucional*”, Pnud-Esade-tirant lo blan, Valencia, 1997.

- SEBASTIÁN, Miguel. *“España y Latinoamérica: Hacia un futuro en común”*. Lisboa: Oficina Económica del Presidente, mayo de 2004.
- SECRETARÍA PERMANENTE DEL SELA. *“Inversiones extranjeras directas en América Latina y el Caribe, 2000.”* Caracas, 2001.
- UNCTAD. *“Informe de la Inversión Extranjera Directa. 2001, 2002, 2003”*. Santander Central Hispano Bolsa. Informe sobre inversión neta extranjera de las empresas españolas en Latinoamérica. Madrid, 2003.
- THORP, R. *“Progreso, pobreza y exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX”*, BID, Washington., 1998.
- VELÁZQUEZ, Francisco J. *“Inversión extranjera y empresas Multinacionales”*. En: Yáñez C., Abbott F., y Matus M. - "La paradoja de Aquiles y la tortuga: analfabetismo y desarrollo en América Latina durante el siglo XX".

ANEXO

A. Indicadores económicos en países de América Latina (Millones de dólares)

Indicadores Económicos	Argentina	Brasil	México	Chile	Venezuela	Colombia	Ecuador
PIB per cápita	3.915/ 2004	3.325/ 2004	<u>6.494</u> 2004	5.903/ 2004	4.175/ 2004	2.149/ 2004	2.326/ 2004
Crecimiento del PIB(05/06)	9%/ 2004	4,9%/ 2004	4,4%/ 2004	6,1%/ 2004	<u>17,9%</u> 2004	4,1%/ 2004	6,9%/ 2004
Tasa de apertura	39,68%/ 2003	28,62%/ 2002	57,57%/ 2003	66,14%/ 2003	37,43%/ 2003	43,05%/ 2003	51,98%/ 2003
Importaciones/PIB	14,46% 2003	13,42%/ 2002	29,61%/ 2003	30,84%/2 003	12,63%/ 2003	23,92%/ 2003	27,83%/ 2003
Exportaciones/PIB	25,22% 2003	15,59%/ 2003	27,96%/ 2003	35,3%/ 2003	24,8%/ 2003	19,12%/ 2003	24,15%/ 2003
Crecimiento importaciones	<u>40,93%</u> 2003	-14,48% 2002	1,38% 2003	9,9% 2003	-33,2% 2003	12,01 2003	0,98% 2003
Balanza comercial	10,76% 2003	1,78% 2002	-1,64% 2003	4,45% 2003	<u>12,17%</u> 2003	4,8% 2004	-3,67% 2003
Inflación (05/06)	4,4% 2004	6,6% 2004	4,7% 2004	1,1% 2004	21,7% 2004	5,9% 2004	2,7% 2004
Inversión Deuda Extranjera	35.100 2003	128.425 2003	<u>165.904</u> 2003	46.843 2003	34.241 2003	19.062,7 2003	11.240,4 2003

Indicadores económicos	Perú	El Salvador	R. Dominicana	C. Rica
PIB per cápita	2.492 2004	2.335 2004	2.191 2004	4.361 2004
Crecimiento del PIB(05/06)	4,8% 2004	1,5% 2004	2% 2004	4,2% 2004
Tasa de apertura	35,3% 2003	68,44% 2003	<u>97,2%</u> 2003	92,89%/ 2003
Importaciones/PIB	18,02% 2003	41,86% 2003	44,44%/ 2003	<u>47,34%</u> 2003
Exportaciones/PIB	17,27% 2003	26,57% 2003	<u>52,77%</u> 2003	45,54% 2003
Crecimiento importaciones	11,81% /2003	6,25% 2003	-3,61% 2003	4,99% 2003
Balanza comercial	-0,75% 2003	-15,29% 2003	8,33% 2003	-1,8% 2003
Inflación (05/06)	3,7% 2004	5,4% 2004	<u>51,5%</u> 2004	12,3% 2004
Inversión Deuda Extranjera	12.475 2003	2.616,5 2003	7.520 2003	6.908,8 2003

Fuente: Directorio Consejo de Cámaras de Comercio-2006

B. Relación del “PIB per cápita” en países de América Latina- Año 2004 (Millones de Dólares)

1.-México	6.494
2.-Chile	5.903
3.-Costa Rica	4.361
4.-Venezuela	4.175
5.-Argentina	3.915
6.-Brasil	3.325
7.-Perú	2.492
8.-El Salvador	2.335
9.-Ecuador	2.326
10.-Rep.Dominicana	2.191
11.- Colombia	2.149

Fuente: Elaboración propia, según el informe del Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior.

