

## Resumen

España, luego de un amplio y extenso proceso de inversión extranjera directa en Latinoamérica, puede decirse que verdaderamente cuenta con empresas multinacionales de primer nivel, que han transformado el panorama de los mercados latinoamericanos, viéndose estos altamente modificados en su estructura, beneficiándose en cuanto a la incorporación de nuevos servicios, productos, tecnologías y técnicas de gestión. En este escenario, los dos grandes bancos junto con las más destacadas empresas de electricidad, gas, petróleo, telecomunicaciones, seguros y concesiones, se convirtieron en actores centrales, mejorando y modernizando ampliamente estos sectores, con efectos directos sobre un mayor nivel de competencia y perfeccionamiento de los mercados. Este trabajo describe el proceso, las características y los fundamentos de la internacionalización de la empresa española desde la perspectiva inversora en Latinoamérica, así como el contexto que lo hizo posible y la situación actual.

*Palabras clave:* internacionalización, Latinoamérica, consenso de Washington, inversión extranjera directa, marca España.

## Abstract

Spain, after an extensive and wide process of foreign direct investment in Latin America, counts today with leading multinational companies that have transformed the landscape of Latin American markets by having prominently shaped their structure benefiting the region with the incorporation of new services, products, technologies and management skills. In this scenario, the two main banks and the leading companies including utilities, oil and gas telecommunications, insurance and concessionaires have turned into central players in improving and widely modernizing these sectors, which has had direct effects on reaching a higher level of competition and in refining of these markets. This paper describes the process, characteristics and fundamentals of the internationalization of the Spanish companies as foreign investors in Latin America, the context that made it possible and the current situation.

*Key words:* internationalization, Latin America, the Washington consensus, foreign direct investment, brand Spain.

*JEL classification:* F21, F23, O54.

# LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS DESDE LA PERSPECTIVA INVERSORA EN LATINOAMÉRICA

Ramón CASILDA BÉJAR

*Instituto de Estudios Bursátiles*

## I. QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS EXTRANJERAS EN LATINOAMÉRICA

EN el caso de Latinoamérica se observa que las empresas extranjeras se centran en la búsqueda de mercados y de recursos naturales, así como en la fabricación de producción con bajos costes para exportar a terceros países. Por ejemplo, la inversión extranjera directa (IED) en busca de mercados se expandió por toda la región, pero concretamente en busca de recursos naturales, se ha concentrado especialmente en América del Sur, y aquellas otras cuyo objetivo era la fabricación de manufacturas lo han hecho preferentemente en México y países centroamericanos.

Aunque algunas empresas multinacionales han establecido centros de excelencia mundiales de servicios o tecnología en la región, sus inversiones no han sido un destino importante en busca de activos estratégicos tecnológicos. La correspondencia entre las diferentes estrategias de inversión extranjera directa en la región no es lineal. De hecho, ha existido un incremento de inversión en busca de recursos naturales en América del Sur, donde también se encuentran filiales que producen determinadas líneas de productos para el mercado global (Comisión Económica para América Latina y el Caribe –CEPAL–, 2008).

Para explicar la estrategia de la IED y el establecimiento de filiales en el exterior, las ventajas adicionales son decisivas, sobre todo para aquellas en busca de mercados donde la eficiencia adquiere una mayor relevancia respecto a otros modos de entrada. Las ventajas de la localización o las ventajas específicas del país, son importantes para explicar el ámbito geográfico preciso de la expansión internacional de toda empresa (Dunning y Narula, 1996).

Actualmente, la empresa multinacional basa su estrategia inversora en la tecnología y potencialidad del conocimiento y de la información. La tecnología, el conocimiento y la información representan activos fácilmente transferibles y ello favorece su competitividad, crecimiento y expansión internacional. Entonces, podemos preguntarnos, ¿qué buscan las empresas extranjeras en Latinoamérica? (cuadro n.º 1).

La inversión extranjera directa hacia Latinoamérica y el Caribe registraba un crecimiento sin precedentes, pasando de 9.200 millones de dólares en 1990 a los 86.467 millones durante 1999, disminuyendo desde entonces hasta que repuntaron hasta los 46.137 en 2003, para más que duplicarse en 2005 con 103.663 millones, alcanzar un máximo de 126.730 en 2006 (incluidas las ETVE) (1), y 105.900 millones en 2007, cifras

CUADRO N.º 1

**QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS EXTRANJERAS EN LATINOAMÉRICA**

- Activos estratégicos y materias primas
- Mercados internos o cercanos
- Eficiencia mediante mano de obra barata
- Menores costos de factores, principalmente salarios
- Localización y predominio de plataformas de exportación de bajo coste, con mercados frontera (México, Estados Unidos)
- Acuerdos comerciales con los principales mercados del mundo, en particular el TLCAN

Fuente: CEPAL, 2015.

estas últimas que no se encuentran vinculadas a privatizaciones (CEPAL, 2008).

Ahora bien, este amplio proceso inversor, en ocasiones, se ha visto cuestionado por el mal ambiente económico, como el de los últimos años del siglo XX. Comenzó por la crisis asiática (1997), seguida por la rusa (1998), para continuar con la crisis argentina (2001) (2), acompañada por la incertidumbre política de Brasil en el año electoral del 2002, y la situación de inestabilidad en Venezuela; con todo lo anterior más las dificultades de Bolivia, Ecuador, Perú y República Dominicana, se presupone un panorama no exento de dificultades.

Posteriormente, se comprueba que, después de caer durante cuatro años, los flujos de IED hacia Latinoamérica mostraron un fuerte repunte desde 2004; y así la entrada de IED en Latinoamérica pasaron en 2003 de 46.137 millones de dólares a los 103.663 millones durante 2005, lo que representa un 11,3 por 100 del total de flujos mundiales de IED (UNCTAD –Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo–, 2007). Esto puede atribuirse a la mejora en el clima económico de la región en general, impulsado por el regreso de altas tasas de crecimiento, mayores precios de materias primas,

así como la positiva tendencia del crecimiento de la economía mundial.

Con estos vientos favorables la inversión se recuperó rápidamente, y duplicó el nivel registrado en años anteriores. De hecho, entre las regiones en desarrollo, Latinoamérica contabilizó el mayor aumento en la recepción de flujos de IED de Europa y se convirtió en el principal destino de su inversión en el exterior con un 31 por 100 del total de salidas, siendo Brasil el primero y México el segundo destinatario.

Entre los países miembros de la Unión Europea, los flujos de la IED hacia Latinoamérica y el Caribe, España representó el principal inversor con más de 50.500 millones de dólares, dentro de un total de 99.400 millones para la UE-15. El Reino Unido fue el segundo en importancia, con un total de 10.400 millones de dólares, seguido por Francia con 9.200 millones y los Países Bajos con 5.500 millones. En comparación, durante el mismo periodo, los flujos de IED desde los Estados Unidos llegaron a los 46.300 millones y desde Japón alcanzaron los 3.400 millones. Estos datos confirman que los países de la UE, en su conjunto, significaron la principal fuente de flujos de IED hacia la región, posición que, desde el liderazgo de España, se obtuvo

por primera vez hacia finales de la década de 1990.

En consecuencia, la inversión neta acumulada por los bancos y empresas españolas en el periodo 1993-2005 alcanzó los 126.730 millones de euros (110.271 millones de euros, descontada la inversión en ETVE), de los que casi el 95 por 100 de los desembolsos se concentran en siete compañías (3). Otra característica singular que se ha podido apreciar la constituye el hecho de que esta inversión en mayor medida se destina hacia Argentina, Brasil, Chile y México, que totalizó 107.895 millones de euros, lo que supone el 85,1 por 100 del total. Para más detalle, véase la serie histórica de la IDE españolas entre 1993-2015 desagregada por países con y sin ETVE (cuadro n.º 2 y el gráfico A.1 del Apéndice).

## II. FACTORES DETERMINANTES PARA QUE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS INVIERAN Y SE INTERNACIONALICEN EN LATINOAMÉRICA

Para que una empresa invierta en el exterior, tienen que concurrir un conjunto de factores que en principio se designa y conoce como el paradigma *OLI* (*ownership, location and internalization: propiedad, localización, internacionalización*) (4). Los «factores» del paradigma OLI, se encuentran presentes en las decisiones de inversión de las empresas y los bancos españoles hacia Latinoamérica, los cuales se reconocen en los siguientes puntos:

i) Mayoritariamente han optado por explotar sus negocios conservando la «propiedad» y la gestión sobre los mismos, aplican-

CUADRO N.º 2

## TOTAL IED ESPAÑOLA EN LATINOAMÉRICA, 1993-2015

PAÍSES	TOTAL IED ESPAÑOLA CON ETVE	TOTAL IED ESPAÑOLA SIN ETVE
ARGENTINA .....	49.269.641,00	33.972.040,71
BOLIVIA .....	463.545,14	290.820,38
BRASIL .....	60.273.254,21	54.913.214,32
CHILE .....	19.433.893,90	18.235.775,20
COLOMBIA .....	8.715.462,11	6.666.925,53
COSTA RICA .....	993.439,04	683.086,42
CUBA .....	932.566,12	932.566,12
ECUADOR .....	1.439.311,79	951.233,06
EL SALVADOR .....	871.286,96	812.891,68
GUATEMALA .....	1.182.469,07	969.028,02
HONDURAS .....	147.840,67	125.720,97
MÉXICO .....	40.114.592,27	34.663.446,43
NICARAGUA .....	204.991,52	197.668,23
PANAMÁ .....	2.370.409,71	2.258.189,00
PARAGUAY .....	240.604,42	107.379,80
PERÚ .....	7.091.520,95	5.846.227,64
REPÚBLICA DOMINICANA .....	1.548.250,66	1.501.574,95
SAN CRISTOBAL Y NEVIS .....	4.939,77	4.939,77
URUGUAY .....	5.319.595,63	2.862.418,54
VENEZUELA .....	6.590.374,26	3.158.793,59
<b>Total IED española, 1993-2015:.....</b>	<b>207.207.989,20</b>	<b>169.153.940,36</b>

Fuente: Datainve.

do de forma creciente su control sobre la totalidad del capital (5).

ii) La ventaja de «localización» en este continente responde a la facilidad y potencialidad que proporcionan estos mercados tan naturales.

iii) Contaban con una larga experiencia y un profundo *know-how* en el mercado interno que favorecía la internacionalización en terceros países exitosamente.

