



*La internacionalización de las multilatinas:
factores motivantes de su inversión en España*

Trabajo de Fin de Grado
Relaciones Internacionales

Alumna

Patricia Cavanillas Schlösser

Director

D. Pablo Biderbost Moyano

11 de marzo de 2015

Curso 2014/2015

Doble Grado en Relaciones Internacionales y Traducción e Interpretación

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Universidad Pontificia Comillas (Madrid)

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Finalidad y motivos	4
3. Estado de la cuestión y Marco teórico.....	11
3.1. Estado de la cuestión	11
3.1.1. Definición de «multilatina»	11
3.1.2. La historia de las multilatinas.....	13
3.1.3. La internacionalización de las empresas y la literatura en torno al tema	14
3.2. Marco teórico.....	19
3.2.1. Razones vinculadas a las economías de origen	19
3.2.2. Razones vinculadas a la economía de destino	20
3.2.3. Razones vinculadas a la empresa	23
4. Objetivos y pregunta.....	26
5. Metodología.....	27
5.1. Técnicas de recolección.....	27
5.2. Técnicas de análisis	29
6. Análisis y discusión	31
6.1. La internacionalización de las empresas peruanas hacia España	32
6.2. La internacionalización de las empresas argentinas hacia España.....	36
Estudio de caso: ARCOR (Argentina).....	40
6.3. La internacionalización de las empresas brasileñas hacia España	42
Ejemplo de empresas brasileñas en distintos sectores productivos.....	45
Estudio de caso: Alpargatas (Brasil)	46
7. Conclusiones y propuestas	49
Bibliografía.....	54

ÍNDICE DE SIGLAS Y ACRÓNIMOS

BCS	Bolsa de Comercio de Santiago
BM&FBOVESPA	Bolsa de Mercados Futuros y Valores de São Paulo
BRICS	Brasil, Rusia, India, China, Sudáfrica
CAF	Corporación Andina de Fomento
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CONAPRI	Consejo Nacional de Promoción de Inversiones de Venezuela
ICO	Instituto de Crédito Oficial
IED	Inversión Extranjera Directa
IMF	International Monetary Fund
ISI	Industrialización por Sustitución de Importaciones
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
NAFTA	North American Free Trade Agreement
NASDAQ	National Association of Securities Dealers Automated Quotations
NYSE	New York Stock Exchange
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
SEGIB	Secretaría General Iberoamericana
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development

1. INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado en el que vivimos, la circulación de bienes y capitales está cobrando una relevancia creciente. En este sentido, podemos ver que las empresas, cada vez más, se encuentran presentes en distintos países además del de origen. Este es el caso de las multilatinas, empresas líderes en sus mercados que están expandiendo sus actividades no solo hacia otros países de su región, sino también hacia otros continentes. Por esta razón, podemos identificar muchas empresas procedentes de Latinoamérica que hoy se encuentran trabajando en nuestro país.

Este fenómeno de internacionalización de empresas, por un lado, tiende a crear una cierta interdependencia entre los países, lo que se identifica como característica básica de la globalización. Por otro lado, produce efectos positivos tanto en el país de origen como en el de destino. En el caso concreto de España como país de destino, la llegada de grandes empresas está aumentando la inversión en nuestra economía y está fomentando la creación de puestos de trabajo. Además, la reciente expansión hacia España de empresas del continente latinoamericano en concreto está a su vez aportando beneficios a nuestra economía. Estos efectos se estudiarán a lo largo de este trabajo.

Es interesante, entonces, conocer los motivos que han llevado a estas empresas a invertir en España, para poder potenciarlos y atraer una mayor inversión. Por esta razón, nuestra investigación tratará de identificar las condiciones que han propiciado que las multilatinas elijan España como destino de sus capitales.

Comenzaremos analizando las características del escenario internacional actual y la importancia del tema que nos concierne, justificando, de esta forma, la finalidad del trabajo. Pasaremos, después, a investigar qué se ha estudiado sobre el asunto en cuestión, para, así, crear un marco teórico en el que encuadraremos nuestras pesquisas. Finalmente, analizaremos varios países y multilatinas para conseguir nuestro objetivo: identificar los factores que han atraído la inversión de las multilatinas. Esto se llevará a cabo para, en la conclusión, desarrollar unas recomendaciones que podrían servir para continuar atrayendo, y aumentar, el nivel de inversiones del exterior.

2. FINALIDAD Y MOTIVOS

Como ya hemos mencionado en la introducción, este trabajo se centra en la internacionalización de las multilatinas, más concretamente, en la internacionalización de estas hacia España. Consideramos que este asunto es de alta relevancia no solo para nuestro país, sino también para el resto del mundo. Debido a ello, a continuación se expondrán una serie de razones que justifican la importancia, para la comunidad internacional en su conjunto, del asunto que trataremos. Estos motivos servirán para aclarar al lector por qué se ha decidido realizar un estudio sobre el tema del que trata nuestro trabajo: la internacionalización de las multilatinas hacia España.

En primer lugar, una de las razones más claras que justifican la importancia del asunto que se estudiará es el crecimiento de los países emergentes. En la última década hemos sido testigos del crecimiento exponencial de estos Estados. Antes, los países más pobres de África, América Latina y Asia prácticamente no eran tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones económicas a nivel mundial. A día de hoy, estos países gozan de una relevancia sin precedentes en las relaciones internacionales. Prueba de ello es el cambio que ha sufrido el equilibrio de poder global, que ha pasado de contar con un número reducido de centros financieros a conformarse como un sistema multipolar (Pastor, 2013) en el que los más beneficiados han sido los países emergentes, puesto que se les ha empezado a tomar en consideración y, en cierta manera, tienen mucho más poder a nivel internacional.

Dentro de los países emergentes, cabe destacar al grupo de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), que concentran el 40 % de la población del mundo y que están tomando las riendas de la política económica mundial¹. Además, consideramos relevante mencionar que estos países no solo han recibido un gran porcentaje de la inversión extranjera directa (IED) del mundo, sino que también son grandes inversores fuera de sus fronteras. Según el *World Investment Report 2014* (UNCTAD, 2014, pág. ix), los flujos salientes de IED por parte de los países en vías de desarrollo han alcanzado niveles récord, ya que el pasado año invirtieron 553 000 millones de dólares estadounidenses, lo que supone el 39 % del total de IED mundial. En nuestro caso, de los BRICS el país que más nos interesa es Brasil, ya que es el único

¹ Un dato relevante en relación con los BRICS es que, en 2010, las economías emergentes recibieron la mitad de la inversión extranjera directa (IED) del mundo (Casanova Seuma, 2011, pág. 22).

de estos que forma parte de América Latina y puesto que es la segunda economía emergente del mundo después de China y la quinta economía a nivel mundial (Casanova Seuma, 2011, pág. 22). Como hemos podido comprobar mediante los datos aportados, la importancia que están cobrando los países emergentes en la economía global en su conjunto es cada vez mayor, de ahí el interés de nuestro análisis.

En segundo lugar, otra de las razones que dotan de relevancia a nuestra investigación es la posición que ocupa América Latina en el mundo. En este sentido, consideramos relevante destacar, por un lado, el crecimiento constante de su PIB desde 2003, interrumpido únicamente en 2009 y 2012, con retrocesos prácticamente insignificantes, y, por otro lado, las previsiones de crecimiento medio anual del 4,1 % para esta zona (IMF, 2014). Además, de acuerdo con un estudio conjunto de la CEPAL y la SEGIB (2012, pág. 21) los niveles de déficit y endeudamiento de América Latina se encontraban tan solo en el 33 % en 2011, lo que supone menos de la mitad de la tasa registrada en nuestro país (68 %) en ese mismo año². En cuanto al patrón exportador, el citado estudio nos presenta dos tendencias diferenciadas: en América del Sur, las exportaciones se centran en los productos del sector primario (minerales, productos agrícolas)³, mientras que en México y Centroamérica, destacan las manufacturas⁴. En lo que respecta a uno de los sectores más importantes de Latinoamérica, la minería, es importante destacar que de las diez mayores empresas mineras del mundo, por ventas, en 2011, tres de ellas pertenecían a esta región: Vale, Codelco y Grupo México. Finalmente, América Latina se ha desarrollado de forma notable en las últimas décadas, a nivel económico principalmente, pero también más allá, como en energías, telecomunicaciones⁵, etc. Apoyándonos, pues, en los datos que acabamos de exponer, podemos comprobar cómo esta zona del mundo ha logrado un gran avance en términos económicos y de desarrollo, así como una creciente importancia en la economía

² Actualmente esta tasa en nuestro país es incluso mayor.

³ Los principales productos exportados por esta zona del mundo son el cobre, los minerales de metales comunes y sus concentrados, las semillas oleaginosas, las frutas y nueces, las carnes y el mineral de hierro. Además, la exportación de estos productos ha crecido de forma ininterrumpida desde 1990 (CEPAL y SEGIB, 2012, pág. 30).

⁴ México y Centroamérica exportan principalmente equipos de telecomunicaciones, autopartes y vehículos de transporte, también en constante crecimiento desde 1990 (CEPAL y SEGIB, 2012, pág. 31).

⁵ En lo relativo al avance y crecimiento de Latinoamérica, nos gustaría mencionar ciertos datos que nos han parecido llamativos para ilustrar la idea que acabamos de presentar. En primer lugar, el hecho de que más del 50 % de la electricidad de América Latina proviene de fuentes renovables (sobre todo hidroeléctricas). En segundo lugar, el hecho de que se comienza a cerrar la brecha en las telecomunicaciones entre los países más avanzados y esta zona del mundo. Ejemplo de ello es que la penetración de la telefonía móvil ha aumentado del 16 % al 107 % entre 2001 y 2011 (CEPAL y SEGIB, 2012, pág. 78).

mundial. Cabe, por tanto, esperar que las empresas pertenecientes a esta zona del mundo compartan esta gran relevancia. Además, vemos cómo América Latina está creciendo a un nivel muy rápido, lo que puede elevar a los países que la conforman a la primera línea del panorama económico global. Ahora que ya hemos analizado el crecimiento de la región latinoamericana, se enunciará otra de las razones que justifican la importancia del objetivo de este estudio: analizar qué ha motivado la inversión de las multilatinas en nuestro país.

En tercer lugar, derivado de la justificación anterior, encontramos otra razón que muestra la relevancia del tema tratado. Se trata del crecimiento de las multilatinas en general. Aparte de Brasil dentro de los BRICS, mencionados previamente, encontramos otras economías latinoamericanas con gran importancia a nivel mundial, como puede ser México, cuyas empresas multinacionales son muy dinámicas y se están expandiendo por todo el globo. Prueba de ello es la empresa Bimbo, perteneciente a este país, que se encuentra entre las empresas, dentro de los países en vías de desarrollo, que más invierten fuera de sus fronteras, junto con la brasileña Odebrecht y la china Huawei (Casanova Seuma, 2011, pág. 22).