C. Exportaciones a países de Latinoamérica según CCAA -año 2006 (Miles de Euros)

COMUNIDAD AUTÓNOMA	VALOR DE LAS OPERACIONES
Cataluña	2.514.252
País Vasco	1.766.339
Andalucía	1.591.100
Madrid	1.404.845
Com. Valenciana	1.264.724
Navarra	402.516
Murcia	274.425
Baleares	238.450
Asturias	209.664
Castilla-León	200.986

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior.

D. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 1

COMUNIDAD EXPORTADORA	PRINCIPALES RECEPTORES	PRINCIPALES SECTORES EXPORTADORES
1º CATALUÑA	México	Vehículos, tractores y accesorios. Calderas, máquinas y artefactos mecánicos. Maquinaria electrónica, imagen/sonido, accesorios. Prendas de vestir, complementos y accesorios. Filamentos sintéticos. Bebidas y licores. Papel y cartón. Plásticos y manufacturados. Combustible vegetal.
	Brasil	Reactores, calderas y maquinarias. Vehículos y tractores, accesorios automovilísticos. Productos editoriales, planos y textos. Plásticos, Vidrio, Hierro y Acero manufacturados. Filamentos sintéticos. Abono, productos químicos.
	Argentina	Vehículos, tractores y accesorios automovilísticos. Vehículos, automóviles y accesorios. Reactores nucleares, calderas y maquinarias. Productos editoriales y prensa. Plásticos, papel y cartón. Juegos y juguetes. Instrumentos de óptica y fotografía. Corcho y derivados. Máquina y aparatos de imagen y sonido.
	Cuba	Reactores, calderas / maquinarias. Plásticos, extractos y tintes. Preparados alimenticios. Bebidas y licores. Aceites esenciales. Productos de cerámica.
	Chile	Productos editoriales. Reactores, máquinas y aparatos eléctricos. Aparatos de óptica. Vehículos y tractores, accesorios. Aparatos de imagen y sonido. Productos cerámicos. Papel y cartón y derivados manufacturados. Plásticos y manufacturados.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

E. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 2

COMUNIDAD EXPORTADORA	PRINCIPALES RECEPTORES	SECTORES SIGNIFICATIVOS
2º PAIS VASCO	México	Combustibles minerales. Fundición de Hierro y Acero. Maquinas electrónicas y aparatos de imagen y sonido. Vehículos, tractores y accesorios. Combustibles. Vidrio, cerámica, plásticos, caucho y sus derivados manufacturados. Bebidas y licores.
	Cuba	Maquinas eléctricas y aparatos de imagen y sonido. Productos químicos inorgánicos. Plásticos y manufacturados. Fundición de Hierro y Acero. Herramientas y cuchillería. Muebles.
	Brasil	Máquinas y aparatos. Aeronaves, vehículos y accesorios. Papel y cartón y manufacturados. Hierro y acero manufacturados. Caucho manufacturado. Pasta de celulosa.
	Ecuador	Barcos. Pescados y crustáceos. Reactores y calderas. Maquinas eléctricas y aparatos de imagen y sonido. Extractos y tintes.
	Chile	Reactores y calderas. Maquinas eléctricas y aparatos de imagen y sonido. Hierro y Acero manufacturados. Fundición de Hierro y Acero. Residuos y desperdicios de la industria alimentaria. Herramientas.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

F. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 3

COMUNIDAD EXPORTADORA	PRINCIPALES RECEPTORES	SECTORES SIGNIFICATIVOS
3º ANDALUCÍA	México	Grasas y aceites. Preparados de hortalizas y frutas. Bebidas y licores. Productos químicos. Mueles. Calderas. Artículos de cuero y piel. Vestidos. Papel y cartón y manufacturados.
	Panamá	Preparados de hortalizas. Grasas alimenticias. Frutas y comestibles. Azucares. Bebidas y licores. Plásticos y manufacturados.
	Brasil	Grasas y aceites. Combustibles minerales. Plásticos y manufacturas. Fundición de hierro y acero. Vehículos y tractores y accesorios. Yeso, cemento y manufacturas de piedra.
	Venezuela	Grasas y aceites. Colorantes. Productos manufacturados de Hierro y Acero. Maquinas eléctricas y aparatos de imagen y sonido. Instrumentos ópticos. Bebidas y licores.
	Colombia	Grasas animales. Carnes y despojos comestibles. Extractos y tintes. Algodón. Fundición de hierro y acero.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

G. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 4

COMUNIDAD EXPORTADORA	PRINCIPALES RECEPTORES	SECTORES SIGNIFICATIVOS
4º MADRID	México	Reactores, calderas y maq. Productos editoriales y prensa. Máquinas y aparatos de imagen y sonido. Productos químicos orgánicos. Productos farmacéuticos. Aceites esenciales. Plástico, caucho y manufacturados. Manufacturas de cuero. Prendas y complementos de vestir y punto.
	Cuba	Reactores, calderas maquinaria y aparatos. Maquinaria y aparatos de imagen y sonido. Instrumentos de óptica y fotografía. Vehículos y accesorios. Plásticos y manufacturados. Extractos y tintes, diferentes productos químicos.
	Chile	Reactores y calderas y maquinas y aparatos. Máquinas y aparatos de imagen y sonido. Vehículos y accesorios. Prendas y complementos. Productos editoriales y de prensa. Caucho y manufacturados. Plásticos y manufacturados. Accesorios y complementos.
	Brasil	Reactores y calderas. Productos químico inorgánicos. Caucho y manufacturados. Prendas y complementos. Maquinas y aparatos eléctricos, imagen y sonido. Productos editoriales. Papel y carbón y manufacturados. Plásticos manufacturados. Productos farmacéuticos.
	Argentina	Reactores y calderas, maquinas y aparatos. Mat. eléctrico, imagen y sonido. Productos editoriales y de prensa, papel y pasta de celulosa. Caucho manufacturado. Prendas de vestir y complementos.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

H. Destino y Contenido de las exportaciones a Latinoamérica según CCAA - Tabla 5

COMUNIDAD EXPORTADORA	PRINCIPALES RECEPTORES	SECTORES SIGNIFICATIVOS
5ª COMUNIDAD VALENCIANA	México	Productos cerámicos. Algodón. Calzado y accesorios. Calderas y maquinarias. Juegos y juguetes. Muebles. Construcciones prefabricadas. Manufactura de piedras y yeso. Fibras sintéticas. Filamentos sintéticos
	Brasil	Maquinarias y aparatos mecánicos. Maquinas y aparatos eléctricos, imagen y sonido. Productos cerámicos. Extractos curtientes y tintes. Plásticos y cauchos y manufacturados. Productos químicos orgánicos. Sal, azufre, cemento y cales. Gomas y resinas. Preparados para perfumería.
	Argentina	Vehículos automóbiles. Maquinas y aparatos, reactores y calderas. Productos cerámicos. Algodón. Extractos curtientes y tintes. Productos químicos orgánicos. Plásticos. Manufacturados metal.
	Venezuela	Extractos curtientes y tintes. Productos cerámicos. Calderas y maquinarias. Vehículos y material para vías férreas. Aparato y material eléctrico, imagen y sonido. Calzados y accesorios. Algodón. Plásticos.
	Cuba	Plásticos y manufacturados. Reactores nucleares y calderas. Máquinas y aparatos de imagen y sonido. Productos cerámicos. Manufacturados de hierro y acero. Madera, carbón vegetal y madera manufacturados. Productos químicos inorgánicos.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

I. Importaciones de Latinoamérica a España. Principales países. Año 2006

PAÍSES ORIGEN IMPORTACIÓN	VALOR DE LAS OPERACIONES
México	1.919.271
Brasil	1.364.207
Venezuela	1.302.705
Argentina	1.044.917
Chile	769.869
Perú	399.894
Colombia	372.724

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior.