Además, se les deben añadir otros factores conseguidos durante esos años por la economía española: estabilidad macroeconómica, control de la inflación, reducción de los tipos de interés (apuntalados por el ingreso en la zona del euro), y todo ello 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.

También ayudaron los factores de las economías latinoamericanas. Como factor general, podemos argumentar que los países lograron durante la segunda mitad de la década de los noventa, ser considerados internacionalmente como países emergentes. Desde esta valoración dentro de un clima económico internacional favorable, junto con la democratización y estabilización del clima político, más los programas emprendidos de reformas estructurales, como la eliminación de los principales obstáculos a la inversión extranjera directa, los acuerdos de integración regional entre los que destaca

la creación del Mercosur, sin olvidar la gran importancia que adquieren el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC, North American Free Trade Agreement (6) y el APEC (Asia Pacific Economic Cooperation Council), en el que participan Chile y México.

Pero toda esta capacidad de atracción resultó aún mayor, debido a que a la diversificación geográfica se le sumaba la cíclica. Este es otro de los factores que se ponderaron para invertir en la zona, pues los ciclos económicos entre Latinoamérica y España no estaban correlacionados, mientras que la correlación cíclica de la economía española con la de los países de la Unión Europea ha sido creciente en el tiempo (Casilda, 2002a, 2008 y 2011a).

En consecuencia, todos estos factores resultaron, sin duda, determinantes para la elección de Latinoamérica como el principal destino de las inversiones y la internacionalización de las empresas españolas; empresas que además tuvieron en cuenta otros factores siendo estos muy variados y estando unos y otros fuertemente entrelazados, destacando al menos los seis siguientes:

i) El primero, se encuentra en la respuesta a los sucesivos desafíos que suponía la incorporación a la Comunidad Económica Europea, la creación del Mercado Único, la instauración de la Unión Económica y Monetaria y la creación del euro, que añadía nuevas ventajas (estabilidad cambiaria y bajos tipos de interés) para impulsar la IED.

ii) El segundo, que resultó «clave» para conseguir el rápido despliegue inversor, lo constituye, *la ventaja derivada del acti-*

*vo impagable del idioma*, dada la inmediatez y proximidad que confiere como *vínculo lingüístico-cultural*, facilitador de una enorme ventaja competitiva, ya que permite la transferencia de conocimientos, productos, tecnología y técnicas empresariales de manera rápida y eficiente.

iii) El tercero, lo representó un *mercado próximo a los 500 millones de habitantes*, con un fuerte desarrollo demográfico, que ofrece una solución a la saturación de los mercados españoles (7).

iv) El cuarto, era el alto grado de maduración de sectores como *el bancario, el eléctrico o 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 como estrategia defensiva ante los grandes grupos europeos e internacionales.

v) El quinto, lo constituyó el recurrente aumento de los *stocks de capital*, cuyos índices se encontraban en niveles muy bajos, lo cual permitía obtener grandes mejoras en breves espacios de tiempo.

vi) El sexto, se encuentra en la fuerte vinculación de España con Latinoamérica por compartir más de cinco siglos de historia. Algo similar le sucede a Estados Unidos que tiene en Gran Bretaña su referente histórico, mientras que Francia lo tiene en el África francófona. Son radios de acción e influencia, propios de profundos lazos históricos.

Ahora bien, es necesario destacar que las inversiones de las empresas españolas en Latinoamérica y en el mundo se

han concentrado o focalizado preferentemente dentro del *sector de servicios*, donde las economías de escala y las barreras de entrada desempeñan un papel competitivo fundamental. Son sectores que se caracterizan por una tendencia hacia la creación de oligopolios, razón por la que los gobiernos suelen regularlos con detalle. El hecho de que las firmas españolas se hayan situado preferentemente en estos sectores les hace estar, en gran medida, *expuestas a los avatares tanto de la política como de la opinión pública*.

Por todo lo cual, Latinoamérica no es únicamente una válvula de escape momentánea, sino una región clave para la internacionalización de las empresas españolas, que le ha permitido adquirir las consiguientes habilidades y experiencias en el manejo de IED, para posteriormente convertirse en multinacionales globales y, además, como en todo crecimiento internacional, la posibilidad de construir estructuras organizativas diversificadas geográficamente.

### III. SOBRE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMÉRICA

En efecto, fueron los cambios estructurales que emprendieron las economías latinoamericanas los que renovaron ampliamente el ámbito de los negocios y facilitaron el acceso a las inversiones extranjeras directas. Como ha quedado patente, durante la última década del siglo XX, los flujos de inversión hacia Latinoamérica registraron un crecimiento sin precedentes con la llegada de las empresas internacionales, permitiendo la generación de una

renovada estructura productiva y de organización industrial, paralelo a un proceso de modernización económica, *al que contribuyeron destacadamente los bancos y las empresas españolas*.

Los flujos inversores provocaron en la región una amplia y extensa renovación y en algunos casos un cambio prácticamente total en el panorama productivo y el ámbito de los negocios. Este fenómeno ha estado dominado por cambios trascendentales en el origen, destino y estrategias de los inversionistas extranjeros, *pero de manera particular por parte de los españoles, destacando los siguientes puntos*:

a) El dominio generalizado de las empresas estadounidenses ha sido neutralizado por la masiva llegada de firmas europeas del Reino Unido, Francia, Países Bajos y muy *especialmente de España*.

b) En concreto, la inversión española se concentró en un reducido número de sectores. Lo hizo preferentemente en cinco sectores de la rama de servicios (8) más la extracción y el refino de petróleo y gas natural.

c) A pesar de que el interés de las inversiones españolas se concentraron en las mayores economías, se apreció un incremento gradual de la atención por los países más pequeños, pero Brasil, por sus privatizaciones de banca y telecomunicaciones y México, por sectores tan importantes como el bancario y su pertenencia al TLC, y el Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea, se constituyeron en los países más atractivos.

d) La compra de activos existentes ha sido la modalidad más utilizada por los inversionistas españoles para entrar o expan-

dir su presencia en la región. Primero, a través de los masivos programas de privatizaciones y, posteriormente, mediante la adquisición de firmas privadas locales.

Ante este nuevo panorama, las empresas españolas se convertían en actores principales. Pasando de una presencia casi inexistente a principios de la década de los noventa, hasta posicionarse al final de la misma como «*primeros inversores*» de origen europeo y como segundos de la región, solo superados por Estados Unidos (9). Estos acontecimientos significaron un claro exponente de la renovación de la economía española desde la internacionalización de sus empresas, que como se ha indicado les llevaría desde las experiencias y habilidades adquiridas en Latinoamérica a buscar nuevas oportunidades en mercados más desarrollados, ante el influjo de la globalización.

España destaca en su determinación inversora frente al líder histórico en la región, Estados Unidos. Sin embargo, es necesario señalar que existen diferencias sustanciales y estratégicas claves. Por lo general, la inversión estadounidense se centra en el sector de los bienes comercializables exportables, como automóviles y manufacturas, mientras que la inversión española se orienta mucho más hacia los servicios: banca, telecomunicaciones, energía (electricidad, gas y petróleo), infraestructuras y concesiones.

Este enfoque diferencial responde a la disparidad de objetivos que persiguen ambos países. Estados Unidos pretende mejorar su competitividad; para ello trata de localizar la producción en aquellos lugares donde los recursos son de más bajo coste con el

objetivo final de exportarlos. En cambio, las empresas españolas pretenden hacer del continente una extensión del mercado nacional para ganar dimensión y obtener economías de escala. Así, según el paradigma ecléctico, mientras que las inversiones estadounidenses son buscadoras de eficiencia, las españolas son buscadoras de mercado.

Otro enfoque que puede representar una diferenciación favorable respecto a Estados Unidos, es que los gestores de las empresas españolas se encuentran, en gran medida, acostumbrados a operar y hacer negocios en entornos volátiles, pues los fundamentos macroeconómicos de España en décadas anteriores no eran tan diferentes de los existentes en Latinoamérica. Otro enfoque no menos importante (ya mencionado), que diferencia a las inversiones españolas de las norteamericanas, lo representa la fuerte vinculación histórica, donde despunta el idioma como vínculo lingüístico-cultural que confiere una proximidad determinante para el buen entendimiento humano y empresarial.

Sin embargo, el impacto (10) de la rápida y masiva llegada de las inversiones españolas, que modificaron las estrategias de sus competidores locales e internacionales, puso a prueba las autoridades regulatorias y, sobre todo, modificó la percepción de los consumidores en cuanto a sus usos y costumbres, estableciendo nuevas pautas de consumo.