En el primer puesto del Ranking de Multilatinas de la revista *América Economía*⁶ (2014b) también podemos encontrar una empresa mexicana, Cemex. Esta multilatina produce materiales de construcción y se encuentra presente en América, Europa, África, Oriente Medio y Asia. Además, cuenta con una plantilla de más de 43 000 empleados y unas ventas anuales por valor de 15 230 millones de dólares estadounidenses (Cemex, 2014). En las primeras posiciones del ranking destaca además la empresa chilena de aerolíneas Latam, que posee una flota de 310 aviones, una plantilla de más de 51 000 empleados y que cotiza en la Bolsa de Comercio de Santiago (BCS), en la Bolsa de Nueva York (NYSE) y en la Bolsa de Mercados Futuros y Valores de São Paulo (BM&F BOVESPA) (Latam Airlines Group, 2014). También en puestos altos podemos encontrar la brasileña Grupo JBS-Friboi, que, con una plantilla de más de 141 000 trabajadores en 2013, es el líder mundial en producción de carne de vacuno, aves de

⁶ Cada año, la revista *América Economía* confecciona un ranking de 100 multilatinas que calcula los progresos de estas empresas en su proceso de globalización, teniendo en cuenta datos del ejercicio anterior. Para ello, se toman en consideración cuatro dimensiones: la fuerza comercial, los empleados en el exterior, la cobertura geográfica y el potencial de crecimiento. Cada una de ellas cuenta un porcentaje sobre 100: 25, 25, 20 y 30 %, respectivamente. Los datos se obtienen directamente de las empresas; sin embargo, cuando no existen se realizan estimaciones o se emplean valores mínimos. (América Economía, 2014a).

corral y cordero (JBS, 2014). En el quinto lugar, se sitúa la chilena Sudamericana de Vapores (CSAV), que es una de las compañías navieras más antiguas del mundo y una de las mayores de Sudamérica (CSAV, 2014). Finalmente, también en la zona más alta del ranking, encontramos dos empresas argentinas: Tenaris y Ternium⁷, ambas fabricantes de productos de acero para la industria, con operaciones en toda Latinoamérica y buena parte del resto del mundo (Tenaris, 2014; Ternium, 2014). Gracias a la información aportada sobre algunas multilatinas, podemos comprobar que estas empresas están en constante crecimiento y expansión y que su importancia en el escenario global es cada vez mayor, de ahí que nuestro trabajo cobre especial relevancia.

Hasta ahora, hemos analizado los factores de la economía global que dotan de importancia al tema que nos concierne. Sin embargo, también existen razones más centradas en nuestro país y en los efectos que tiene la inversión de las multilatinas en España que justifican y corroboran la relevancia del tema que tratamos en esta investigación.

En cuarto lugar, entonces, nos centramos en la internacionalización de estas empresas hacia nuestro país, España. Consideramos que es importante conocer una consecuencia prácticamente directa de la crisis económica que azotó las economías occidentales desde 2007 aproximadamente: las reformas estructurales llevadas a cabo por el gobierno de D. Mariano Rajoy⁸. Estas reformas están centradas sobre todo en las pequeñas y medianas empresas, ya que buscan promocionar el emprendimiento. Sin embargo, han tenido un impacto indirecto en las multilatinas, quienes se han visto beneficiadas por esta reforma. Las medidas promulgadas por el gobierno de D. Mariano Rajoy (y previamente por D. José Luis Rodríguez Zapatero) han conseguido crear un entorno y un entramado jurídico-institucional favorable no solo para los emprendedores, sino también para la inversión en general. Uno de los puntos de la reforma fiscal más beneficiosos para las multilatinas es que se reduce el tipo de gravamen para todas las

⁷ Ambas empresas, Tenaris y Ternium, forman parte de Techint, un grupo empresarial creado en Italia en 1945 por Agostino Rocca, un ciudadano milanés que, durante el régimen de Benito Mussolini, se dedicaba a la gestión de siderúrgicas estatales y que se exilió a Argentina tras la derrota del fascismo. Para hacernos una idea del tamaño y potencial de este grupo, queremos destacar el hecho de que en 2013, el grupo facturó 25 mil millones de dólares y empleó a 76 000 personas (Rebossio, 2015).

⁸ Dentro de las reformas estructurales encontraríamos también las medidas tomadas por el gobierno de D. José Luis Rodríguez Zapatero a partir de mayo de 2010.

empresas de forma progresiva, desde el 30 % actual hasta el 25 % en 2016⁹. Además, para fomentar la investigación y el desarrollo, se refuerzan las deducciones relacionadas con I+D+i (Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, 2014, pág. 9). Como hemos podido comprobar, el hecho de que en España se beneficie a las pymes y se promoció el emprendimiento ha tenido un efecto positivo también para las multinacionales, quienes han aprovechado las reformas en su beneficio.

Dentro de las reformas estructurales, tenemos que referirnos también a la reforma laboral, que ha afectado de forma positiva a las multilatinas. Entre las medidas más beneficiosas podemos encontrar la facilitación de la residencia, que agiliza los trámites necesarios para conseguir un permiso de trabajo en nuestro país. Este punto se encuentra dentro de la Ley de Apoyo al Emprendedor y su Internacionalización, que «prevé un nuevo régimen de visados y autorizaciones de residencia para impulsar la atracción de talento e inversión» (Gobierno de España, 2013, pág. 9).

Aunque todavía es pronto para conocer el efecto real de las medidas implementadas en el marco de las reformas estructurales, consideramos, como hemos dicho previamente, que las multilatinas se verán beneficiadas en gran manera por estas nuevas medidas de fomento del emprendimiento y la inversión. De hecho, a continuación vamos a analizar los cambios que han tenido lugar en la IED a nivel mundial porque consideramos que las reformas han influido en cierta manera en el proceso global de inversión de flujos que está teniendo lugar actualmente.

En quinto lugar, pues, nos centramos en la inversión extranjera directa. Tras las grandes caídas de 2008 y 2009, la IED vuelve a crecer con paso firme: se ha incrementado desde los 1,19 billones de dólares registrados en 2009 hasta los 1,52 billones en 2011 (CEPAL y SEGIB, 2012, pág. 41). Centrándonos en América Latina, cabe destacar el aumento del 20 % en 2011 respecto al año anterior, si bien la IED sigue siendo mayor en las economías emergentes de Asia.

No obstante, es necesario y muy relevante analizar también la inversión que se hace desde Latinoamérica. Según el *World Investment Report 2014* (UNCTAD, 2014, pág. 6), los flujos de IED desde América Latina y el Caribe decrecieron un 8 % con

⁹ El tipo de gravamen actual para las sociedades es del 30 %. De manera progresiva se irá reduciendo. Así, en 2015, será del 28 % y, en 2016 se llegará al 25 % anunciado (Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, 2014, pág. 10).

respecto a 2013¹⁰. Este mismo informe atribuye el descenso a dos razones principales: por un lado, el declive de las fusiones transfronterizas y, por otro, el gran crecimiento de los reembolsos de los créditos de las filiales en el extranjero a las empresas matriz en Brasil y Chile, principalmente. Sin embargo, esta tendencia no es uniforme en todo el continente, puesto que, por ejemplo, las multilatinas colombianas han duplicado sus fusiones transfronterizas y, además, las multilatinas de países del Caribe han incrementado sus inversiones en el extranjero en un 4 %, siempre de acuerdo con la información proporcionada por el informe de la UNCTAD (2014, pág. 7). Con estos datos podemos hacernos una idea de los movimientos de inversión que se realizan tanto desde como hacia el sur del continente americano. Hemos visto, además, que la inversión de las multilatinas en el extranjero ha provocado un aumento de los flujos de inversión desde América Latina, fenómeno que estudiaremos a continuación.

En sexto lugar, entonces, analizamos el cambio de dirección de los flujos de internacionalización de las empresas. Hace años, eran las empresas de nuestro país las que invertían en América Latina, bien porque los factores de producción eran más baratos o bien porque existían fuertes vínculos históricos. Sin embargo, hoy en día esta dirección se ha revertido y ahora son las empresas latinoamericanas las que invierten en nuestro país y en el resto del mundo. Consideramos relevante mencionar este hecho, puesto que nos muestra la importancia ascendente de esta región, una importancia que, con seguridad, se seguirá acrecentando en los próximos años. Además, consideramos que este cambio en la dirección de los flujos se debe, en cierta manera, a las reformas implementadas por los últimos gobiernos de nuestro país. Este aumento de la inversión hacia España nos ha aportado notables beneficios.

Es por esto que, en séptimo y último lugar, analizamos la importancia de la IED en términos de empleo. La llegada de grandes empresas, como las multilatinas, da trabajo a un gran número de personas, lo que se traduce en una menor tasa de desempleo para el país. A su vez, esto impulsa la economía, dado que si los ciudadanos tienen trabajo, tendrán un salario que gastar y, por tanto, comprarán bienes, lo que nos lleva a una reavivación de la actividad económica. Esto no solo ocurre a nivel nacional; en nuestro caso, la internacionalización de las empresas latinoamericanas ha proporcionado puestos de trabajo tanto en los países de origen como en los países de

¹⁰ Si no tenemos en cuenta los centros financieros *offshore*, la IED realizada desde América Latina se ha reducido un 31 % con respecto a 2013 (UNCTAD, 2014, pág. 6).

destino de su inversión. Por poner un ejemplo, en España, la mexicana Bimbo posee 10 fábricas donde emplea a unos 3 600 trabajadores (Bimbo, 2014). Esto supone un impulso a la ocupación en nuestro país, que sufre un grave problema de desempleo, con cifras que alcanzan tasas mucho más altas que las de la zona euro¹¹. Por esta razón, el tema de nuestra investigación, la inversión de las multilatinas en España, es tan importante para nuestro país, puesto que se agradece enormemente la inversión extranjera en un contexto hostil como el que hemos sufrido y del que parece que comenzamos a salir.

En resumen, como se ha podido comprobar, las multilatinas son uno de los actores más importantes en el comercio internacional y la economía mundial. Su importancia no solo se debe a factores como su volumen de ventas o sus inversiones en el extranjero, sino que también es interesante estudiarlas porque su internacionalización es un fenómeno bastante novedoso sobre el que todavía no existen demasiadas investigaciones, como se verá en la sección inmediatamente posterior a esta. En el mundo, las multilatinas mueven una gran parte de los capitales globales. En España, varias de ellas han comprado empresas españolas que se encontraban en una mala situación o se han establecido en nuestro país, lo que las convierte en otro elemento importante de nuestra economía. Como podemos comprobar, este tema es relevante tanto a nivel global como a nivel nacional, por lo que consideramos que es muy interesante estudiar qué factores han motivado la inversión de las multilatinas en nuestro país para poder, así, identificar ciertos aspectos que se podrían mejorar o fomentar en España para promover la inversión de este tipo de empresas, lo que se hará al final de este trabajo.

A continuación, analizaremos qué son las multilatinas y los estudios que se han hecho acerca del tema tratado en este trabajo. De esta forma, podremos formar un marco sobre el que trabajaremos a lo largo de la investigación.

¹¹ En España, la tasa de paro en el tercer trimestre de 2014 se situó en el 23,67 % de la población activa (INE, 2014), mientras que en la Unión Europea se encuentra tan solo en el 10,1 %, menos de la mitad que en España (Eurostat, 2014).

