

E S P E

INVERSIÓN EN AMÉRICA

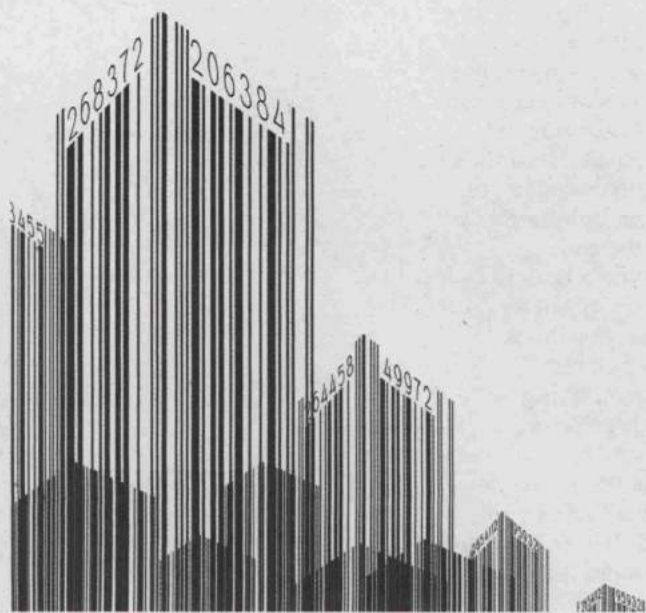
LA ESTRECHA VINCULACIÓN EXISTENTE ENTRE ESPAÑA Y LA TIERRA QUE DESCUBRIÓ COLÓN HA PERMITIDO QUE MUCHAS EMPRESAS NACIONALES SEAN LÍDERES EN LOS MERCADOS LATINOS. DESDE ALLÍ, ALGUNAS HAN CONSEGUIDO ABRIRSE PASO, TAMBIÉN, HACIA EL NORTE DEL CONTINENTE

C I A



DEL 1 AL
7 DE
ABRIL
DE 2019

**ACTUA
LIDAD
ECONÓ
MICA**



ILUSTRACIONES: GABRIEL SANZ

LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS FUERON PIONERAS EN DESCUBRIR EL 'NUEVO MUNDO'

GRACIAS AL IDIOMA Y A LOS VÍNCULOS CULTURALES, LAS COMPAÑÍAS NACIONALES CAPITALIZAN CASI EL 30% DE LOS PROYECTOS EUROPEOS EN AMÉRICA

POR CARLOS POLANCO

Los lazos son innegables. La especial relación entre España y América Latina, enormemente

reforzada por un idioma y una forma de hacer comunes, abarca también las cuestiones económicas. No es de extrañar, así, que de la inversión de origen europeo en la región, España represente un porcentaje mayor que el resto de países. El informe *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2018*, de la Comisión Económica para América Latina (Cepal), refleja que, entre 2005 y 2017, de los proyectos europeos anunciados, además de las fusiones y adquisiciones, un 29% de los contabilizados correspondían a empresas españolas. Y los cálculos estiman en 100.000 las compañías nacionales con presencia en Latinoamérica.

Las razones culturales existen, pero también hay un claro afán internacionalizador con la idea de diversificar. "Nuestras dos principales razones para hacerlo son no depender tanto de España en caso de que vuelva a producirse una recesión difícil y que el mercado en el que nos movemos es cada vez más global", explica Gonzalo Martínez de Miguel, director del Instituto de Formación Avanzada (Infova). Esta empresa, centrada en la preparación de directivos, ha abierto oficinas en Chile y Perú para dar carta de naturaleza a su expansión en el continente. "Es un crecimiento orgánico. Por idioma y hábitos comunes no encuentras diferencias entre hacer formación en Madrid o

en Lima", tal como asegura Martínez de Miguel.