Ciertamente, resulta del máximo interés comprobar cómo las inversiones españolas en Latinoamérica, han modificado la estructura patrimonial de algunos de los sectores más importantes de los principales países. De manera singular en banca,

energía, telecomunicaciones, construcción y concesiones, las empresas españolas han adquirido firmes posiciones de liderazgo, y con ello han alterado de forma contundente y definitiva la forma, calidad y precios en que se proveen estas actividades.

Las diferentes modalidades que han utilizado tanto los bancos como las empresas españolas para internacionalizarse en los mercados latinoamericanos han sido: (i) exportación; (ii) inversión extranjera directa (compra total o parcial de empresas locales); (iii) empresa conjunta (*joint venture*); (iv) acuerdos comerciales; (v) franquicias y (vi) subcontratación de actividades o funciones en los respectivos países.

Respecto a la estrategia de internacionalización (selección del mercado, estrategia de entrada y estructura organizativa) esta debe pivotar sobre el principal elemento de diferenciación de la empresa: sus ventajas competitivas. La selección de los países en los que se pretende invertir debe ser muy cuidadosa y hacerse en base a un análisis exhaustivo. Mereciendo una especial atención los factores de localización, las posibles barreras de entrada y las distancias culturales, administrativas, geográficas y económicas que puedan actuar a favor o en contra de los intereses empresariales.

El mercado seleccionado (tamaño, características, destinatarios) y la posición relativa de la empresa en cuanto a sus competidores (contra qué recursos y capacidades se enfrenta) definirán el rol o protagonismo que representará la compañía. En cuanto a la estrategia de entrada y a la decisión de optar por la exportación o la implantación mediante IED, o ante la disyuntiva entre

recurrir a un socio local o ir con medios propios, no existe una solución definitiva. Por lo general y con especial énfasis para las pequeñas y medianas empresas (pymes), se recomienda empezar por formulas simples y de poco riesgo inversor para ir evolucionando a medida que aumenta la experiencia en el país y en los mercados (11).

#### IV. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA DESDE LA PERSPECTIVA INVERSORA EN LATINOAMÉRICA

De lo señalado anteriormente, se desprende que al menos durante las últimas décadas, la economía española ha registrado un proceso de crecimiento y transformación productiva, apoyada por una gestión y organización empresarial que se ha modernizado año tras año, incorporando, en su nuevo modelo, la internacionalización como señal de fortaleza y competitividad, lográndose, de esta manera, una importante inserción en el contexto económico mundial.

La internacionalización de la empresa española, como se ha indicado, comienza a principios de la década de los noventa del siglo XX. Será a partir de estas fechas cuando asistimos a un hecho realmente significativo, que marcará un antes y un después en la historia contemporánea de nuestra economía: por un lado, la apertura al exterior, y por otro, la internacionalización de las empresas hacia Latinoamérica que las convertirían en auténticas multinacionales, propiciando un despliegue inversor que, por su rapidez, volumen y posiciones alcanzadas, sorprendió a la

comunidad latinoamericana e internacional (12).

Desde la perspectiva inversora, tan solo dos décadas atrás, en los balances apenas cabían menciones que no estuviesen referidas al propio mercado nacional, en tanto que la inversión extranjera directa destacaba prácticamente por su ausencia, siendo la internacionalización la asignatura pendiente. Sin embargo, esta situación se encontraba muy próxima a cambiar de manera acelerada y radical.

Efectivamente, la situación tradicional fijaba a España como «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 y situación de las empresas imposibilitaba la escasez de disponibilidades financieras para estas actuaciones, pero es que, además, la economía española se caracterizaba por su escasa apertura al exterior.

Esta intensidad de los procesos de apertura al exterior y la internacionalización de la economía se miden a través de diferentes variables, como pueden ser la suma de exportaciones e importaciones respecto al PIB,  $(X+M)/PIB \times 100$  (13). En los inicios de los años 1970, para la economía española esta variable representaba un exiguo 27,6 por 100 del PIB, que pasó a situarse en 1980 sobre el 30 por 100, para aproximarse hasta el 40 por 100 en 1990, alcanzando el 60 por 100 en el 2000, para retroceder hasta el 52 por 100 en 2010 (14), para alcanzar el 60 por 100 en 2015, estando por delante de países como Francia, Gran Bretaña e Italia.

En cuanto a la inversión extranjera directa, los datos son

bastante elocuentes por sí mismos, pues nos ofrecen una idea de la enorme trascendencia del cambio económico y empresarial registrado en España. Durante las últimas décadas, los flujos de IED, tanto de salida como de entrada, han crecido de forma ininterrumpida. Mientras que en 1980 solo un 0,9 por 100 del PIB nacional se invertía en el exterior, a principios de 1990 la suma de la inversión directa emitida y recibida se situaba entre el 1,5 por 100 y el 3 por 100 del PIB nacional (15).

Concluyendo, en la década de los noventa, estos flujos se vieron notablemente alterados, pues las inversiones en el exterior alcanzaban el 17 por 100 del PIB, y en Latinoamérica representaban casi el 10 por 100. En su proceso de internacionalización, la economía española dio un salto decisivo en 1995, cuando se produjo un hecho altamente significativo, pues por primera vez la IED emitida (5.590 millones de euros) superaba a la recibida (5.393 millones de euros), en tanto que en el año 1997 se produjo un salto cuantitativo importante al registrarse salidas por valor de 10.520 millones de euros frente a unas entradas de 6.823 millones (16).

Más aun, desde el año 2000 el volumen acumulado de inversión directa española en el exterior ha superado el *stock* recibido. Precisamente durante este año 2000, los flujos de IED establecieron un récord histórico al alcanzar los 60.152 millones de euros, siendo el sexto inversor en el *ranking* mundial según la UNCTAD (17). De esta manera, España se convertía en el escenario económico internacional, en un importante inversor neto de IED, dándose por fin el paso necesario para acceder a la fase más avanzada en la internacionalización económica de un país.

Por otro lado, España, que desde 1986 era miembro de la Comunidad Económica Europea (CEE), registró un periodo de prosperidad económica durante cinco años consecutivos, logrando el mayor índice de crecimiento de toda la CEE. Esta situación de prosperidad se contraponía al duro proceso económico que vivía Latinoamérica, conocida como la «década perdida». El cruce de estos acontecimientos (integración en la CEE y fuerte crisis económica en Latinoamérica), causó una importante concentración de las inversiones españolas en los países comunitarios, donde alcanzaron su punto máximo en 1991 para, posteriormente, reducirse debido a la desaceleración del crecimiento de la economía europea y española por la recesión del periodo 1991-1993 (Casilda, 2002a).

Será a partir de 1993, con la creación del Mercado Único Europeo, cuando se producirá el giro estratégico de la empre-

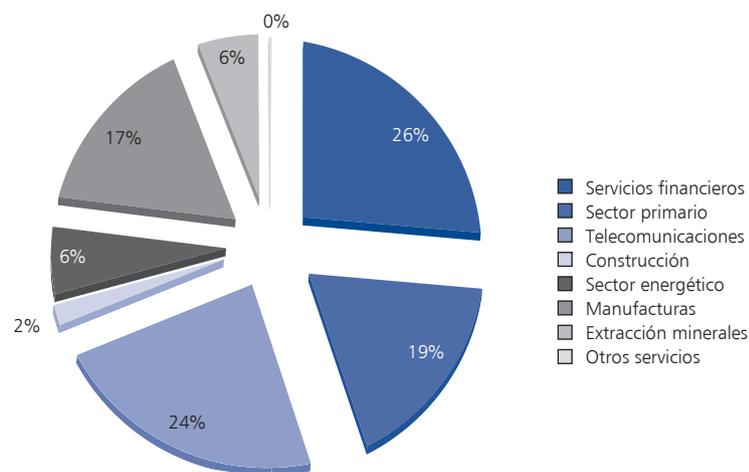
sa española y su internacionalización en Latinoamérica, pues entre otras cosas, eran muy conscientes de que debían competir en el mercado más exigente del mundo y, además, tenían que protegerse de posibles adquisiciones hostiles (OPA) por parte de los grandes grupos internacionales (europeos especialmente). La respuesta de internacionalización, significó una *estrategia defensiva*, y no como se le acusó de ser, una *estrategia ofensiva*, caracterizada por el eslogan de «los nuevos conquistadores», que además mereció, entre otros, la atención de *The Washington Post* (18), quien acuñó el eslogan de *riesgo y valor*, para las inversiones españolas. Estas y otras alusiones venían a demostrar la importancia y la alta expectativa que suponían, así como la determinación y seguridad en la partida que comenzaban a protagonizar los bancos y las empresas españolas (gráfico 1).

La llegada a Latinoamérica se produjo en un momento real-

mente clave, pues la región se encontraba en un proceso de reformas identificadas con el Consenso de Washington (19), las cuales renovaron ampliamente el ámbito de los negocios, facilitando el acceso de los inversionistas extranjeros mediante una amplia política de apertura respecto a la inversión extranjera, una política de liberalización comercial, una política de privatizaciones, una política desreguladora, el reforzamiento de los derechos de propiedad y unas condiciones de estabilidad macroeconómica (disciplina presupuestaria, cambios en las prioridades del gasto público, reforma fiscal), en línea con las economías de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (véase Casilda, 2002a).