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

Acabamos de estudiar la importancia de investigar sobre la inversión de las multilatinas no solo en el mundo, sino también en nuestro país. Sin embargo, para analizar la internacionalización de las multilatinas hacia España es necesario conocer algunas de sus características. Es por esta razón que en esta sección analizaremos el estado en el que se encuentra la cuestión que nos concierne. Comenzaremos hablando brevemente del término «multilatina» y después pasaremos a investigar el origen de estas empresas. Además, se analizará su salto al mercado internacional. Por último, se observarán y comentarán otros estudios previos sobre internacionalización de multilatinas. Así, podremos conocer más de cerca el tema sobre el que versa este trabajo: la inversión de las multilatinas en España.

Más adelante, en el Marco teórico, se analizarán las razones de la internacionalización de las empresas presentadas por distintos estudiosos de la materia. De esta manera, conseguiremos crear un marco en el que se encuadrará nuestra investigación.

3.1. Estado de la cuestión

3.1.1. Definición de «multilatina»

Dada la corta historia de las empresas multinacionales latinoamericanas, existen distintas formas de delimitar las características del término «multilatina». Aunque un gran número de autores haya hablado sobre este fenómeno, en esta investigación nos centraremos solo en las definiciones que han dado algunos de ellos, ya que nos parece que son las que más se ajustan a lo que buscamos.

En primer lugar, según Cuervo-Cazurra¹² (2010, pág. 16), una multilatina es «una empresa con origen en economías del continente americano que fueron colonizadas por España, Portugal o Francia, y que tienen operaciones de valor añadido fuera de su país de origen». Como se puede observar, esta definición es clara y concisa y describe las dos características principales de las multilatinas (origen en el continente americano y operaciones fuera de su país de origen).

¹² A la hora de hablar sobre multilatinas, es imprescindible referirse a este autor, Álvaro Cuervo-Cazurra, puesto que se trata de un investigador de gran relevancia que ha estudiado muy cerca la internacionalización de las empresas. Además, Cuervo-Cazurra muestra un especial interés en la internacionalización de las empresas de las economías emergentes, marco en el que se encuentran las multilatinas. Para obtener más información sobre este autor y sus obras, recomendamos visitar su página web: <http://www.cuervo-cazurra.com/>

En segundo lugar, encontramos la definición de la revista *América Economía* que define el término para elegir las empresas que tiene en cuenta en su ranking de multilatinas (América Economía, 2014a). La definición que propone se centra en dos factores: «aquellas empresas con ventas por sobre US\$ 250 millones anuales, que tienen operaciones en al menos otro país latinoamericano además del de origen». Además, esta misma revista considera que existe un patrón recurrente en las multilatinas del ranking¹³; no obstante, no se aplica a este estudio puesto que nuestro objetivo no es analizar cómo son las multilatinas que invierten en España, sino por qué lo hacen.

En tercer lugar, también podríamos considerar la definición de Casanova Seuma (2011, pág. 23), que define las multilatinas en términos históricos, es decir, para ella, las multilatinas comienzan a ser tal cuando expanden sus actividades por la región. Este momento coincide con la primera de las fases de internacionalización de las empresas latinoamericanas que esta autora identifica. La definición que propone es la siguiente: «El término multilatinas se empezó a usar en esa época [1970-1990] y definía aquellas empresas latinoamericanas que habían empezado su expansión en la región» (Casanova Seuma, 2011, pág. 23).

En cuarto y último lugar, otra de las definiciones de «multilatina», que se saldría un poco de las que hemos visto hasta ahora pero que nos parece interesante comentar para demostrar la enorme variedad de definiciones del término «multilatina», es la de Santiso (2008, pág. 9), que considera que las empresas españolas también tendrían que ser consideradas multilatinas. Esta es la definición que propone: «empresas de países latinos de Europa o América que registraron un enorme crecimiento e internacionalización [en la década de 1970]» (Santiso, 2008, pág. 9).

Como podemos observar, no existe una definición concreta comúnmente aceptada para el término «multilatina», sino que cada autor toma en consideración los aspectos de este tipo de empresas que cree más relevantes. En nuestro estudio, utilizaremos la definición de Cuervo-Cazurra, ya que es la que más se ajusta a las características de mayor relevancia para nuestra investigación. La definición aplicable, por tanto, será la

¹³ Algunas de las características que reunirían las cien multilatinas principales serían: que son «principalmente brasileñas, productoras de alimentos y exportadoras» (América Economía, 2014a). Consideramos que aunque estas características sean relevantes desde el punto de vista del estudio que lleva a cabo *América Economía*, para nuestra investigación no lo son tanto, puesto que nos centraremos en ciertas multilatinas que invierten en España, por lo que no necesariamente tienen que ser las más grandes (en términos de inversiones, expansión geográfica, etc) o pertenecer a Brasil.

siguiente: «una empresa con origen en economías del continente americano que fueron colonizadas por España, Portugal o Francia, y que tienen operaciones de valor añadido fuera de su país de origen».

3.1.2. La historia de las multilatinas

A continuación y a colación de la definición que acabamos de proponer, analizaremos el origen de las multilatinas. Además, estudiaremos su desarrollo para conocer un poco mejor su historia, desde su aparición hasta el momento de su internacionalización.

Estas empresas nacieron entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Su aparición se vio impulsada por las inversiones del sector privado de los países latinoamericanos, así como por la intervención del Estado, de la que hablaremos más adelante. Los empresarios de estos Estados consideraban que era su responsabilidad desarrollar el país desde dentro, invirtiendo y utilizando tecnologías de vanguardia.

No obstante, un factor determinante en el desarrollo de las multilatinas y que, desde luego, tuvo un gran impacto en su internacionalización, es la industrialización dirigida por el Estado, más conocida como Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI)¹⁴. Estas políticas se impusieron en Latinoamérica principalmente entre el final de la Segunda Guerra Mundial y los años 70. Pretendían convertir las manufacturas en el motor de la economía. Además, fomentaban una gran intervención por parte del Estado, para poder proteger a las industrias nacionales y poner barreras a la importación de productos de otros países. Bértola y Ocampo (2010, pág. 151) destacan dos características principales de esta época: «el foco creciente en la industrialización como eje del desarrollo y la ampliación significativa de las esferas de acción del Estado en la vida económica y social». La adopción de estas medidas supuso un impulso para las empresas de América Latina, puesto que se crearon muchas compañías nuevas con el fin de cubrir la producción de productos previamente importados. La importancia de las políticas de ISI, por tanto, radica en que, como acabamos de apuntar, consiguieron que

¹⁴ Bértola y Ocampo (2010, pág. 151) deciden utilizar el término «industrialización dirigida por el Estado», acuñado por Cárdenas, Ocampo y Thorp (2003) y Thorp (1998) porque consideran que el más usado «Industrialización por Sustitución de Importaciones» es imperfecto. Su decisión se debe a que consideran más importante en esta época la intervención del Estado que el hecho de que se sustituyeran las antiguas importaciones por productos producidos en el interior del país. Sin embargo, para evitar confusiones, en este trabajo hemos decidido emplear el segundo término. Por tanto, se hablará de Industrialización por Sustitución de Importaciones o por sus siglas: ISI.

nacieran muchas empresas latinoamericanas y que se desarrollaran bastante, en definitiva, motivaron el crecimiento de la demanda interna.

Por otro lado, Bértola y Ocampo también consideran que fue el abandono de la ortodoxia monetaria y el alivio fiscal provocado por la moratoria de la deuda externa lo que consiguió favorecer la recuperación de la demanda interior. Así, durante esta época, las economías latinoamericanas crecieron de forma notable y superaron con éxito la crisis mundial que había afectado al mundo desde 1929.

Sin embargo, las políticas de ISI no tuvieron solo efectos positivos sobre la economía. El contrapunto a este desarrollo lo encontramos en el hecho de que las empresas no eran competitivas. Al haber estado constantemente protegidas por sus gobiernos, estas empresas no conocían la competencia de otras de países diferentes. Bértola y Ocampo (2010, pág. 172) señalan la creación de políticas por parte de los gobiernos latinoamericanos como el causante de estos problemas. Tal y como apuntan estos autores, los gobiernos de los países latinoamericanos decidieron crear bancos de desarrollo y comerciales, así como diseñar mecanismos que forzarían a las entidades privadas a destinar sus fondos hacia ciertos sectores concretos. Además, se fomentaron las empresas privadas nacionales mediante la protección y los contratos gubernamentales. Por estas razones, mientras prevalecieron estas políticas, las empresas latinoamericanas se desarrollaron y crecieron; no obstante, el problema llegó cuando los gobiernos las abandonaron, por lo que las empresas se quedaron, en cierta forma, «desnudas» ante la competencia extranjera. En este contexto, las multilatinas tenían dos opciones: desarrollarse para ser competitivas o abandonar su actividad. Debido a ello, en los años 80 las multilatinas comenzaron a competir en sus países y en su región con las empresas multinacionales de otros países. Así, llegamos a la época de los 90 cuando comenzó su internacionalización.

3.1.3. La internacionalización de las empresas y la literatura en torno al tema

Aunque la internacionalización de las multilatinas comenzó en los años 90, este fenómeno ya había tenido lugar en otros países, por lo que la expansión internacional de las multilatinas fue posterior a la de otras empresas. A continuación estudiaremos brevemente la expansión por otros países de empresas de zonas del mundo distintas. Como apuntan Fleury, Leme Fleury y Glufke Reis (2010, pág. 34), ya en los años 50 y 60 las empresas norteamericanas y europeas comenzaron su periodo de

internacionalización, y en los años 80, lo hicieron las japonesas. Se podría decir entonces, que nos encontramos ante una tercera ola de internacionalización de las empresas, en la que el turno corresponde a las empresas latinoamericanas.

Como hemos podido observar hasta ahora, gracias a los datos aportados en párrafos precedentes, ciertos autores sí han estudiado la internacionalización de las multilatinas. Además, encontramos también una amplia bibliografía sobre internacionalización de empresas en general. No obstante, el número de estudios sobre la llegada de multinacionales latinoamericanas a nuestro país, España, es bastante escaso, prácticamente inexistente¹⁵. Es por esta razón que nuestro análisis cobra especial relevancia. A continuación, se sistematizarán los estudios que se han realizado hasta la fecha sobre internacionalización de empresas y, al final de esta sección, se encontrará un cuadro que resume los datos aportados por estos estudios. De esta manera, conseguiremos contextualizar nuestra investigación en la literatura existente.

En primer lugar, encontramos los estudios sobre internacionalización de empresas en general. En la mayoría de ocasiones, los análisis sobre el tema que nos concierne se centran en analizar los flujos de IED. Este es el caso de Hymer (1960), quien lleva a cabo una investigación sobre las operaciones internacionales de las empresas. El autor realiza una distinción entre *direct investment* (inversión directa) y *portfolio investment* (inversión de cartera) para explicar por qué y de qué forma se internacionalizan las actividades de una empresa. La conclusión a la que llega Hymer es que el factor principal que causa los movimientos de capitales es la rentabilidad. Aun cuando se introducen en la ecuación el riesgo y la incertidumbre, la diferente rentabilidad de los capitales en un lugar y en otro es lo que determina la dirección del flujo de inversiones.