Pero sería un error limitar las opciones de inversión al norte de México, el país más septentrional con la lengua española como predominante. Canadá y, sobre todo, EEUU, concentran un gran flujo de inversiones. "EEUU es el país número uno en cifra de negocios de empresas españolas y Canadá, con la firma del CETA (acrónimo anglosajón referido al tratado de libre comercio sellado con la Unión Europea) puede ser una puerta de entrada hacia el mercado americano", considera Ignacio Bartolomé, director global de Operaciones de la consultora especializada en internacionalización How2Go. En 2016, el *stock* de la posición inversora de España en EEUU fue de 18.256 millones de euros; en México, de 6.103 millones; y en Brasil, de 3.509 millones, según los datos recopilados por la Secretaría de Estado de Comercio.



El problema es que la situación económica es inestable en algunos puntos del continente, como Cuba y Venezuela, aunque al mismo tiempo es posible encontrar interesantes excepciones. México o Colombia llevan años en la vanguardia inversionista. EEUU y Brasil, pese a sus polémicos líderes, también pasan por un buen momento. En el caso de Donald Trump, podría plantearse que su retórica proteccionista no es la más adecuada para los intereses españoles en el continente. "Pero su política no afecta a la inversión, aunque sí a las exportaciones. Las empresas españolas

han conseguido entrar en sectores muy potentes allí, como el hotelero o el de las energías renovables", indica Bartolomé. También hay otras naciones, de menor tamaño, en las que la inversión española es prácticamente inexistente, como San Cristóbal y Nieves o Belice.

"Buscamos países solventes, desde del punto de vista político y financiero, con talento de gestión, grandes marcas y una madurez mínima", añade Jorge Martínez-Arroyo, presidente de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente (DEC), que acaba de comenzar su expansión por América. Un camino, dicho sea de paso, que muchos de sus asociados ya habían emprendido: "Más de la mitad tiene presencia en Latinoamérica, sobre todo, en Brasil, Chile y México", añade.

Aun así, el citado informe de Cepal advierte de que el atractivo de América Latina cotiza a la baja. "El crecimiento de la inversión española en la zona en 2018 se ha situado en torno al 0,6%, una cifra considerablemente inferior al crecimiento que experimentó el año anterior, cuando alcanzó un 12%",

explica Bartolomé. Aunque, añade, "las perspectivas para 2019 son mejores", gracias, entre otros motivos, al mayor interés existente entre las compañías españolas por ciudades como Bogotá.

LÍDERES SECTORIALES. La intervención de importantes empresas nacionales en sectores muy competitivos de América es destacada. Así, los sectores con una mayor influencia española son el financiero, el energético, las telecomunicaciones, las manufacturas, las infraestructuras, los bienes de equipo, la alimentación y los automóviles.

La industria de la energía ejemplifica lo provechoso que puede resultar la colaboración de multinacionales con pymes y *start up*. "Las grandes empresas se convierten en punta de lanza y traccionan a un buen número de pymes, que aportan su destacado conocimiento en los grandes proyectos", comenta Bartolomé. Compañías como Endesa, Iberdrola o Gas Natural han señalado el continente como una enorme oportunidad de negocio. Sin olvidar

Sudamérica –donde Brasil se erige como el mayor filón–, la inversión en Centroamérica y Norteamérica ha aumentado en los últimos años.

La buena salud de los bancos españoles en el continente también es reseñable. BBVA es una muestra de saber hacer, primero con su desembarco en América Latina, para acabar asentándose en EEUU y convertirse, a través de su filial Compass, en uno de los 25 bancos más importantes del país. Santander, por su parte, no sería lo que es sin Brasil, su primer mercado: de los 7.810 millones de euros que ganó en 2018, un 33%, 2.600 millones, corresponden al país más extenso del cono sur.

Hay muchos más ejemplos, como Mapfre, Gas Natural, Repsol, Telefónica, Inditex o Meliá. "Son empresas que disfrutan de una muy buena reputación en Latinoamérica como líderes en sus respectivos sectores. El *Ranking Merco Latam* incluye 30 firmas españolas entre las 200 que aparecen", según Bartolomé. Este dato explicita el peso que tiene el músculo español en un continente donde las oportunidades de inversión y negocio abundan. ■