Como queda demostrado por la amplia y variada bibliografía existente, la internacionalización de las empresas españolas no formaron parte de un programa predeterminado con el Gobierno mediante una estrategia pública-privada; sin embargo, se produjeron excelentes resultados, especialmente notorios hacia finales del siglo XX y principios del nuevo siglo XXI, cuando bancos y empresas alcanzaron importantes liderazgos en los diferentes sectores de actividad. Liderazgo que se mantuvo durante las sucesivas crisis que sufrió Latinoamérica como la crisis asiática de 1997-1998 (gripe asiática), seguida por la rusa en agosto de 1998 (efecto vodka), para algo más tarde desatarse la de mayor calado y extensa como resultó la crisis argentina durante 2001-2003 (efecto tango), considerada como la peor recesión desde 1914, que produjo resultados negativos para los inversionistas españoles (Casilda, 2002a).

GRÁFICO 1  
IED ESPAÑOLA POR SECTOR DE ACTIVIDAD DE DESTINO  
(PORCENTAJE ACUMULADO 1993-2007)



Fuente: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (2007).

Otra consideración, desde la perspectiva inversora en torno a la internacionalización de la empresa española, lo constituye un hecho relevante por su significado cualitativo como es que, según los distintos *ranking* internacionales, España se situaba entre los diez países con las más importantes empresas multinacionales. Este hecho no paso desapercibido para *Fortune 500* (2007), que incluyó siete grandes multinacionales, así como el *Global 500* del *Financial Times* (2007) al destacar a diez de las multinacionales españolas entre las quinientas mayores empresas por capitalización bursátil, cuando hace tan solo dos décadas, incluso una, estas posiciones eran impensables, como igualmente lo era que España ocupara el octavo puesto como potencia económica mundial.

Todos estos parámetros se han venido reforzando por las destacadas posiciones que han adquirido las empresas españolas, que se equiparan en calidad y competitividad a las mejores del mundo, como la industria auxiliar del automóvil, la construcción, la ingeniería civil, las energías renovables, la industria conservera, las infraestructuras y las concesiones, el transporte ferroviario, las máquinas herramientas y bienes de equipo intermedios, lo que demuestra la diversificación competitiva, que implica, además del liderazgo en el sector de servicios, competir con éxito en los más variados sectores como el ocio, la moda, los nuevos materiales, la agroindustria, la alimentación y por supuesto la industria turística, especialmente hotelera.

Lo expresado solo representa un espectro de la complejidad que conlleva la IED y la internacionalización de las empresas

españolas en el contexto global, y de manera especial en Latinoamérica. Para España, la IED como su apertura al exterior, se puede considerar ampliamente beneficiosa, al verificar que se ha seguido un patrón similar al de los países que hoy conforman el mundo más avanzado, y que se caracteriza por haber adoptado una apertura y un desarrollo económico escalonado, tal como registra el modelo «itinerario de la inversión extranjera directa» (Dunning, 1981; Dunning y Narula, 1996).

La inversión española en el exterior puede ser explicada desde el punto de vista de la «teoría de la senda de desarrollo de la inversión exterior». Según dicha teoría, existe una relación entre el nivel de desarrollo de una economía y el tipo de inversión extranjera directa que emite y recibe. De este modo, se distinguen cinco etapas de desarrollo de la inversión directa: las tres primeras incluyen a los países menos desarrollados y las dos últimas a los desarrollados.

Etapas (i), se caracteriza por la realización de algunas infraestructuras básicas, las primeras llegadas de IED y el resurgimiento del mercado de bienes de consumo, lo que da paso a la etapa (ii), que se corresponde con la industrialización y una mayor llegada de IED. En la etapa (iii), continúa la industrialización y llegada de IED pero esta a menor ritmo, al tiempo que comienzan a salir del país los primeros flujos de capital, en forma de IED. Cuando las salidas de IED superan las entradas se entra en la etapa (iv), para finalmente instalarse en la etapa (v), que alcanza un nivel de desarrollo económico avanzado, produciéndose un cierto equilibrio entre las entradas y las salidas de IED; siendo

la posición neta del país frente al exterior unas veces positiva y otras negativa, situación donde precisamente se encuentra nuestro país.

Desde las posiciones alcanzadas durante todos estos años, puede apreciarse el panorama de futuro de las empresas españolas en Latinoamérica (cuadro n.º 3), y para la IED en Latinoamérica y los diferentes países puede consultarse el apéndice y el cuadro n.º 1) (20).

## V. PRESENCIA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMÉRICA

España crea muchas empresas, pero su baja supervivencia y el reducido tamaño medio condiciona la productividad. Uno de los principales rasgos del tejido empresarial español es el menor tamaño medio de sus empresas, inferior a la media europea. Esta característica limita la productividad porque representa un freno para incorporar más capital humano y capital tecnológico, desarrollar procesos innovadores o internacionalizarse (21).

Este es el caso de las pequeñas y medianas empresas españolas. Pero también, y a pesar de estos condicionantes, resulta del máximo interés comprobar cómo su internacionalización en Latinoamérica se intensifica notablemente, por lo cual se confirma que la expansión internacional no representa únicamente un fenómeno de las empresas grandes o muy grandes, —de manera que ha dejado de ser un mito—, dado que la internacionalización puede conllevar distintos tamaños y fórmulas de inversión, incluidas las diferentes oportunidades de internacionalización que les pue-

CUADRO N.º 3

## EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMÉRICA. PANORAMA DE FUTURO

Panorama I	Panorama II
<b>Inversión en Nuevas áreas geográficas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Invertir en regiones y países desarrollados: UE, EE.UU., Canadá, Australia.</li> <li>• Invertir en regiones emergentes: Europa del Este y Asia.</li> <li>• Invertir en países emergentes: India, Irán, Vietnam.</li> </ul>	<b>Inversión – desinversión en AL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar inversiones en la Alianza del Pacífico y Cuba.</li> <li>• Nueva inversión selectiva en MERCOSUR</li> <li>• Iniciar desinversiones selectivas en ¿Argentina, Brasil, Venezuela?</li> </ul>
Panorama III	Panorama IV
<b>Nuevas oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar proyectos de valor añadido tecnológico.</li> <li>• Potenciar nuevos negocios: energías renovables, medioambiente, agua, transporte ferroviario, ciudades inteligentes.</li> <li>• Potenciar fusiones y alianzas estratégicas locales y regionales.</li> <li>• Potenciar estrategias conjuntas con terceros países.</li> </ul>	<b>Cambios estructurales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir al desarrollo tecnológico y al fortalecimiento institucional.</li> <li>• Contribuir a la difusión de nuevas técnicas de gestión y administración.</li> <li>• Fortalecer el desarrollo de la formación profesional y ambiental.</li> <li>• Fortalecer el desarrollo de la responsabilidad social y buen gobierno corporativo.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

den brindar las grandes o muy grandes en la región.

En este sentido, las multinacionales españolas deben de intensificar su papel de «locomotoras» de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. Este reto no ha pasado desapercibido para el Consejo Empresarial para la Competitividad (CEC): «Las grandes empresas españolas han llevado a cabo un proceso de internacionalización exitoso durante los últimos años, y deben ejercer como locomotoras de las pymes, sirviendo de modelo y creando oportunidades en el exterior que puedan ser aprovechadas por estas. Solo una quinta parte de las pymes europeas exporta, y un 3 por 100 tiene filiales, sucursales o empresas conjuntas en el extranjero. Estudios recientes han constatado que aquellas con actividad en el exterior presentan mejores resul-

tados, lo que sugiere un vínculo entre internacionalización y competitividad» (22).

No es necesario insistir en que las pymes constituyen la parte más relevante del tejido productivo español, y son uno de los principales motores de crecimiento y creación de empleo. Por lo cual, y actualmente ante las especiales circunstancias por las que atraviesa la economía española, se hace más necesario aun que las grandes multinacionales les faciliten el camino hacia los mercados latinoamericanos. Es preciso, pues, redoblar esta cooperación estratégica de la que ya existen numerosos ejemplos.

Aunque es preciso dejar constancia de que las pymes se han internacionalizado mediante diferentes operaciones de IED en los más variados sectores, como es el caso, por ejemplo, de

la industria conservera gallega Conservas Calvo, que en 2004 compró la mayor conservera brasileña, Gomes da Costa, convirtiéndose en una de las cinco mayores industrias de conservas de pescado del mundo, mientras que su más directo competidor; Jealsa-Rianxeira, en la misma fecha, se hace con la empresa líder conservera chilena Pesquera Transantartic. Con estas adquisiciones, la estrategia es clara: iniciar la expansión en toda la región y ganar tamaño.

Por su parte, Latinoamérica trabaja en favorecer y hacer progresar el entorno de los negocios, lo que facilita la llegada de pymes. Así lo recoge el informe del Banco Mundial: *Doing Business 2015. Más allá de la eficiencia*, donde se revela que los empresarios percibieron una mejora en el entorno de los negocios dado el fuerte ritmo reformista para mejorar las regulaciones.

Según el informe, la mitad de las economías de la región implementaron al menos una reforma regulatoria durante los años 2013-2014, adoptando medidas para eliminar los obstáculos a la actividad empresarial y fortalecer las instituciones. Por ejemplo, Costa Rica como Guatemala, adoptaron un sistema electrónico para la presentación y el pago de los impuestos empresariales, ahorrándose más de 60 horas al año en el tiempo dedicado al cumplimiento tributario. Uruguay, por su parte, aprobó una ley cuyo objetivo era acelerar la resolución de litigios comerciales e implementó un sistema de inspección basado en riesgos que reduce el tiempo de despacho de aduanas. Colombia es la economía donde es más fácil hacer negocios, siendo el país que ha implementado la

mayor cantidad de reformas regulatorias en la región desde 2005, sumando un total de 29. Por ejemplo, entre 2013 y 2014 facilitó el acceso al crédito a través de una nueva ley que mejora el régimen de garantías mobiliarias. Junto a Colombia, en los cinco primeros lugares en facilidad para hacer negocios, se encuentran Perú, México, Chile y Puerto Rico.