Otro autor que analiza la IED es Vernon (1966). En su caso, su estudio se centra en determinar en qué fase del ciclo de vida de una empresa se internacionalizan las actividades de la misma. Su conclusión es que una sociedad tiene que ser madura para poder llevar a cabo este proceso, es decir, tiene que haber realizado un «recorrido» en su

¹⁵ Aunque, como hemos explicado, la literatura relativa a la llegada de multilatinas a España es prácticamente inexistente, en septiembre de 2014, el ICEX publicó un informe titulado *España, plataforma para las inversiones y sedes de empresas multilatinas en Europa, África y Oriente Medio* en el que se estudian tanto las características de las empresas latinoamericanas que llegan a nuestro país como las razones que les han llevado a invertir aquí. No obstante, los datos contenidos en este informe son de carácter menos académico, es decir, se centran en presentar una técnica de comercio exterior, por lo que no lo tendremos en cuenta para analizarlo como literatura en torno al tema.

país para poder ser lo suficientemente «fuerte» como para desplegar sus actividades a otras zonas del mundo.

Tsai, en 1996, también se dedicó a investigar la IED, en concreto, su impacto sobre el crecimiento económico. Para ello, lleva a cabo un estudio sobre la IED en los años 70 y 80. Los resultados de esta investigación no son muy claros en cuanto a la relación entre IED y crecimiento económico; sin embargo, nos proporciona algunas razones para la internacionalización de las empresas que son muy relevantes. Estas se analizarán más adelante. Hasta ahora, hemos visto análisis sobre la internacionalización de empresas en general. No obstante, nuestro estudio se centra en las multilatinas, por lo que es necesario conocer lo que se ha investigado sobre ellas hasta ahora.

En segundo lugar, por tanto, se encuentran los estudios sobre multilatinas en concreto. Estos analizan, sobre todo, las fases de la internacionalización de las empresas de esta zona y no tanto las razones por las que lo hacen. Entre los autores más destacados encontramos a Cuervo-Cazurra, quien, en 2010, publicó un artículo titulado *Multilatinas*, en el que estudia su aparición así como su proceso de internacionalización. Su conclusión es que, aunque conocemos bastante de estas empresas, aún falta un largo camino por recorrer en su estudio, puesto que siguen quedando muchos interrogantes sin responder¹⁶.

No obstante, este autor cree identificar unas fases diferenciadas en el proceso de internacionalización de las multilatinas. En primer lugar, reconoce la existencia de empresas latinoamericanas con presencia en otros países de la región ya a finales del siglo XIX. Ejemplo de ello es la empresa argentina Alpargatas, que desde 1890 cuenta con una subsidiaria en el extranjero (Cuervo-Cazurra, 2010, pág. 23). En segundo lugar, este autor menciona la época de las ya citadas políticas de ISI, durante la cual, la internacionalización de las multilatinas se vio restringida debido a la falta de presiones por ser más competitivas y expandir sus actividades. Finalmente, en tercer lugar, encontramos las reformas pro-mercado de los años 80, que permitieron la conversión de las empresas latinoamericanas en multilatinas.

¹⁶ Algunas de las preguntas a las que Álvaro Cuervo-Cazurra considera que aún no se ha encontrado respuesta, aunque la internacionalización de las multilatinas sea un tema bastante estudiado, serían las siguientes: por qué los productos tienen limitaciones por llevar la etiqueta «Hecho en Latinoamérica», por qué los países latinoamericanos están restringiendo el crecimiento de las mismas, qué será de ellas en el futuro, etc. (Cuervo-Cazurra, 2010, pág. 31).

Por otro lado, no podemos dejar de mencionar en este análisis a Casanova Seuma (2011), que ha estudiado a fondo las fases de la internacionalización de las multilatinas. Esta autora distingue tres fases que se podrían resumir de la siguiente forma. En primer lugar, entre 1970 y 1990, las empresas latinoamericanas comenzaron a expandir sus actividades por la región, es decir, se internacionalizaron hacia países vecinos dentro de América Latina.

En segundo lugar, se enfrentaron a los años del Consenso de Washington (aproximadamente entre 1990 y 2002), en los que el Grupo Banco Mundial llamó a los países a impulsar programas de reformas estructurales como condición para seguir recibiendo préstamos de sus instituciones. Como apunta Paramio (2003, pág. 7), esto «supuso la aceptación de un nuevo modelo económico en el que el Estado ya no garantizaba protección frente a gran parte de los avatares del mercado». En esta época, además, las empresas de otros países llegaron a Latinoamérica, lo que provocó un desarrollo de las multilatinas, esto es, se hicieron mucho más competitivas. Este aumento de su competitividad se debió a los dos factores que acabamos de comentar: por un lado, las reformas estructurales propiciadas por el Consenso de Washington hicieron que las multilatinas se vieran desprotegidas por sus Estados y tuvieran que desarrollarse; por otro lado, la llegada de empresas de otros países tuvo el mismo efecto: motivó la competitividad de las empresas locales. Además, la creación de acuerdos de libre comercio como NAFTA o bloques comerciales como MERCOSUR facilitó la expansión de las multilatinas por zonas nuevas, como Estados Unidos o Canadá.

En tercer y último lugar, desde 2002 nos encontramos en un momento en el que las economías emergentes son cada vez más importantes en el comercio internacional, como ya apuntamos en Finalidad y motivos. Así, se ha generado un gran aumento tanto de las exportaciones desde América Latina como de las inversiones en y desde esta zona del mundo.

Hemos sistematizado, hasta ahora, los estudios sobre internacionalización en dos categorías: los que tratan sobre empresas en general y los que tratan sobre multilatinas en particular. Esto se debe a que todavía no existen apenas estudios acerca del ámbito que cubre este trabajo, esto es, la internacionalización de las multilatinas hacia España. Para aportar mayor claridad, a continuación se presenta un cuadro que resume las principales teorías acerca de internacionalización de empresas.

Tabla 1: Estudios sobre internacionalización de empresas

Ámbito de estudio	Autor	Conclusiones
Internacionalización de empresas (estudios centrados en la IED)	Hymer	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue entre inversión directa e inversión de cartera. • Concluye que es la diferencia de rentabilidad la que propicia la internacionalización de las empresas.
	Vernon	<ul style="list-style-type: none"> • Se centra en el ciclo de vida de las empresas. • Para que se internacionalicen, deben haber realizado un cierto «recorrido» y ser empresas «fuertes».
	Tsai	<ul style="list-style-type: none"> • Estudia el impacto de la inversión en el crecimiento económico. Los resultados a los que llega no son definitivos. • Sin embargo, estudia las razones de la internacionalización.
Internacionalización de multilatinas (estudios centrados en las fases de internacionalización)	Cuervo-Cazurra	<ul style="list-style-type: none"> • Tres fases en la internacionalización: <ul style="list-style-type: none"> ○ Antes del siglo XX, algunas empresas ya tenían subsidiarias en el extranjero (ejemplo: Alpargatas). ○ Políticas de ISI: limitan la internacionalización de las empresas. ○ Reformas pro-mercado (a partir de los años 80): potencian internacionalización de empresas, por fin se convierten en multilatinas.
	Casanova Seuma	<ul style="list-style-type: none"> • Tres fases en la internacionalización: <ul style="list-style-type: none"> ○ 1970-1990: expansión por su región. ○ 1990-2002: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consenso de Washington: reformas estructurales, desprotección. ▪ Llegada de nuevas empresas. ▪ Acuerdos de libre comercio o bloques comerciales. → Aumento de la competitividad. ○ 2002-actualidad: importancia creciente de las economías emergentes.

Fuente: elaboración propia

3.2. Marco teórico

En adelante, se analizará el marco teórico en el que nos moveremos, es decir, se estudiarán más a fondo las razones presentadas en los distintos estudios que ya vimos en el Estado de la cuestión. Dedicaremos unas páginas a esta tarea, puesto que será la base de nuestro análisis futuro sobre los factores motivantes de la inversión de las multilatinas en España. Para esta labor, nos basaremos en cinco autores principalmente, Hymer (1960), Vernon (1966), Tsai (1994), Mottaleb (2008) y Biderbost (2014). Las razones se presentarán en diferentes categorías: relacionadas con la economía de origen, vinculadas a la economía de destino y ligadas a la empresa.

3.2.1. Razones vinculadas a las economías de origen

En primer lugar, estudiaremos las **razones relacionadas con las economías de origen**, es decir, los países latinoamericanos. Para analizar estos motivos, nos centraremos principalmente en las razones propuestas por Biderbost (2014) en su artículo *La inversión de las multilatinas en España*.

Primeramente, tienen una especial relevancia los efectos de las reformas estructurales llevadas a cabo en los países de América Latina. Desde los años 80 y 90 del pasado siglo y hasta principios del siglo XXI, los gobiernos latinoamericanos realizaron una serie de cambios en sus políticas económicas. Estas modificaciones estuvieron motivadas por el Consenso de Washington, que ya mencionamos más arriba, por el cual las economías debían abrir sus mercados al comercio global y abandonar el proteccionismo y la intervención estatal. En la mayoría de los países, el llevar a cabo reformas estructurales de este calibre suele estar asociado a un alto coste para las empresas nacionales. Esto también ocurrió en América Latina y, en cierta manera, fue el causante de que Estados como Venezuela o Argentina abandonaran las reformas. Sin embargo, el resto de países no lo hizo y sus empresas comenzaron a estar cada vez mejor preparadas para competir internacionalmente y ser más efectivas.

Además, como ya se ha explicado anteriormente, las economías latinoamericanas están experimentando un crecimiento a «tasas chinas» en los últimos tiempos, lo que está haciendo que atraigan más inversión, que su economía se reactive, etc. Esto podría explicar la gran expansión de las empresas latinoamericanas que, teniendo en cuenta la buena situación de la que gozan sus países, deciden aventurarse al mercado internacional.

Relacionado con la idea anterior, se encuentran las razones monetarias. Por un lado, la apreciación de las monedas de los países latinoamericanos facilita a las empresas del país adquirir compañías de otras zonas. Por otro lado, en el sentido contrario, al invertir en España, las empresas latinoamericanas consiguen rentabilidad en monedas fuertes, como el euro. Así, las multilatinas pueden expandirse más allá de España. Esta última razón estaría también relacionada con uno de los factores vinculados a la economía de destino: los tipos de cambio y de interés. Es por esto que en el cuadro resumen final se encuentra en la segunda categoría de factores y no en esta.

Por último, dentro de las razones asociadas a las economías de origen, nos gustaría incluir una razón que ya comentó Hymer (1960) en su estudio: la minimización del riesgo. Al diversificar sus actividades y las zonas en las que trabajan, las multilatinas consiguen reducir el riesgo asociado a estar presente solo en Latinoamérica. Si se produce una crisis en esta zona del mundo y una empresa tan solo posee actividad allí, estará totalmente expuesta a la recesión. Sin embargo, si se encuentra presente en más países, este riesgo se reducirá considerablemente y la empresa no se verá tan afectada.

Como podemos comprobar, aunque los países de América Latina sean muy distintos entre sí y no se pueda hablar de un continente con unas únicas condiciones, autores como Biderbost (2014) han conseguido identificar unas razones vinculadas a las economías de origen de las multilatinas que propician su internacionalización.

3.2.2. Razones vinculadas a la economía de destino

A continuación, estudiaremos los **motivos ligados a la economía de destino**, en nuestro caso, España. Estos son los que tienen que ver con las características del mercado y que, entre otros y en cierta manera, determinan si un país recibirá inversiones extranjeras. Además, incluiremos en este apartado los tipos de cambio y de interés, puesto que, en cierta manera, están relacionados con la economía de destino.