J. Principales destinos de las importaciones latinoamericanas según CCAA -Año 2006

IMPORTACIONES DE MÉXICO	DE BRASIL	DE VENEZUELA	DE ARGENTINA	DE CHILE
Galicia	Cataluña	Andalucía	Cataluña	Andalucía
Murcia	Asturias	Madrid	Andalucía	País Vasco
Cataluña	C.Valenciana	Cataluña	Galicia	Cataluña
Madrid	País vasco	C.Valenciana	Murcia	Madrid
País vasco	Madrid	País Vasco	C.Valenciana	Galicia

Fuente: Elaboración propia

K. Importaciones de Latinoamérica a España según CCAA año 2006. (Miles de Euros)

COMUNIDAD AUTÓNOMA	VALOR DE LAS OPERACIONES
Cataluña	3.230.268
Madrid	2.703.948
Andalucía	2.012.285
Galicia	1.929.037
C.Valenciana	1.153.518
País Vasco	1.014.914
Murcia	881.415
Baleares	717.335
Asturias	646.624
Canarias	416.695
Castilla- La Mancha	130.354

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de ComercioExterior.

L. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA -***Tabla 1***

COMUNIDAD IMPORTADORA	PAÍSES DE ORIGEN	SECTORES SIGNIFICATIVOS
1º CATALUÑA	Brasil	Residuos y desperdicios de la Ind. Alimentaria. Alimentos para animales. Frutas comestibles. Prendas y complementos de vestir. Aparatos de imagen y sonido. Vehículos y automóviles. Calderas, máquinas y accesorios. Manufacturados de hierro y acero.
	Argentina	Residuos y desperdicios de la Ind. Alimentaria. Vehículos, automóviles y tractores. Aparatos y material eléctrico, imagen y sonido. Calderas, máquinas y aparatos mecánicos. Hierro y acero manufacturados. Prendas y complementos. Accesorios de vestir. Lana e hilados.
	México	Combustibles minerales y aceites. Productos químicos orgánicos. Bebidas y licores. Caucho y plásticos manufacturados. Prendas y accesorios de vestir. Reactores, calderas y maquinarias. Aparatos y material eléctrico. Imagen y sonido. Instrumentos de óptica. Arte y antigüedades.
	Venezuela	Combustibles minerales y aceites. Aluminio y manufacturado. Pescado y crustáceos. Fundición, hierro y acero.
	Paraguay	Semillas y frutos oleaginosos. Madera y carbón vegetal. Mobiliario.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

M. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA -**Tabla 2**

COMUNIDAD IMPORTADORA	PAÍSES DE ORIGEN	SECTORES SIGNIFICATIVOS
2º MADRID	México	Arte, antigüedades. Instrumentos óptica y fotografía. Reactores, calderas, máquinas. Bebidas y licores. Hortalizas, plantas y tubérculos alimenticios. Prensa y productos editoriales. Combustibles minerales. Productos químicos org. Productos farmacéuticos. Cobre manufacturas. Máquinas y aparatos eléctricos de imagen y sonido. Vehículos y automóviles. Perlas finas y piedras preciosas. Prendas y complementos.
	Venezuela	Combustibles minerales. Pescados crustáceos. Plásticos manufacturados. Fundición de hierro y acero. Frutas comestibles. Bebidas y licores.
	Brasil	Papel y cartón, pasta celulosa. Calzado y partes. Calderas, máquinas y tractores. Aparatos imagen y sonido. Vehículos y automóviles. Instrumentos óptica y fotografía. Fundición hierro y acero. Plástico, cobre y sus manufacturados. Madera y carbón vegetal. Té, café y yerba mate y especias. Frutos comestibles. Carne y despojos comestibles. Pescados y crustáceos.
	Chile	Pescado y crustáceos. Frutos alimenticios. Cobre y manufacturados. Objetos de arte y colección. Vehículos y material para vía férrea. Papel y cartón. Manufacturados de madera y cartón vegetal. Residuos y despojos alimenticios. Carne.
	Argentina	Residuos y desperdicios de la Ind. Alimenticios. Alimento para animales. Carne y despojos alimenticios. Frutos comestibles. Cereales. Pescado y crustáceos. Manufactura de cuero. Artículos de talabartería. Productos editoriales y textos. Fundición de hierro y acero. Vehículos, automóviles, aeronaves.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

N. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA -***Tabla 3***

COMUNIDAD IMPORTADORA	PAÍSES DE ORIGEN	SECTORES SIGNIFICATIVOS
3º ANDALUCÍA	Venezuela	Combustibles minerales y aceites. Fundición hierro y acero. Bebidas y licores. Pescados y crustáceos. Vidrio y manufacturas.
	Chile	Semillas oleaginosas. Muebles. Minerales meta-líferos. Fundición hierro y cero. Madera, carbón vegetal y manufactura. Pasta de madera y fibras celulósicas. Papel y cartón para reciclar. Preparados de carne y pescado. Frutos comestibles. Pescado y crustáceos. Hortalizas.
	Argentina	Residuos y desperdicios de la Ind.Alimentaria. Minerales metalíferos. Pescado y crustáceos. Cereales. Hortalizas. Frutos comestibles. Muebles. Aparatos de alumbrado. Juegos.
	Panamá	Pescado y crustáceos. Barcos y artefactos flotantes. Plásticos manufacturados. Frutos, bebidas y licores.
	México	Combustibles minerales y aceites. Máquinas y aparatos eléctricos y sus partes. Imagen y sonido. Muebles. Calderas, máquinas y artefactos mecánicos. Manufacturas de fundición de hierro y acero. Hortalizas.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

O. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA -**Tabla 4**

COMUNIDAD IMPORTADORA	PAÍSES DE ORIGEN	SECTORES SIGNIFICATIVOS
4º GALICIA	México	Combustibles minerales y aceites. Vidrio y manufacturas. Prendas y complementos de vestir.
	Argentina	Pescado y crustáceos. Residuos y desperdicios de la Ind. Alimentaria. Madera y carbón vegetal. Manufactura de cuero y talabartería. Frutos comestibles. Carne y despojos comestibles. Preparados de carne. Plástico y manufacturados.
	Venezuela	Combustibles minerales. Aluminio y manufacturados. Pescados y crustáceos. Sal, azufre, tierras y piedras.
	Brasil	Madera y carbón vegetal. Sal, azufre. Minerales metalíferos. Fundición de hierro y acero. Pescados y crustáceos. Manufacturas de piedra y yeso. Prendas y complementos de vestir. Frutos comestibles.
	Panamá	Pescados y crustáceos. Grasas y aceites animales. Barcos y demás artefactos flotantes.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior

P. Origen y Contenido de las importaciones desde Latinoamérica según CCAA -***Tabla 5***

COMUNIDAD IMPORTADORA	PAÍSES DE ORIGEN	SECTORES SIGNIFICATIVOS
5° COMUNIDAD VALENCIANA	Venezuela	Combustibles minerales y aceites. Pescado y crustáceos. Frutas comestibles. Pieles, cueros. Fundición hierro y acero.
	Brasil	Cereales. Madera, carbón vegetal y manufact. madera. Calzado. Manufactura de piedra y yeso. Fundición de hierro y acero. Calderas, máquinas y aparatos. Muebles. Vidrio y manufacturas. Pieles y cuero. Sal, azufre, tierra y piedras. Preparado de hortalizas. Preparado de carne. Carne y despojos comestibles.
	México	Reactores, calderas, máquinas y aparatos mecánicos. Combustibles minerales. Hortalizas y plantas. Productos químicos inorgánicos. Plásticos y manufacturados. Vehículos y automóviles.
	Argentina	Madera y carbón vegetal. Carne y despojos comestibles. Pescados y crustáceos. Leche y productos lácteos. Hortalizas y plantas. Frutos comestibles. Cereales. Semillas y frutas oleaginosas. Pieles y cueros. Calzado. Fundición de hierro y acero
	Chile	Productos químicos inorgánicos. Pescados y crustáceos. Madera y carbón vegetal. Pasta de madera. Papel y cartón. Frutos comestibles. Carne y despojos. Abonos. Muebles.

Fuente: Consejo de Cámaras de Comercio- Base de datos de Comercio Exterior.