Estas economías se ubican entre las de mejor desempeño a nivel mundial en varias de las áreas medidas por el Informe. Por ejemplo, hace diez años, un empresario peruano habría tardado más de 33 días para registrar el traspaso de una propiedad. Ahora tardaría solo 6,5 días, menos tiempo que en los Estados Unidos (15 días) o Austria (20,5 días). «Desde hace casi una década, algunas economías de Latinoamérica han mejorado su entorno empresarial, llegando, en muchos casos, a niveles equiparables a las mejores prácticas internacionales; además, acelerar y ampliar este proceso ayudaría a cerrar la brecha con economías de mejor desempeño global e impulsaría la competitividad», lo cual se traduce en nuevas oportunidades de negocios.

Las nuevas oportunidades, las ofrece la creciente urbanización de la población de Latinoamérica, donde más del 80 por 100 reside en ciudades y eso la convierte en la región más urbanizada del mundo. El desarrollo urbano ofrece un amplio abanico de nuevas oportunidades, entre las que se encuentran la gestión inteligente del territorio, la construcción de polos tecnoindustriales, centros logísticos, gestión del tráfico aéreo y transporte urbano inteligente, tratamiento de aguas residuales y desechos sólidos, edificios

con bajo consumo de energía y bajas emisiones de carbono, sistemas para mejorar la gestión energética, diseño de espacios sostenibles, y otros que pueden ser nichos especializados como diseño, audiovisual, consultoría, formación, programas y aplicaciones informáticas, entre otros. Aunque algunas de estas oportunidades están más orientadas para las grandes empresas, por sus características admiten la colaboración con pymes especializadas en estos segmentos y nichos de mercado.

Por consiguiente, la internacionalización conlleva ventajas tanto para las grandes empresas como para las pymes. Entre otras, destacamos las siguientes:

1. *Adquieren más tamaño, mayor volumen de facturación y número de empleados.* Las empresas que invierten en el exterior son cinco veces mayores (en términos de empleo total) que las que ni invierten ni exportan. Y dos veces mayores que las que solo exportan. Estas, por su parte, son casi cinco veces mayores que las que no exportan. Aunque el orden de magnitud varía mucho por sectores, este patrón por lo general se da sin excepción (ICEX y AFI, 2010).

2. *Son más competitivas y tienen índices de productividad más elevados.* Los datos revelan que la productividad por empleado en las empresas que invierten en el exterior es un 25 por 100 superior respecto a las que únicamente exportan, y un 77 por 100 superior a las de las empresas que ni invierten ni exportan (ICEX y AFI, 2010).

3. *Generan más puestos de trabajo, crean más empleo cualificado y mejor retribuido a la vez que es más estable.*

4. *Están más preparadas para resistir mejor los ciclos económicos por tener mayor tamaño, estar más diversificadas geográficamente y ser más competitivas.*

Resulta necesario destacar que una vez decidida la estrategia de internacionalización, esta debe de estar integrada y ser coherente con la de la empresa. Apartarla o considerarla independiente como un departamento internacional conduce, por lo general, a distorsiones y complicaciones que no permiten una eficiente ejecución de la misma. La internacionalización es un proceso que añade mayor valor a las organizaciones y más si esta se produce mediante IED, que obliga a la empresa a dotarse de una cultura internacional, que debe de ser liderada por la alta dirección (CEO) y transmitida a toda la empresa, siendo este un proceso adaptativo, continuado y dinámico.

## VI. BENEFICIOS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LATINOAMÉRICA

A lo largo de los años transcurridos desde que se iniciase en 2008 la crisis económica en España (23), aquellas empresas posicionadas en Latinoamérica, han comprobado lo acertada que resultaba su internacionalización en momentos que la demanda nacional se debilita y los beneficios disminuyen, siendo la manera de compensarlos mediante las filiales que se convierten en importantes suministradores, posibilitando, así, mantener la cuenta de resultados, el crecimiento y el empleo.

Por consiguiente, la internacionalización de la empresa española mediante la fórmula de inversión extranjera direc-

ta demuestra su rentabilidad al conseguir una diversificación geográfica de los beneficios y los riesgos, a la vez que proporciona un mayor tamaño y mejores condiciones para un mejor aprovechamiento de las economías de escala.

En cuanto al nivel de beneficios, teniendo en cuenta que hasta finales de 2012 la IED totalizó con las ETVE 143.155 millones de euros y sin ETVE 122.398 millones (24), la rentabilidad, descontados los impuestos durante el periodo comprendido entre 2007-2012, ha sido de 81.241 millones de euros. Estos beneficios obtenidos durante los años de crisis han contribuido, de manera decisiva, al mantenimiento y fortalecimiento de las cuentas de resultados. Con el fin de contextualizarlos debidamente, se presentan los beneficios que ofrecen las inversiones en Latinoamérica respecto al resto del mundo (cuadro n.º 4).

Como se puede comprobar, el impacto de la crisis económica a partir de 2008 se deja sentir en los beneficios obtenidos a nivel mundial. Sin embargo, Latinoamérica ofrece mejores resultados y además más equilibrados. Puede decirse, con poco riesgo de equivocación, que las altas expectativas desde el inicio de las operaciones

en la región han significado una apuesta que para nada ha defraudado, incluso en los momentos más desfavorables por la intensidad de la crisis que golpeó a la región, como sucedió en 2009.

Brasil, México, Chile y Argentina al igual que concentran la inversión, igualmente concentran el grueso de los beneficios, de manera que estos países representan el 33 por 100, 21 por 100, 16 por 100 y 12 por 100, respectivamente, durante el periodo considerado. De ellos, destaca especialmente por su rentabilidad Chile, que con el 10 por 100 aproximado de la inversión ha generado el 16 por 100 de los beneficios. Respecto a la distribución sectorial, los servicios financieros y sus actividades relacionadas, como los seguros y los fondos de pensiones, han acumulado el 40 por 100 de los beneficios, seguidos por las telecomunicaciones con el 17 por 100; el suministro de servicios (*utilities*), con el 12 por 100, se sitúa en tercer lugar (25).

Durante los siguientes ejercicios de 2013 y 2014, los resultados continuaron llegando de la región a buen ritmo, si bien en 2014 su principal economía (Brasil) vivió un año de desaceleración, creciendo un mínimo 0,1 por 100. Aun así, de acuerdo

con el informe de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), la facturación denominada como «resto de países», y que incluye sobre todo los negocios latinoamericanos, subió un 3 por 100, hasta los 92.367 millones.

Respecto a los beneficios de la banca española, cuya apuesta permanente por la región se intensifica con la llegada de nuevos jugadores, como es el caso del Banco Sabadell, que se concentra, preferentemente, en los países que conforman la Alianza del Pacífico (Colombia, Chile, México y Perú) y el Banco Popular que lo hace en México. CEPAL en su informe: *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2015*, indica que Banco Santander y BBVA, cuentan con una red de 10.000 oficinas, que resultan claves en la estrategia de ambas entidades como fuente de beneficios para la matriz. Ambos bancos, en 2014, ganaron 5.941 millones de euros en los países de América del Sur y México, con un peso en el conjunto de los resultados entre el 38 por 100 y el 70 por 100, respectivamente.

El Banco Santander en la región consiguió, en 2014, beneficios por valor de 3.025 millones de euros, frente a un total de 5.816 millones. En España obtuvo 1.121 millones. La región generó el 38 por 100 frente al 52 por 100 de 2012, año crítico de la crisis económica en España. En Brasil logró 1.558 millones (19 por 100 del total, el mismo porcentaje que Reino Unido), pero bastante por debajo del que tenía en 2012 (27 por 100). Aunque actualmente la economía brasileña se está viendo afectada por la desaceleración (-3,5 por 100), con todo, mantiene su confianza en el país, siendo la primera visita

CUADRO N.º 4

**INVERSIONES Y BENEFICIOS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EL MUNDO Y EN LATINOAMÉRICA (2007-2012) (SIN ETVE Y EN MILLONES DE EUROS)**

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Inversión AL .....	71.359	80.683	93.031	113.661	121.272	122.398
Resto mundo ....	220.472	229.655	224.873	249.358	255.658	268.252
Resultado AL.....	9.654	9.658	11.800	16.816	17.967	15.346
Resto mundo ....	37.917	9.187	12.304	26.138	28.379	22.640
Resultado AL ....	14%	12%	13%	15	15%	13%
Resto mundo ....	17%	4%	5%	10%	11%	8%

Fuente: Datainvox. www.comercio.gob.es

<p>realizada por Ana P. Botín tras su nombramiento como presidenta del grupo a la filial brasileña que es la tercera entidad privada, y el mayor banco del grupo en Latinoamérica.</p>	<p>primer grupo financiero mexicano, contribuyó con 1.915 millones de euros, suponiendo un 10 por 100 más que en 2013 y el 47,1 por 100 del resultado global del banco. A su vez América del Sur contribuyó con 1.001 millones de euros (22,9 por 100). En México tiene previsto invertir 1.800 millones de euros para renovar las casi 2.000 oficinas y cuenta con una nueva y emblemática sede corporativa en México DF.</p>	<p>El nivel de beneficios sigue siendo determinante, pese a que durante los últimos tiempos están viéndose afectados por la volatilidad en los tipos de cambio de las monedas y el freno de la actividad económica de los países, que conlleva una menor demanda interna, y una desaceleración de la inversión. Latinoamérica, sufre la incertidumbre de la economía mundial, y el descenso en los precios de las <i>commodities</i> y</p>
--	--	--