Dentro de los factores asociados al país de destino, tanto Tsai (1994) como Hymer (1960) incluyen las razones relacionadas con el mercado en sus estudios sobre IED; no obstante, lo hacen de formas distintas. Hymer (1960) habla de la desigual distribución del conocimiento en el mundo (se refiere al capital humano). Esto quiere decir que no todos los países –y, en consecuencia, no todas las empresas– tienen los mismos

conocimientos científicos y técnicos. Esto hace que se inventen unas cosas en unos países y otras en otros. Así, el flujo de IED toma una dirección.

Tsai (1994), por su parte, habla del tamaño y potencial del mercado y considera que cuanto más grande sea y más potencial tenga (de crecer, de diversificarse...) mejor atraerá empresas de otros países. Aplicado a España, estas razones se materializan en el hecho de que, para las empresas latinoamericanas, nuestro país supone una oportunidad de acceso al mercado europeo, es decir, a través de una inversión en España, las multilatinas pueden acceder no solo al conocimiento y a la tecnología europea, sino también a las oportunidades de crecimiento y expansión de la economía de la Unión Europea. Esto ha sido identificado por Biderbost (2014) en su artículo *La inversión de las multilatinas en España*. Como se verá en el cuadro resumen final, hemos ampliado el nombre de la razón identificada por Tsai, que pasará a ser tamaño, características y potencial del mercado, ya que las características son parte de los motivos por los que se elige un mercado. Además, dentro de esta razón encontraríamos también los vínculos históricos existentes y los parámetros culturales compartidos, analizados, de nuevo, por Biderbost (2014). Estas dos razones se refieren básicamente a la historia común que comparten Latinoamérica y España, por motivos coloniales principalmente. A raíz de estos, estas dos zonas comparten una lengua y una cultura que son muy similares, lo que consideramos que podría decantar la balanza en favor de España si una empresa tiene que decidir dónde invertir.

Otra de las razones vinculadas a la economía de destino que se ha estudiado es la existencia de infraestructuras modernas. Relacionado con este factor se encuentra la presencia de un entorno empresarial favorable, que incluye, entre otros, el coste de abrir una empresa. Ambas razones han sido analizadas por Mottaleb (2008) en su revisión del estudio de Tsai (1994). La existencia de infraestructuras modernas se refiere a que para que un Estado atraiga IED debe poseer una serie de características generalizadas en todo el país. Algunas de estas son las líneas telefónicas o internet. Hoy en día, cualquier país mínimamente desarrollado, como España, cuenta con estas infraestructuras.

En cuanto a la presencia de un entorno empresarial favorable, Mottaleb argumenta que para atraer IED debe existir un Corruption Perception Index (CPI) bajo¹⁷, lo que implicaría la ausencia o la presencia limitada de corrupción. En el caso de España, la corrupción sigue siendo más grave que en otros países europeos¹⁸. De hecho, el CPI ha subido en los últimos años, ya que en 2012 era de 65 puntos y en 2013 de 59 puntos¹⁹ (Transparency International, 2014).

No obstante, otro de los indicadores de la existencia de un entorno empresarial favorable, el coste de abrir una empresa, es considerablemente más bajo en España que en Latinoamérica en su conjunto. Según Doing Business (2014), un proyecto del Grupo Banco Mundial, el número de procedimientos necesarios para abrir una empresa en España es 6, mientras que en América Latina y el Caribe es 8,3. En cuanto a los días necesarios para abrirla, en nuestro país tan solo se tarda 13 días, menos de la mitad que en Latinoamérica (30,1). Lo mismo sucede con el coste: en España supone el 4,6 % de la renta per cápita y en América Latina el 31,1 %. Con estos datos podemos imaginarnos que para las multilatinas sea bastante beneficioso invertir en nuestro país. Además, dentro del entorno empresarial favorable encontraríamos también las reformas estructurales. Como ya se analizó en el apartado 2, Finalidad y motivos, el actual gobierno de D. Mariano Rajoy está llevando a cabo unas reformas estructurales que han mejorado de forma notable la inversión desde otros países. Durante las Cumbres Iberoamericanas, los presidentes españoles no han dejado pasar la oportunidad de ofrecer nuestro país como destino para las inversiones de los países latinoamericanos.

Por otro lado, uno de los autores estudiados, Vernon (1966), identifica el precedente de otras empresas como uno de los factores determinantes en la internacionalización. Su explicación es que si en el país en el que queremos invertir ya hay empresas extranjeras que lo han hecho, entonces invertiremos con más confianza, estaremos más atraídos a invertir ahí²⁰. Hymer (1960), por su parte, también habla de

¹⁷ El autor argumenta que el CPI debe ser bajo; sin embargo, esto puede inducir a error, puesto que el CPI se mide en una escala de 0 a 100, en la que 0 es mayor corrupción y 100 mayor transparencia. Entendemos que el autor quiere indicar que lo mejor es que haya poca corrupción en el país.

¹⁸ Algunos CPI de otros países europeos (Transparency International, 2014), a modo de comparación: Dinamarca, 91; Finlandia, 89; Suecia, 89; Noruega, 86; Suiza, 85; Países Bajos, 83; Luxemburgo, 80; Alemania, 78; Reino Unido, 76; Bélgica, 75; Irlanda, 72; Francia, 71; Austria, 69; Estonia, 68; Portugal, 62; y Polonia, 60.

¹⁹ Consúltese nota al pie 17.

²⁰ Otros autores han argumentado que el comercio determina hacia qué países o zonas del mundo se internacionaliza una empresa, esto es, si un país comercia con otro, lo más probable es que las sociedades

este factor, pero con un sentido distinto. En su estudio, él identificó que los sectores en los que las empresas estadounidenses invertían en otros países eran sectores en los que, en EEUU, había empresas extranjeras. En España, antes de que llegaran las multilatinas, ya había empresas de otros Estados europeos que se habían internacionalizado hacia nuestro país, lo que nos puede indicar, siguiendo la propuesta de Vernon, uno de los posibles factores para que las multilatinas vengan ahora a España.

A continuación, también dentro de los factores ligados a la economía de destino, analizaremos la influencia de los tipos de cambio y de interés, como ya se anunció párrafos atrás. Estos solo han sido identificados por Hymer (1960); no obstante, consideramos que son relevantes para nuestro análisis. Según este autor, los tipos de cambio tienen una gran importancia en la decisión de internacionalizar las actividades de una empresa, puesto que las depreciaciones y las restricciones de compra de moneda pueden hacer que para una empresa sea más beneficioso establecerse en el extranjero que en su propio país. Además, dentro de este factor, hemos decidido añadir también una razón estudiada en las vinculadas con las economías de origen: la recepción de beneficios en monedas fuertes como el euro. Esto tiene gran relevancia para las empresas que deciden invertir en nuestro país, puesto que fortalecerán su capital. Por otro lado, los tipos de interés son importantes para las empresas, dado que estas buscan su beneficio, por lo que invertirán donde los tipos sean más altos.

Como se ha analizado hasta ahora, España reúne unas condiciones que pueden llegar a hacer de él un país idóneo para la expansión de las empresas, en concreto de las latinoamericanas. En el apartado 6, Análisis, estudiaremos si estos factores han motivado realmente la inversión de las multilatinas en nuestro país. En suma, hasta ahora hemos visto los factores que dependen, por un lado, de las economías de origen, las latinoamericanas, y por otro, de la economía de destino, España. No obstante, es necesario tener en cuenta otro tipo de razones que determinan si una empresa invertirá en un sitio o en otro. Estos son los factores asociados a la empresa.

3.2.3. Razones vinculadas a la empresa

En esta última parte, se investigarán, por tanto, los **factores de la empresa** en concreto. ¿Qué razones empresariales, productivas pueden hacer que una sociedad

del primero expandan sus actividades hacia el segundo y no hacia otro con el que no hay intercambios comerciales previos.

decida internacionalizar sus operaciones? Entre los más importantes encontramos la búsqueda de economías de escala, analizado por Hymer (1960). Este autor argumenta que las empresas se internacionalizan para aumentar su tamaño y, así, poder beneficiarse de economías de escala (la reducción de los costes debida al incremento del tamaño de la empresa). Además, añade que los beneficios que las compañías obtienen al internacionalizar sus actividades son mayores porque a los beneficios conseguidos en el extranjero se suman los domésticos. Por otro lado, Vernon (1966) habló de la reducción de costes de producción. Esto está relacionado con la razón anterior; sin embargo, este autor lo analiza en un sentido diferente. En su opinión, cuando una empresa quiere reducir costes, buscará en el extranjero lugares en los que la mano de obra, por ejemplo, sea más barata.

En conclusión, las razones por las que se internacionalizan las empresas se podrían agrupar en tres categorías: asociadas al país de origen, relativas al país de destino y ligadas a la empresa. Podríamos añadir que aunque cada país sea único y diferente, las empresas, al final, se internacionalizan por las mismas razones, que se podrían resumir en las anteriormente dichas. En el análisis se partirá de estos motivos para intentar lograr nuestro objetivo: identificar las razones por las que las multilatinas han decidido internacionalizar sus actividades hacia España. En búsqueda de una mayor claridad, a continuación se presenta un cuadro que sistematiza las razones presentadas previamente.

Tabla 2: Razones que explican la internacionalización de las empresas

<p>Relacionadas con las economías de origen (Biderbost, 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reformas estructurales: hacen que las empresas estén más preparadas para competir internacionalmente. • Crecimiento a altas tasas: altos niveles de crecimiento atraen más inversión, reactivan la economía. • Apreciación de las monedas de los países de AL: facilita adquisición de empresas extranjeras. • Minimización del riesgo: diversificación de actividades = reducción del riesgo de estar presente solo en AL (Hymer, 1960).
<p>Ligadas a la economía de destino</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desigual distribución del conocimiento en el mundo (Hymer, 1960): inventos se producen en unas zonas del mundo y no en otras, determina la dirección del flujo de inversión. • Tamaño, características y potencial del mercado (Tsai, 1994): cuanto más grande y con más potencial, más atraerá la inversión. <ul style="list-style-type: none"> ○ Puerta de entrada al mercado europeo (Biderbost, 2014). ○ Vínculos históricos y parámetros culturales compartidos (Biderbost, 2014). • Existencia de infraestructuras modernas (Tsai, 1994) (Mottaleb, 2008). • Entorno empresarial favorable (Tsai, 1994) (Mottaleb, 2008): ausencia o presencia limitada de corrupción + coste de abrir una empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Efectos de las reformas estructurales. • Precedente de otras empresas: <ul style="list-style-type: none"> ○ Si hay empresas extranjeras en el país, invertiremos (Vernon, 1966). ○ Si hay empresas de ese país en el nuestro, invertiremos en ese antes que en otro (Hymer, 1960) • Tipos de cambio y de interés (Hymer, 1960): <ul style="list-style-type: none"> ○ Recepción de beneficios en monedas fuertes (como el euro)
<p>Vinculadas a la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de economías de escala (Hymer, 1960). • Reducción de costes de producción (Vernon, 1966).