CUADRO N.º 5

**DAFO DE LAS INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA ESPAÑOLA EN LATINOAMÉRICA**

**Debilidades**

1. Excesiva concentración en el sector de servicios, teniendo en cuenta que se encuentra sujeto a cambios rápidos y vulnerables según la ideología de los gobiernos y muy expuesto a la regulación y la opinión pública.
2. Fuerte dinamismo tecnológico en el desarrollo de nuevos productos, en los sectores que lidera preferentemente de servicios.
3. Falta de una marca de referencia que identifique a las empresas españolas como fiables, avanzadas y modernas. La imagen que proyectan distorsiona su verdadera dimensión, capacidad y potencia tecnológica, lo cual exige esfuerzos importantes y continuados.
4. Es necesario establecer una fertilización cruzada entre una marca de referencia y la marca España. Esto ofreció excelentes resultados cuando se estableció entre la marca Mercedes Benz y el *Made in Germany*.
5. Dependencia tecnológica, por lo que se considera a la empresa española como una consumidora de tecnología avanzada, pero carente de capacidad para desarrollar investigación, desarrollo e innovación.
6. Imagen negativa, derivada principalmente por las transferencias de rentas hacia el exterior.

**Fortalezas**

1. Posición dominante en importantes mercados locales y en el conjunto de la región.
2. Liderazgo en los sectores principales donde actúa: banca, concesiones, construcción, energía, infraestructuras y telecomunicaciones.
3. Disponibilidad de gestión, tecnologías avanzadas y capacidad para transferirlas.
4. Gestión de recursos humanos y estructuras organizativas mejor gestionadas que las empresas locales.
5. Capacidad para difundir estas ventajas y generar un efecto positivo en términos de competitividad en los sectores en los que actúa.
6. Dinamismo en el desarrollo de nuevos productos y servicios, beneficiosos para los consumidores locales.

**Amenazas**

1. Número limitado de grandes empresas en los diferentes países de la región.
2. Tamaño limitado de las empresas, especialmente en el mercado brasileño y mexicano.
3. Efecto negativo sobre la balanza de pagos de los países.
4. Las empresas españolas, deben hacer un esfuerzo para aumentar los efectos positivos en términos de *spillover* a la estructura productiva local (27).
5. Riesgo de vulnerabilidad que les provoca una depreciación cambiaria.
6. Bajo nivel de encadenamiento productivo con proveedores locales.
7. Fuerte competencia internacional en todos los sectores de servicios.
8. Seguridad jurídica y problemas de gobernabilidad a escala regional.
9. Cambios políticos de corte nacionalista que impulsan la renacionalización, control y participación del Estado en la actividad económica, especialmente en los sectores de servicios públicos donde operan las empresas españolas, como energía.

**Oportunidades**

1. Crecimiento y dinamismo del mercado local, sobre todo de las principales economías o áreas regionales.
2. Gran espacio para el crecimiento de los mercados de servicios, en general debido a la fuerte concentración urbana.
3. Las economías presentan bajos niveles de consumo en banca, electricidad, gas y banda ancha (Internet). A la vez son ávidos consumidores de tecnologías, que tiene un amplio potencial en relación directa con la urbanización y el crecimiento económico
4. Aumentar el nivel de encadenamiento productivo con proveedores locales, posiblemente más baratos que los existentes en el mercado internacional.
5. Aprovechar la estructura institucional dentro de un ambiente de seguridad jurídica y de propiedad.

Fuente: Elaboración propia.

un empeoramiento de las condiciones de financiación por la apreciación del dólar y la moderación de la entrada de flujos de capital. Pese a este escenario, ambos bancos no dudan del potencial, y hasta 2016 cuentan con planes de inversión que superan los 4.000 millones de euros. El foco es el crecimiento orgánico, sin perder de vista las oportunidades y posibles adquisiciones que puedan surgir.

Al respecto, para la CEPAL, es preciso favorecer el equilibrio entre las estrategias empresariales y los objetivos de desarrollo de los países receptores de inversión extranjera directa, para aprovechar mejor las potencialidades de estos flujos. A nivel de países y sectores específicos, es indudable que la IED tiene la capacidad de desarrollar nuevas industrias y aumentar la productividad de las ya existentes, y que las inversiones en sectores de mayor nivel tecnológico pueden tener mayor capacidad de generar impactos positivos en las economías locales. Para lograrlo, es fundamental la capacidad que desarrollen en sus diversos ámbitos de actuación las multinacionales españolas para vincularse con las empresas locales. Esto obliga a generar políticas públicas que articulen objetivos macroeconómicos, productivos, sociales y ambientales para favorecer la diversificación y sofisticación de la estructura productiva y la inclusión social.

Una mirada renovada sobre la inversión extranjera directa indica que las políticas deben ir más allá que mejorar el clima de negocios. Hoy esto no es suficiente, dado que la propia dinámica de esta inversión debe formar parte de los procesos de diversificación productiva de los países latinoamericanos. Para lograr estos

objetivos, se requieren espacios de diálogo entre el sector privado y las instituciones públicas para poder compatibilizar las estrategias empresariales y los objetivos de desarrollo de los países receptores. Por consiguiente, se necesitan instituciones y políticas para articular los diferentes flujos con el tejido productivo local en aquellos sectores que los países consideren prioritarios en sus planes de transformación productiva, competitividad y crecimiento.

Finalmente, se presentan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) de las empresas españolas en Latinoamérica (cuadro n.º 5).

## VII. CONCLUSIONES

España, luego de un amplio y extenso proceso de inversión extranjera directa en Latinoamérica, puede decirse que, verdaderamente, cuenta con empresas multinacionales de primer nivel, que han transformado el panorama de los mercados latinoamericanos, viéndose estos altamente modificados en su estructura, beneficiándose en cuanto a la incorporación de nuevos servicios, productos, tecnologías y técnicas de gestión.

En este escenario, los dos grandes bancos españoles, junto con las más destacadas empresas de electricidad, gas, petróleo, telecomunicaciones, seguros y concesiones, se han convertido en actores centrales, mejorando y modernizando ampliamente estos sectores, con efectos directos sobre un mayor nivel de competencia y perfeccionamiento de los mercados.

Por todo lo cual, es muy conveniente continuar reforzando los importantes logros conseguidos, así como potenciando el

liderazgo y la imagen ante clientes, consumidores, instituciones y opinión pública en general, para interactuar y crear una rica fertilización con la marca España.

El proceso de internacionalización que llevaron a cabo las empresas españolas contó con un acontecimiento realmente decisivo como fue el Consenso de Washington, que articuló un nuevo modelo de desarrollo económico para la región, el cual propició la llegada de inversión extranjera directa. Por tanto, la llegada de las empresas españolas a Latinoamérica, se produjo en un momento clave, pues la región se encontraba en un proceso de amplias reformas, las cuales renovaron ampliamente el ámbito de los negocios, facilitando el acceso de las inversiones extranjeras, en línea con las economías de la OCDE (28).

No obstante, se observaba un ambiente hacia la IED que suponía un motivo de división interna según los países, creando un clima menos propicio, al que las empresas como los bancos españoles tuvieron que hacer frente. Si bien, este ambiente ha ido revertiendo hacia posiciones ampliamente favorables, especialmente al comprobar el compromiso manifiesto de las inversiones españolas con la economía de los respectivos países, como fue el caso de la crisis Argentina en 2001 (corralito), donde dieron una clara muestra de su compromiso permaneciendo en el país.

Además de estos sucesos, posteriores acontecimientos propiciaron la visión favorable respecto a la IED española. En esta línea, un grupo de países, liderados por Brasil, México, Chile, Colombia y Perú, renovaron sus

impulsos y planteamientos, mediante una mayor apertura de los mercados, el fortalecimiento de las instituciones y la seguridad jurídica.

Contrariamente, Argentina, Bolivia, Ecuador y Venezuela adoptaron posturas menos favorables, estableciendo obstáculos fiscales y legales para disuadir o retirar la confianza por parte de los inversores. Pero este proceso ha revertido ampliamente, comenzando por Argentina con el nuevo Gobierno del presidente Mauricio Macri (2015). También Ecuador y Bolivia han variado notablemente sus posturas y ahora son muy proclives a recibir IED. Estos países reconocen su necesidad para sostener su crecimiento y nivel inversor, así como los programas sociales, que están viéndose mermados como consecuencia de la crisis que ha reducido el nivel de sus exportaciones de materias primas (petróleo, gas, metales y productos agrícolas), cuyos precios han bajado de forma notable, afectando de lleno a sus economías. La excepción la constituye Venezuela, donde las inversiones españolas y mundiales prácticamente han desaparecido.

La región ha sido y continúa siendo el mercado más natural, más rentable y con mayores perspectivas para los bancos y las empresas españolas, mientras que para Latinoamérica, la IED española sigue siendo muy importante a pesar de sus fluctuaciones y cambios estratégicos, especialmente porque es fiable, competitiva y con un alto nivel de compromiso. De ahí que el futuro de la inversión española en la región se contemple de manera positiva, incluso en países que durante los últimos años han presentado alteraciones notorias como es el

caso de Argentina, que se situó como el primer destino inversor a lo largo de la década de 1990, para representar actualmente un 2 por 100 del total de la IED española.