Fuente: elaboración propia

4. OBJETIVOS Y PREGUNTA

Por las razones anteriormente presentadas, es decir, según las justificaciones expuestas en Finalidad y motivos y la información descrita en el Marco teórico, el **objetivo general** de este trabajo será identificar los factores que han determinado la inversión de las empresas multinacionales latinoamericanas en España. Este objetivo general, se conseguirá a través de unos **objetivos específicos**, que desglosaremos a continuación:

1. Realizar estudios de caso de distintas multilatinas que han invertido en España.
2. Evaluar las razones esgrimidas por las empresas, embajadas y cámaras de comercio de varios países latinoamericanos en España.
3. Tratar de identificar patrones, basándonos en la evidencia empírica a la luz del Marco teórico, mediante los citados estudios, relacionados con las razones que han llevado a las distintas multilatinas analizadas a invertir en España. Esto nos servirá para realizar el siguiente objetivo.
4. Hacer una recomendación, basándonos en la confirmación o no del cumplimiento de las razones de internacionalización previamente analizadas como motivos de inversión de las multilatinas en España, de distintos pasos a seguir por España para fomentar el desarrollo y el aumento de esas inversiones. Esta tarea está dotada de una gran importancia, puesto que, como ya hemos visto en apartados anteriores, la expansión de las multilatinas es clave para nuestro país, por lo que se debe buscar potenciarla.

En conclusión, el objetivo principal de este estudio será responder a la siguiente pregunta: ¿qué razones o factores han propiciado la llegada de las multilatinas a España?

5. METODOLOGÍA

A continuación, se explicará cómo fue el modo de proceder en la realización de las partes más importantes del estudio, concretamente el análisis. En primer lugar, se analizarán y explicarán las técnicas de recolección de información. En segundo lugar, se describirán las técnicas de análisis empleadas para estudiar los datos obtenidos en la fase anterior. Mediante la explicación de estos procedimientos, se podrá conocer más de cerca cómo ha sido el trabajo llevado a cabo durante estos meses y por qué se ha decidido escoger esas empresas en concreto, entre otras cosas.

5.1. Técnicas de recolección

Como ya hemos mencionado, para conseguir los objetivos marcados seguimos una metodología. A continuación explicaremos cómo se recolectó la información necesaria para confeccionar el análisis.

En primer lugar, definimos el **perfil** que tendrían que cumplir las empresas que queríamos incluir en nuestro estudio. Basándonos en la definición del término «multilatina» que hemos visto en el Estado de la cuestión, se fijaron unos criterios que estas tendrían que cumplir. Tomando como base la definición de Cuervo-Cazurra, buscamos empresas originarias de América Latina que contaran con actividades fuera de sus países de origen, en particular en España. Para concretar qué empresas incluiríamos, utilizamos el ranking de la revista *América Economía*, que agrupa las multilatinas más importantes. A partir de este ranking, investigamos sobre las distintas empresas y elegimos algunas que se ajustaban a los criterios que habíamos definido. Así, las empresas a analizar fueron las siguientes:

- ADO y Empresas Coordinadas
- Alpargatas Europe
- ARCOR
- Banesco Banco Universal
- Grupo AJE
- Grupo Bimbo

Una vez escogidas las empresas que queríamos analizar, procedimos, en segundo lugar, a la búsqueda de **información de contacto**. Esta tarea fue un poco complicada, puesto que en varias ocasiones, las páginas webs de las empresas no eran muy claras ni tenían información suficiente. Por esta razón, en algunos casos se tuvo que recurrir a directorios empresariales y contactos, como «intermediarios» para conseguir más datos.

En tercer lugar, se repitió la tarea anterior pero modificando el **enfoque**, dado que no solo se buscaron contactos en las empresas. Para obtener información de campo recurrimos a las embajadas de los distintos países de origen de las multilatinas escogidas. Además de estos organismos, decidimos ponernos en contacto con cámaras de comercio bilaterales de estos Estados y con oficinas del ICEX en el exterior, para poder disponer de una mayor cantidad de información.

En cuarto lugar, utilizamos los datos obtenidos para ponernos en **contacto** tanto con las empresas como con los distintos organismos. Esto se llevó a cabo, en un primer momento, mediante el envío de correos electrónicos. El mayor problema al que nos enfrentamos llegó aquí, debido a que no todas las empresas y embajadas respondieron a nuestra solicitud. Por esta razón, se decidió, además de volver a contactar por correo electrónico, realizar llamadas a los distintos contactos para reforzar nuestra presencia²¹.

En quinto lugar, se enviaron, tanto a las empresas como a las embajadas, **cuestionarios** confeccionados previamente y diseñados específicamente para cada entidad. Estos nos sirvieron para recolectar la información necesaria para nuestro análisis. Dado que la puesta en contacto con las empresas y embajadas no fue exitosa en todos los casos, decidimos, además, recopilar las **memorias anuales** de las empresas para disponer de aún más información. Como se verá en el análisis, estas memorias de empresa nos han servido para conocer de primera mano los motivos que han llevado a ciertas empresas a invertir en nuestro país.

En un principio, nuestro objetivo era conseguir información de todos los organismos que constan en la tabla siguiente. Sin embargo, solo recibimos respuesta de algunos de ellos, cuyos nombres se encuentran acompañados de un asterisco.

²¹ Aun así, en algunos casos no recibimos respuesta.

Tabla 3: Contactos

País	Embajada	Empresa	Otros
Argentina	*Embajada de Argentina en Madrid	*ARCOR	
Brasil	*Embajada de Brasil en Madrid	*Alpargatas Europe	
México	Embajada de México en Madrid	ADO	Proméxico
		Grupo Bimbo	Cámara de Comercio de España en México
Perú		Grupo AJE	*Cámara de Comercio de Perú en España
		Banesco Banco Universal	*CONAPRI
Venezuela	*Embajada de Venezuela en Madrid	ABANCA	Oficina Comercial de España en Caracas
		Banco Etcheverría	

Fuente: elaboración propia

Debido a este contratiempo, tuvimos que adaptar la sección de Análisis a la información que poseíamos. Estos pasos recién mencionados constituirían las técnicas de recolección de datos. Una vez obtenida toda la información deseada, se pasó a realizar un análisis de la misma, cuyo procedimiento explicaremos a continuación²².

5.2. Técnicas de análisis

Con la información necesaria en nuestras manos, procedimos a realizar un análisis de los datos obtenidos. Nuestro objetivo aquí era identificar patrones en las razones motivantes de la inversión que habíamos estudiado en el Marco teórico. Este procedimiento consistió en la comparación de los datos recopilados, mediante el envío de los cuestionarios y el estudio de las memorias de las empresas, con las razones que habíamos identificado previamente en las investigaciones de otros teóricos. Así, se procedió, caso por caso, a comparar las respuestas y los datos que poseíamos con los supuestos que nos habíamos planteado. De esta forma, se llegó a la conclusión que se planteará posteriormente.

²² No podemos terminar esta sección sin antes mencionar lo mucho que nos ha aportado esta experiencia para nuestro futuro laboral y personal. El hecho de tener que buscar contactos ha sido una tarea dura pero muy enriquecedora, ya que hemos podido acceder a recursos que no conocíamos y hemos tenido que llevar a cabo una especie de *networking* para llegar, a través de las embajadas, a contactos fiables en las empresas. Además, algunos de esos contactos nos servirán para nuestro futuro profesional.

Como ya se ha explicado en las técnicas de recolección, no hemos podido conseguir toda la información que nos habíamos propuesto, puesto que muchos de los contactos que habíamos obtenido no nos dieron respuesta. Esto nos planteó un problema, ya que el análisis no iba a quedar todo lo completo que nos habría gustado. No obstante, profundizamos más en la información que teníamos para compensar esa pequeña pérdida de fuentes. Es por esta razón que se pasó del esquema que teníamos pensado en un principio²³ a la disposición final del análisis, en el que contamos con más información de contexto, de las embajadas y organismos públicos que de las empresas. Sin embargo, este nuevo planteamiento no ha supuesto una pérdida de calidad de la información, dado que el objetivo de analizar casos concretos de empresas de cada país era contrastar los datos proporcionados por las embajadas en un caso real. Aun así y pese al contratiempo, podemos contrastar la información en dos casos: ARCOR y Alpargatas, dos de las empresas más importantes de las que íbamos a estudiar.

En último lugar, una vez hubimos analizado todos los datos que poseíamos, procedimos a inferir una serie de «recomendaciones» mediante las cuales consideramos que se puede mejorar y fomentar la inversión de las multilatinas en nuestro país, tema que, como ya hemos estudiado, es de vital importancia tanto para España como para Latinoamérica.

²³ Al plantearnos este TFG, el análisis consistía en un esquema como el que sigue: información de la embajada e información de la empresa, para cada multilatina.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Trataremos ahora de hallar una serie de patrones que se repiten en las razones que han motivado la inversión de las multilatinas en España. Para ello, contrastaremos la información que se nos ha proporcionado y que hemos obtenido a través del análisis de las memorias con las razones comentadas en el Marco teórico e identificadas por distintos autores como motivantes de la inversión en otro país. Analizar esta cuestión nos puede permitir desarrollar unas recomendaciones generales para fomentar la inversión de este tipo de empresas en nuestro país, es decir, para el aprovechamiento del interés de las multilatinas por nuestra economía.

En cada caso, además de analizar la información proporcionada por las empresas, se analizará el contexto político y económico del país de origen en el momento de la internacionalización de la empresa hacia España. La razón por la que haremos esto es porque, como hemos visto en el Marco teórico, los motivos de inversión no están solo vinculados al país de destino y a la empresa en concreto, sino que también dependen del país de origen. Por último, al final de esta sección, se encontrará un cuadro que resume y sistematiza los patrones identificados en las razones motivantes de la inversión de las multilatinas en nuestro país.

Recordemos, antes de comenzar a contrastarlas con nuestra información, las razones que los distintos teóricos han identificado como motivantes de la inversión de las empresas.

- Razones relacionadas con los **países de origen**:
 - Reformas estructurales
 - Crecimiento a altas tasas
 - Apreciación de las monedas
 - Minimización del riesgo
- Razones relacionadas con la **economía de destino**:
 - Desigual distribución del conocimiento en el mundo
 - Tamaño, características y potencial del mercado:
 - Puerta de entrada al mercado europeo
 - Vínculos históricos y parámetros culturales compartidos
 - Existencia de infraestructuras modernas

- Entorno empresarial favorable:
 - Efectos de las reformas estructurales
- Precedente de otras empresas
- Tipos de cambio y de interés:
 - Recepción de beneficios en monedas fuertes
- Razones relacionadas con la **empresa**:
 - Búsqueda de economías de escala
 - Reducción de costes de producción

6.1. La internacionalización de las empresas peruanas hacia España

Comenzamos nuestro estudio sobre los factores que han motivado la inversión de las multilatinas en España analizando las sociedades de Perú. Actualmente, las empresas peruanas se encuentran presentes principalmente en mercados de su región, aunque existen algunas que han llegado a otros países más lejanos y con culturas muy diferentes. No obstante, este proceso de internacionalización es todavía muy joven, puesto que, de acuerdo con los datos proporcionados por Dña. Aurelia Ramírez Quiroz²⁴, las empresas peruanas no comenzaron su expansión internacional hasta la década de los 90 del pasado siglo XX.

Algunas de las empresas que han tenido éxito en su proceso de internacionalización han sido Grupo AJE, Álicorp, Grupo Brescia, Corporación Belcorp y Grupo Gloria, entre otros (Minauro, 2012). Grupo AJE, por ejemplo, se encuentra presente en más de 20 países de Latinoamérica, Asia y África y su única filial en Europa está en España (AJE, 2014). Otro ejemplo de una empresa peruana que se expandió más allá de su continente es la empresa de cosméticos Yanbal, que opera en España e Italia, además de en Latinoamérica (Yanbal, 2014). El resto de las citadas, cuenta con filiales básicamente en América Latina, Norteamérica y Centroamérica, ya que, aunque existen, no son muy numerosos los ejemplos de compañías peruanas que se hayan expandido más allá del continente americano.

En España, existen hoy en día unas 20 empresas peruanas aproximadamente, cuya actividad principal es la comercial. Dentro de este amplio campo, destacan la industria

²⁴ Dña. Aurelia Ramírez Quiroz es la representante de la Cámara de Comercio de Perú en España con la que nos hemos puesto en contacto para obtener información sobre la inversión de las empresas peruanas en España. Actualmente, Dña. Aurelia Ramírez es Gerente General de la Cámara de Comercio de Perú en nuestro país.

textil, cosmética, de bebidas, de productos étnicos y gastronómica, entre otras. Además, en los últimos años se han iniciado las inversiones de carácter industrial, con predominancia del sector químico, que se espera continúen en el futuro próximo. La inversión industrial, por su parte, ha sido realizada principalmente por grandes empresas, mientras que la comercial pertenece a empresas de tamaño mediano, en su mayoría. De acuerdo con Dña. Aurelia Ramírez, la mayoría de estas empresas utiliza España como plataforma para entrar en la Unión Europea o en la zona del Mediterráneo.

Sin embargo, existen ciertos factores externos que han hecho que las empresas de Perú comiencen a internacionalizarse más intensamente. Perú ha sido históricamente un país proveedor de materias primas que se ha visto beneficiado por el ingreso de divisas, pero hoy en día la tendencia es diferente²⁵. Al haber bajado los precios, ya no es tan rentable exportar materias primas, sino que el interés se está centrando progresivamente en la exportación de productos manufacturados. De este cambio de tendencia surge la internacionalización de las empresas peruanas. También entre los principales factores externos que han propiciado este cambio y la intensificación de la internacionalización de las empresas de Perú encontramos la deflación en el mercado europeo que, lejos de suponer un freno a la inversión, ha sido un incentivo, dado que ha reducido los costes para la implantación comercial. Además, un gran número de empresas de sectores no tradicionales, como el textil, la agroindustria y la gastronomía, se han implantado en mercados como el europeo, el americano o el asiático, impulsadas por el gran reconocimiento que reciben los bienes y servicios peruanos. Por último, Perú ha iniciado las gestiones para ser admitido en la OCDE²⁶, lo que muestra el fomento de las buenas políticas públicas y de la orientación internacional no solo desde las empresas, sino también desde las instituciones.

En lo que respecta a los factores internos del país que han propiciado el aumento de la internacionalización de las empresas peruanas, Dña. Aurelia Ramírez considera que los principales serían los siguientes.

²⁵ Según Dña. Aurelia Ramírez, la tendencia exportadora está cambiando de dirección, puesto que los precios ya no son tan altos, lo que ha reducido los ingresos recibidos por divisas.

²⁶ En agosto de 2014, el Ministro de Economía de Perú, D. Luis Miguel Castilla, anunció que su país está llevando a cabo una serie de políticas que le permitirán ingresar en la OCDE en el año 2021 (EFE, 2014). Además, también en 2014, la OCDE estableció los nuevos Programas País para ayudar a ciertos Estados a implementar las políticas públicas adecuadas para mejorar la calidad de vida en sus países (OCDE, 2014). Cabe destacar que Perú es el primer país que inaugura este instrumento, lo que muestra el interés de esta organización por el país andino, cuya economía es una de las más dinámicas del sur del continente americano.

En primer lugar, el crecimiento económico sostenido de Perú, que ha experimentado incrementos del PIB desde finales de la década de los noventa hasta el día de hoy. Este crecimiento se ha visto impulsado, además, por la inversión externa y por el dinamismo de los intercambios comerciales.

En segundo lugar, Dña. Aurelia Ramírez apunta a la solidez económica del país como motivante de la internacionalización. Esto se debe a que los niveles de inflación son bajos, la relación deuda-reservas internacionales es más que saludable y el consumo y la demanda interna son elevados y sostenidos, lo que hace que ya se pueda hablar de una emergente clase media.

En tercer y último lugar, encontraríamos la apertura comercial. Desde la década de los noventa, Perú tiene una política de integración comercial y acceso a los mercados muy bien definida, lo que se ve reflejado en la suscripción de Tratados de Libre Comercio con países como Japón y Estados Unidos, así como con bloques como la Unión Europea. Por otro lado, la pertenencia a bloques tanto de América Latina como de otras partes del mundo son muestras de esta política.

Finalmente, desde Perú se considera que España ofrece unos incentivos a la inversión que otros países no poseen. Dña. Aurelia Ramírez destaca las grandes oportunidades de inversión en el sector industrial, comercio y servicios, principalmente; aunque también en el sector agroindustrial. Esto ha hecho que, como ya hemos visto, la actividad de la mayoría de las empresas de Perú que se instalan en nuestro país sea la comercial y, en segundo lugar, la industrial. Sobre los factores que han llevado a las empresas peruanas a decantarse por España frente a otros países, Dña. Aurelia Ramírez considera que los más importantes son los vínculos culturales y de idiosincrasia. Por ejemplo, en este sentido, el idioma juega un papel muy relevante, ya que supone eliminar una barrera que puede existir si se quiere invertir en otros países. También es determinante la logística, tanto viaria como portuaria y ferroviaria, puesto que nuestro país cuenta con una infraestructura de transportes muy avanzada. Por último, es importante mencionar la ubicación geográfica de España, que es beneficiosa tanto para acercarse al sur de la Unión Europea como al Magreb.

Gracias al análisis de la información proporcionada por Dña. Aurelia Ramírez que acabamos de realizar, podemos ahora contrastar estos datos con las razones esgrimidas por distintos autores estudiados en el Marco teórico que explican la internacionalización

de las empresas. De esta manera, dentro de los **factores asociados al país de origen**, en el caso de Perú encontramos que ha sido muy importante la apreciación de la moneda, como indicaba Biderbost (2014). Según Dña. Aurelia Ramírez, se está produciendo un cambio de tendencia, puesto que Perú siempre ha sido un país exportador de materias primas y hoy en día, debido en cierta manera a la apreciación de su moneda, las empresas peruanas están dejando a un lado esta actividad y centrándose en internacionalizar sus operaciones, ya sea mediante la exportación de servicios o productos manufacturados o mediante la instalación de filiales fuera de sus fronteras. Además, también en lo que respecta a los factores vinculados al país de origen, podemos identificar el crecimiento a altas tasas como una de las razones que explican la internacionalización de las empresas peruanas. Como ya hemos mencionado, Perú ha experimentado un crecimiento sostenido desde hace décadas y posee una solidez económica sin precedentes en su historia. Finalmente, consideramos que ciertas reformas llevadas a cabo por los distintos gobiernos de Perú han propiciado la expansión de sus empresas a otras zonas. Esto se ve materializado tanto en los esfuerzos por entrar en la OCDE que está llevando a cabo el gobierno actual como en la «reciente» apertura comercial del país, mediante la firma de Tratados de Libre Comercio.

En lo que respecta a las **razones asociadas a la economía de destino**, Dña. Aurelia Ramírez ha destacado con diferencia dos de ellas. Ambas se encuentran dentro del tamaño, características y potencial del mercado, razón identificada por Tsai (1994). En primer lugar, España supone una puerta de entrada al mercado europeo. Mediante el establecimiento de filiales en nuestro país, las empresas peruanas pueden acceder a muchos otros países gracias a las políticas de la Unión Europea. Por otro lado, también relacionado con esto consideramos relevante destacar la ubicación geográfica privilegiada de España, ya que no es solo un puente hacia Europa, sino también hacia el Magreb y el Mediterráneo. En segundo lugar, no podemos dejar de mencionar los vínculos históricos, culturales, lingüísticos, etc. que ya mencionó Biderbost (2014) y que ciertamente existen entre Perú y nuestro país. Esto, sin duda alguna, facilita la inversión de las empresas peruanas en España.

Además de estas dos razones principales, también podemos identificar otra relacionada con nuestro país como motivante de la inversión de las multilatinas en España. Se trata de las excelentes infraestructuras que ofrece nuestro territorio. Nuestro

país cuenta con una red de ferrocarriles muy avanzada que facilita la comunicación y el transporte no solo a nivel nacional, sino también a nivel europeo. Asimismo, España cuenta con algunos de los puertos más importantes de Europa.

Finalmente, hemos identificado una razón **relacionada con la empresa** en concreto que consideramos que ha motivado la inversión de las empresas peruanas en España. Como ha señalado Dña. Aurelia Ramírez, la deflación en el mercado europeo ha hecho que se reduzcan de forma notable los costes asociados con la inversión en nuestro país. Por tanto, podemos decir que la búsqueda de la reducción de costes es uno de los factores motivantes de la inversión en España.

6.2. La internacionalización de las empresas argentinas hacia España

Pasamos ahora a estudiar las empresas argentinas. Vamos a comenzar analizando el contexto en el que se desarrolló la internacionalización de las empresas argentinas, para tener una visión de conjunto y, más adelante, centrarnos en el caso concreto de una empresa: ARCOR. Para ello, nos basaremos en la información proporcionada por la Embajada de Argentina en Madrid.

Según los datos que poseemos, la internacionalización de las empresas argentinas comenzó a finales de la década de los 60 y se consolidó en la década siguiente. Además, desde la Embajada de Argentina en España apuntan que es difícil cuantificar el número de empresas argentinas que se han instalado en nuestro país, puesto que algunas de ellas figuran como empresas españolas. Ejemplo de ello sería la farmacéutica Chemo²⁷ o la empresa de telecomunicaciones Jazztel, fundada por el hispano-argentino D. Martín Varsavsky. De acuerdo con D. José Sebastián Laíno²⁸, los argentinos se han insertado tan profundamente en la sociedad española que para su valoración económica han pasado a ser considerados españoles, es decir, se ha obviado su origen y se ha tenido en cuenta su situación actual, muy implantada en la sociedad española. El Sr. Laíno considera que se debe a que los flujos de comercio e inversiones, además de los sociales y culturales, no se remontan a los últimos 20 o 30 años, sino que son de épocas anteriores.

²⁷ Esta empresa se fundó en Barcelona en 1977, por lo que es española; sin embargo, sus fundadores son dos doctores argentinos: la Dra. Silvia Gold y el Dr. Hugo Sigman (Chemo, 2014).

²⁸ D. José Sebastián Laíno es el representante de la Embajada de Argentina en Madrid con el que nos hemos puesto en contacto. Actualmente es el Jefe de la Sección de Inversiones de la Embajada.

Es importante estudiar también qué sectores son los más atractivos y qué tipo de empresas argentinas invierten en nuestro país. Uno de los sectores principales es el agroalimenticio, seguido del de las empresas de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que muestran un gran interés en España por el desarrollo en su ecosistema emprendedor e inversor. Es desde este sector, además, desde el que han llegado la mayoría de las pymes. Asimismo, la biotecnología, la nanotecnología y la industria metalmecánica son otros ejemplos de posibles *joint ventures*²⁹ para potenciar las capacidades de estos sectores.