En cuanto a las preocupaciones, estas claramente se han desplazado a Brasil, donde se encuentran la mayor cantidad de inversiones españolas en Latinoamérica, por ser el destino favorito de las empresas hasta fechas recientes. Por tales motivos, ha sido fuente de importantes beneficios, tendencia que se ha reducido a causa de la creciente inestabilidad macroeconómica, representada por una creciente inflación, devaluación cambiaría así como largos y costosos procedimientos administrativos, que han llevado al país a la mayor desaceleración de las últimas décadas con un decrecimiento del PIB estimado en 2016 del -3,5 por 100, a lo que se debe agregar la situación política, cuya gravedad es motivo de una mayor preocupación.

Actualmente, Colombia y Perú encabezan la lista de destinos preferidos por las empresas españolas en la región. Ambas economías, tras arduos esfuerzos que continúan llevando a cabo, han conseguido fortalecer la seguridad jurídica dentro de sus fronteras, cosa que, juntamente con un logrado equilibrio macroeconómico, ha creado un clima propicio que incentiva la llegada de inversiones y un buen ambiente para los negocios, como así lo atestigua el informe del Banco Mundial: *Más allá de la eficiencia 2015* (Doing Business, 2015).

Ahora bien, desde el liderazgo, conocimientos y experiencias que bancos y empresas españolas acumulan en Latinoamérica,

en cierta manera, podrían estar desaprovechando su oportunidad como mayor inversor europeo y segundo mundial, solo por detrás de EE.UU. Como muestra, tienen ante sí la apertura que comienza a deslumbrarse en Cuba, una vez que se abrió un nuevo capítulo de relaciones con los EE.UU. España debe liderar no solo las inversiones (aunque desafortunadamente Bankia debe de vender el 60 por 100 de su filial Corporación Financiera Habana, siendo deseable que la adquiriera otro banco español), sino, también, recuperar las fuertes relaciones económicas y comerciales que históricamente se han tenido con la isla.

Desde una perspectiva más amplia, más intensa y más ambiciosa, y a pesar de la crisis, o más bien precisamente por la misma crisis, España, debe emprender una «reformulación» ambiciosa de las relaciones económicas y comerciales Iberoamericanas, dotándolas de una nueva dimensión. El cambio de ciclo económico que está definiendo la nueva geografía económica global exige otras reglas de juego donde las empresas españolas deben participar activamente, y es que, exceptuando el poder militar, las empresas son determinantes en cuanto a la influencia, peso y poder de los países en la escena internacional.

La reformulación debe aprovechar la combinación de oportunidades que ofrece el gran «mercado natural» para la empresa española, que se constituye como un importante recurso «geo-económico» de España en la Unión Europea y en el mundo. Además, la intensa y afectiva relación con Latinoamérica es perfectamente compatible con la afinidad con Estados Unidos en la medida que las posiciones

de las empresas españolas, según se ha expuesto, no resultan contrapuestas.

Todos estos aspectos requieren tener una estrategia precisa hacia la región en su conjunto, pero al mismo tiempo, también, hacia cada país según sus necesidades, peculiaridades e intereses; algo que China ha sabido articular por medio de su estrategia inversora en «infraestructuras», que les ha facilitado y allanado su presencia, peso e influencia en la región, lo cual por cierto no es perjudicial para las empresas españolas, pues proporcionan mayor competitividad y seguridad a la región, aunque han provocado que la Unión Europea retroceda en cuanto a poder e influencia (29).

Potenciar, robustecer y vigorizar el espacio económico y comercial Iberoamericano en el contexto global es conducir con las *lucres largas*, y nuestro país, como las empresas, deben emplearlas hoy más que nunca.

Finalmente, nunca estará de más recalcar que las empresas, como los bancos, al «internacionalizarse en Latinoamérica», adquirieron la dimensión, las economías de escala y las fortalezas que junto con las experiencias y las habilidades en la administración de IED y por tanto en negocios internacionales, que les permitieron emprender una nueva fase de expansión internacional en otras regiones y países más desarrollados, que las convirtieron en verdaderas multinacionales globales.

Todo esto significa competir con otras reglas de juego en el tablero del ajedrez global (30), que depara nuevos retos y algunos, hasta la fecha, inimaginables. Esto provoca una visión compartida de que la economía

y las empresas españolas tienen que avanzar hacia un «nuevo modelo» más global, más multicultural, más concéntrico y con más presencia en los mercados de mayor crecimiento futuro, algunos de ellos latinoamericanos. Este modelo debe utilizar palancas como la tecnología, la innovación, la información y el conocimiento, que les permita obtener importantes mejoras de calidad, productividad, competitividad e imagen, en un mundo que se postula multipolar, multicultural y definitivamente global (31).

#### NOTAS

(1) Las ETVE son sociedades establecidas en España, cuyo «principal» objeto es la tenencia de participaciones de sociedades situadas en el exterior. Se trata de sociedades instrumentales, cuya existencia obedece a estrategias de optimización fiscal dentro un mismo grupo empresarial y en muchos casos sus inversiones carecen de efectos económicos directos. Las operaciones de inversión llevadas a cabo por este tipo de sociedades generalmente consisten en la transmisión dentro de un mismo grupo empresarial de participaciones en sociedades radicadas fuera de España. Excluyendo la inversión en ETVE, el máximo histórico de inversión española en el exterior se registró en 2006 con un volumen de 55.933 millones de euros.

(2) CASILDA y SOTELSEK (2002).

(3) BBVA, Santander, Repsol YPF, Gas Natural, Endesa, Iberdrola y Unión Fenosa.

(4) Para más detalle, véase FERREIRO *et al.*, (2008).

(5) Inicialmente, la IED de las empresas españolas, se concentró en la compra de empresas, pero desde 1999 se busca como objetivo ampliar y fortalecer las posiciones accionariales, optando para ello por las ampliaciones de capital en las filiales exteriores. Así, en el año 2000 se observa un cambio de tendencia, y las inversiones en ampliaciones de capital supera por primera vez en un 56 por 100 al destinado a la compra de empresas. *Informe de comercio exterior e inversiones internacionales*. Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. Madrid, 2004.

(6) En 1994, El TLC o NAFTA, entró en vigor, creando una de las mayores zonas de libre comercio del mundo, proporcionando las bases para un vigoroso crecimiento económico y aumento de la prosperidad de Canadá, Estados Unidos y México.

(7) En España, el crecimiento demográfico estimado hasta el año 2050 se sitúa en 800.000 personas (sin incluir la inmigración). Para Latinoamérica se calcula un aumento de 200.000.000 (BID, 2000).

(8) En concreto fueron: (i) los sectores de extracción y refino de petróleo y gas natural; (ii) producción y distribución de energía eléctrica; (iii) telecomunicaciones; (iv) banca y (v) seguros (generales y planes de pensiones).

(9) Realmente ha sido la década dorada para las inversiones y la internacionalización de las empresas y los bancos españoles. Véase Casilda (2002a).

(10) Para más detalle y un extenso análisis, véase; RUESGA y CASILDA (2008).

(11) Para más detalle, RICART *et al.*, (2012).

(12) CALDERÓN y CASILDA (1999 y 2000).

(13) Una economía estará más presente en los mercados internacionales cuanto mayor sea su grado de apertura, esto es, cuanto mayor sea la participación de la suma de las exportaciones más las importaciones en la producción nacional.

(14) Los factores que impulsaron la apertura en los años 1990 (liberalización de mercados e integración europea) dieron muestra de fatiga y se agotaron. La mayor apertura en los últimos años se apoyó más en una creciente presencia de las importaciones, y no tanto en el avance de las exportaciones, lo que refleja la paulatina pérdida de competitividad, que se ha recuperado notablemente durante los últimos años. Para más detalle véase: Índice de Tendencia de Competitividad calculado con el IPC, indicador publicado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

(15) Para más detalle, véase CASILDA (2008, 2011a, 2015a).

(16) Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. Registro de Inversiones Exteriores.

(17) Las cifras se corresponden con la inversión bruta incluyendo inversiones en las Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE). Excluyendo la inversión en ETVE el máximo histórico de inversión española en el exterior se registró en 2006 con un volumen de 55.933 millones de euros.

(18) Washington, 12 de febrero de 2000.

(19) Al CW no se le ha prestado demasiada atención en la literatura existente sobre su importancia para la internacionalización de las empresas españolas en Latinoamérica.

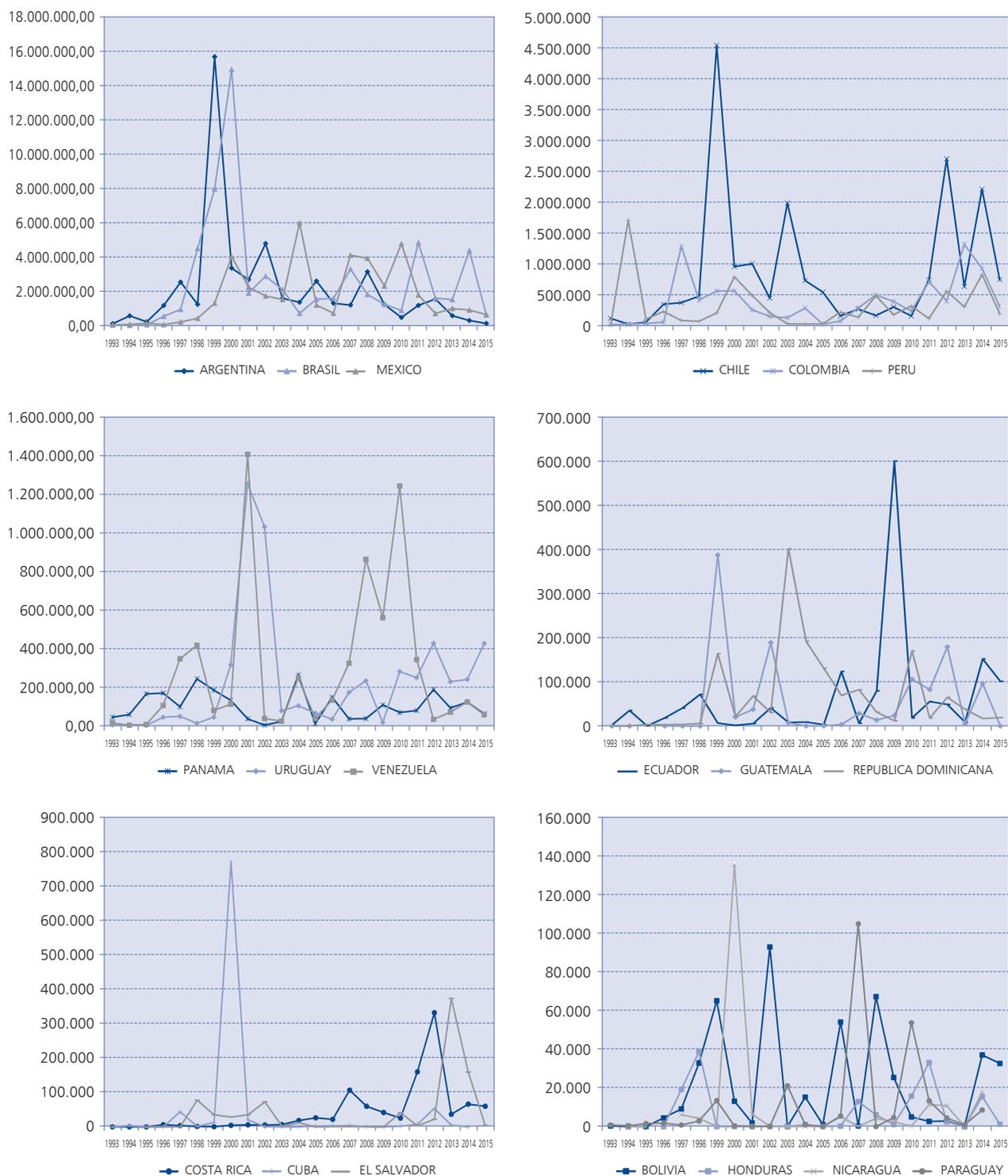
(20) Deseo agradecer la colaboración prestada para su elaboración a DANIEL SANDMEIER.

<p>(21) ESENCIALES Fundación BBVA – IVIE N° 04/2016.</p> <p>(22) Consejo Empresarial para la Competitividad. Madrid.</p> <p>(23) Para un amplio análisis, véase CASILDA BÉJAR (2011a y 2015c).</p> <p>(24) Datainvex. <a href="http://www.comercio.gob.es">www.comercio.gob.es</a></p> <p>(25) Datainvex. <a href="http://www.comercio.gob.es">www.comercio.gob.es</a></p> <p>(26) <a href="http://inversores.bbva.com/">http://inversores.bbva.com/</a></p> <p>(27) Los efectos que producen el potencial necesario para aumentar la productividad de otras empresas.</p> <p>(28) Para más detalle, véase; CASILDA (2002a).</p> <p>(29) CASILDA (2012).</p> <p>(30) CASILDA (2015c).</p> <p>(31) CASILDA (2011a).</p>	<p>— (2002c), <i>El idioma como recurso económico. El español en el mundo</i>, Anuario del Instituto Cervantes, Madrid.</p> <p>— (2004), <i>Direct investments by Spanish banks and firms in Latin America. In foreign direct investment in Latin America: the role of european investors: An update</i>. Ziga Vodusek (Editor), Banco Interamericano de Desarrollo, Washington.</p> <p>— (Editor) (2008), <i>La gran apuesta. Globalización y multinacionales españolas en América Latina. Análisis de los protagonistas</i>. Ediciones Granica, Barcelona y Grupo Editorial Norma, Bogotá.</p> <p>— (2011a), <i>Multinacionales españolas en un mundo global y multipolar</i>, ESIC Editorial, Madrid.</p> <p>— (2011b): <i>BBVA. La internacionalización en América Latina como paso para la expansión global</i>, PwC. <a href="https://kc3.pwc.es/">https://kc3.pwc.es/</a></p> <p>— (2012), <i>América Latina emergente. Economía, desarrollo, industrialización, multilatinas, geoeconomía</i>, Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.</p> <p>— (2015a), <i>Las multinacionales españolas y la importancia de sus inversiones en el mundo</i>, en: <i>Informe 2015. Posición internacional de la empresa cotizada española</i>, Bolsa y Mercados de España y Telefónica, Madrid.</p> <p>— (2015b), «América Latina y las empresas multilatinas», <i>Documentos de Trabajo Actualizado</i>, n.º 64, Instituto Universitario de Estudios Latinoamericanos, Universidad de Alcalá, Madrid.</p> <p>— (2015c), <i>Crisis y reinención del capitalismo. Capitalismo global interactivo: globalización-multinacionales-tecnología-conocimiento</i>, Editorial Tecnos, Madrid.</p> <p>CASILDA, R., y SOTELSEK, D. (2002), «Una reflexión en torno a la situación y perspectivas de América Latina», <i>Información Comercial Española</i>, n.º 799, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.</p> <p>— (2008 y siguientes años): <i>Informe Anual. La inversión extranjera en América Latina y el Caribe</i>, Santiago de Chile.</p> <p>CEPAL (2015), Alicia Bárcena: <i>Lecciones aprendidas de la IED en América Latina y el Caribe</i>.</p>	<p>CONSEJO EMPRESARIAL PARA LA COMPETITIVIDAD (2012), <i>Internacionalización de la economía española</i>, Madrid.</p> <p>DOING BUSINESS (2015), <i>Más allá de la eficiencia</i>.</p> <p>DUNNING, J. H., y NARULA, R. (ed) (2016), <i>Foreign Direct Investment and Governments</i>, London.</p> <p>DUNNING, J. H., y LUNDAN, M. (2008): <i>Multinational Enterprises and the Global Economy</i>, Edward Elgar Publishing Limited, UK.</p> <p>FERREIRO, J.; GÓMEZ, C., y RODRÍGUEZ, C. (2008): «España en la senda de inversión-desarrollo: evolución y perspectivas», en CASILDA (ed.): <i>La gran apuesta. Globalización y multinacionales españolas en América Latina. Análisis de los protagonistas</i>, Ediciones Granica, Barcelona y Grupo Editorial Norma, Bogotá.</p> <p>GIRÁLDEZ, E. (2002): <i>La internacionalización de las empresas españolas en América Latina</i>, Colección Estudios, CES, Madrid.</p> <p>GUILLÉN, F. M. (2006): <i>El auge de la empresa multinacional española</i>, Marcial Pons, Madrid.</p> <p>ICEX y AFI, (2010), <i>Internacionalización, empleo y modernización de la economía española</i>, Madrid.</p> <p>RICART, J. E.; LLOPIS, J.; GARRIDO, A., y TONIJA, G. (2012), <i>Internacionalización empresarial. Argumentos y estrategias para el directivo</i>, Fundación CEDE, Barcelona.</p> <p>RUESGA, M. S., y CASILDA BÉJAR, R. (2008), <i>Impactos de las inversiones españolas en las economías latinoamericanas</i>, Marcial Pons, Madrid.</p> <p>SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO (2004), <i>Informe de comercio exterior e inversiones internacionales</i>, Madrid.</p> <p>SUÁREZ, S. A. (2004), <i>Capitalismo y multinacionales</i>, Pirámide, Madrid.</p> <p>UNCTAD (2007), <i>Trade and Development Report, 2007, United Nations Conference on Trade and Development</i>, Ginebra.</p> <p>VELÁZQUEZ, F. J. (2004), <i>Inversión extranjera y empresas multinacionales</i>, en ALONSO, J. A., <i>Lecciones sobre economía mundial</i>, Thomson Civitas, Madrid.</p>
<p><b>BIBLIOGRAFÍA</b></p> <p>BID (2000), <i>Informe Progreso Económico y Social en América Latina</i>, Washington.</p> <p>CALDERÓN, A., y CASILDA, R. (1999), «Grupos financieros españoles en América Latina: una estrategia audaz en un difícil y cambiante entorno europeo», <i>Serie Desarrollo Productivo</i>, n.º 59, CEPAL, Santiago de Chile.</p> <p>— (2000), «The Spanish banks strategies, Latin America», <i>Review of Cepal</i>, n.º 70, CEPAL, Santiago de Chile.</p> <p>CASILDA, R. (1997), <i>La banca española. Análisis y evolución</i>, Editorial Pirámide, Madrid.</p> <p>— (2002a), <i>La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000</i>, Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones, Madrid.</p> <p>— (Coordinador) (2002b), «Las multinacionales españolas», <i>Información Comercial Española</i>, n.º 799, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.</p>		

APENDICE

GRÁFICO A.1.

EVOLUCIÓN DE LA IED ESPAÑOLA EN LATINOAMÉRICA POR PAÍSES, 1993-2015



Fuente: Datainvox.