En lo que respecta a los factores del país de origen que se consideran más relevantes, desde la Embajada de Argentina consideran que su país tiene una potencialidad de crecimiento asociado a ciertos factores competitivos, a saber: un potente sector agroindustrial que ha incorporado tecnología y técnicas de gestión avanzadas y que le ha permitido posicionarse entre los líderes del mundo. Otro factor distintivo siguen siendo los recursos humanos, ya que, como dicen las nuevas teorías en Argentina³⁰, sufrieron hace unos años la «fuga de cerebros o de talentos» que hoy se ha convertido en un «flujo de talentos», es decir, aquellos recursos humanos que se fueron a formar al extranjero y adquirieron experiencias en entornos diferentes han regresado a Argentina para aplicarlas, lo que brinda una ventaja frente a otros países que tuvieron estos procesos más tarde. Según D. José Sebastián Laíno, el flujo de capital humano entre países es muy importante, pero aún más recuperarlo cuando ya están maduros, para que sus aportes puedan ser aprovechados por las sociedades. Prueba del fenómeno que acabamos de exponer es el impulso que han experimentado, desde Argentina, sectores de tecnología punta en todo el mundo, por ejemplo, la biotecnología para aplicaciones medicinales, la alimentación, el desarrollo de aplicaciones de

²⁹ Un *joint venture* es un tipo de forma jurídica en la que se unen, durante un periodo de tiempo, varias personas que, de forma conjunta, realizan una actividad en beneficio mutuo. Normalmente, cada uno contribuye con unos activos y se comparten los riesgos asociados. Los *joint ventures* pueden darse en cualquier tipo de actividad económica y las «personas» implicadas pueden ser particulares, grupos de particulares, o empresas. Esta forma jurídica se utiliza muchas veces para introducirse en mercados extranjeros. De esta forma una empresa extranjera formaría un *joint venture* con otra que ya está presente en el mercado al que se quiere acceder. Las empresas extranjeras suelen aportar nuevas tecnologías, mientras que la empresa que opera en el mercado extranjero posee los permisos necesarios, los contactos y se encuentra bien situada en la industria local (Legal Information Institute, 2014).

³⁰ En lo relativo a la «fuga de cerebros», América Latina es una región muy heterogénea, dado que en el Caribe y Centroamérica, la emigración de profesionales cualificados sí está haciendo que estos países experimenten una pérdida notable de capital humano. Sin embargo, en los países con economías más dinámicas, se ha pasado de la «fuga de talentos» al «flujo de talentos», dando paso al reconocimiento de una realidad: la movilidad económica global (Valls, 2013).

nanotecnologías, la puesta en órbita de un satélite de comunicaciones con desarrollo local, la gestión de medicina nuclear o la potente industria argentina del software³¹.

También en relación con los factores del país de origen encontramos uno de los programas que han incidido positivamente en el crecimiento de las áreas vinculadas con las técnicas más avanzadas a nivel mundial: el Programa de Repatriación de Científicos Argentinos (Raíces) que implementa el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de Argentina. A su vez, elevar la Secretaría de Ciencia y Tecnología a Ministerio es una clara señal acerca de qué factores quiere potenciar este país para su desarrollo en los próximos años.

Desde la Embajada de Argentina, nos han hablado, además, de las oportunidades de inversión que ofrece España que no poseen otros países, es decir, de las razones vinculadas con la economía de destino. D. José Sebastián Laíno considera que se da un proceso natural de pensar en España como un mercado atractivo para aquellas empresas que tienen por foco de sus negocios a la UE.

Además, la barrera cultural es bastante baja, el conocimiento y aprecio mutuo es muy alto y el mismo idioma también ayuda, pero lo más importante, en su opinión, es la red de contactos informales y formales que existe previamente para que una empresa determine qué mercado será el próximo donde se invertirá en una nueva unidad de negocios. En el plano de los formales, la Embajada Argentina en Madrid, el Consulado General y Centro de Promoción Comercial en Barcelona, el Consulado General en Vigo, Cádiz, Baleares y Canarias, junto a la Cámara de Empresarios Argentinos en España (CEAES) son claves en la detección temprana de estas redes informales. Una vez detectadas y analizadas en profundidad, es el canal institucional el que debe asumir la responsabilidad de conducirlos a buen puerto³². Finalmente, a todo esto hay que sumarle que España tiene un mercado para ciertos sectores de alta complementariedad y cuenta con un marco medianamente amigable para los negocios internacionales, buenas infraestructuras, buenos recursos humanos y una gran cultura.

³¹ Actualmente, una de las empresas más importantes de software de Argentina, Globant, S.A., cotiza en el NASDAQ (NASDAQ, 2015).

³² Un ejemplo proporcionado por D. José Sebastián Laíno y vinculado a la facilidad de inversión en uno y otro sitio sería la facilitación de información, la resolución de problemas tan simples como: la apertura de una cuenta en un banco español que opera en Argentina, del cual la firma española es cliente hace años aquí, pero que en Argentina no tiene registros. Esta sería la diferencia entre que una pyme realice una inversión o no. En este sentido, las pymes no tienen estructuras que les permitan superar ciertas contingencias y allí es donde son fuertes las instituciones públicas, las Embajadas, los Consulados, las Cámaras Empresariales, ese es el diferencial que pueden aportar.

En suma, con la información que acabamos de analizar, tenemos una visión de conjunto sobre por qué invierten las empresas argentinas, en general, en nuestro país. Contrastando estos datos con las razones identificadas en el marco teórico podemos concluir que, dentro de los **factores de la economía de origen**, destaca el crecimiento a altas tasas, que ya identificó Biderbost (2014). En el caso de Argentina, este crecimiento no se ha dado tanto a nivel macroeconómico, sino que ciertos sectores se han desarrollado enormemente, lo que ha potenciado la inversión de las empresas de esos sectores en el exterior. Ejemplo de ello serían el sector agroalimentario, al que pertenece la empresa que estudiaremos a continuación, y el sector de las TIC.

Por otro lado, dentro de las razones vinculadas a la **economía de destino** encontramos, con una gran relevancia, el entorno empresarial favorable, descrito por Mottaleb (2008). Como hemos visto, las empresas TIC están muy interesadas en nuestro país por su desarrollo emprendedor e inversor. Además, el hecho de que la red de contactos tanto formales como informales tenga tanta importancia a la hora de decidir invertir en un país o en otro también forma parte de este factor, puesto que en un entorno empresarial desfavorable no se darían contactos que llevaran a una inversión en nuestro país. La relevancia de las redes de contactos, a su vez, está relacionada con el precedente de otras empresas, en el sentido descrito por Vernon (1966), dado que son las empresas ya instaladas aquí quienes dan información a las que están pensando invertir.

En lo que respecta a la desigual distribución del conocimiento en el mundo, factor analizado por Hymer (1960) y que habíamos relacionado con el país de destino, en este caso estaría más vinculado al país de origen, ya que, como hemos visto, es el «flujo de talentos» lo que mueve hoy la economía argentina. Así, podemos ver cómo doctores argentinos fundaron en Barcelona la farmacéutica Chemo en los años 70. Esto sería un ejemplo claro de que en ciertos casos los argumentos encontrados por distintos teóricos pueden invertirse, es decir, en este caso, el conocimiento no se encuentra directamente en Argentina, sino que se trata de estudiantes argentinos que obtienen conocimientos en el extranjero y vuelven a su país para aplicarlos.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar el tamaño, características y potencial del mercado español, identificado por Tsai (1994). Esta es, sin duda, una de las razones que tienen más relevancia a la hora de explicar la inversión de las empresas argentinas

en nuestro país. Argentina y España son dos países cuyos vínculos históricos y culturales están muy arraigados: hablamos el mismo idioma, nuestra cultura es parecida, etc. Es por esta razón que muchas empresas deciden invertir aquí. Además, no podemos olvidar que España supone una puerta de entrada al mercado europeo, como bien ha reconocido D. José Sebastián Laíno.

Estudio de caso: ARCOR (Argentina)

Para el estudio del caso ARCOR, nos centraremos en el análisis de la tercera edición de la publicación *Globalizar desde Latinoamérica. El caso ARCOR*, confeccionada por Kosacoff, Fortaleza, Barbero, Porta y Stengel en 2014. En primer lugar, comentaremos brevemente el nacimiento y la evolución de la firma. Después, pasaremos a analizar su internacionalización hacia nuestro país, tratando de identificar las razones por las que se invirtió en España mediante el estudio tanto del contexto político y económico en el que se produjo esta inversión como de la información que hemos obtenido gracias al Acta de Directorio redactada en el momento de la internacionalización.

La empresa ARCOR nació el 5 de julio de 1951 en Argentina y fue creada por un grupo de hijos de inmigrantes italianos liderados por Fulvio Salvador Pagani, quien se ocupaba de la administración y la distribución de los caramelos de la empresa de su padre, Amos. Los inicios de ARCOR se basaron en la experiencia de Fulvio en la empresa de su padre. Fulvio, junto a siete socios principales y otros socios minoritarios crearon ARCOR S.R.L. en Arroyito, Argentina. En aquel momento, el país pasaba por una época cuyas características económicas principales eran dos: el desarrollo de la industria y el papel regulador del Estado. Ya desde finales del siglo XIX, la demanda de bienes manufacturados creció a grandes pasos. Esto se debía al crecimiento de la producción y de las exportaciones de productos agropecuarios, al incremento de la población, al desarrollo del sistema de transportes y servicios y al proceso de urbanización (Kosacoff et al., 2014, pág. 87). Todos estos factores contribuyeron a que se redujeran las importaciones y aumentaran las exportaciones, debido a la ampliación del mercado interno, con un poder adquisitivo creciente, y a la restricción de las importaciones impuesta por el gobierno.

Desde su nacimiento, ARCOR fue expandiéndose de forma permanente. Primero, entre 1951 y la década de 1960, se desarrollaron las capacidades competitivas, aprovechando las economías de escala y construyendo una red de distribución en el interior del país. Además, se abrieron nuevas plantas alrededor de la ciudad de Arroyito y de Córdoba. Desde 1970, la empresa diversificó sus actividades, manteniendo la producción de caramelos pero incorporando nuevos productos a su gama mediante la creación y la compra de otras empresas, de las que poseía una mayoría accionaria. Así, se crearía por fin un grupo empresarial con ARCOR a la cabeza del mismo. Es en esta época también cuando comienza la expansión de la firma, primero hacia el mercado de Buenos Aires y posteriormente su internacionalización hacia Paraguay y Uruguay mediante la asociación con empresarios locales³³. Durante los años 80, ARCOR ya era una empresa multinacional, característica que se acentuó aún más con la instalación de una filial en Brasil. A partir de su internacionalización, la inversión se fue centrando menos en la producción y

³³ En Paraguay, se estableció ARCOPAR para frenar el avance de Brasil en el mercado de este país. A la vez, se buscaba utilizar Paraguay como punto de exportación a otros países. En Uruguay, se firmó un acuerdo de asociación con Industrias Van Dam, productora de chicles y golosinas. (Kosacoff et al., 2014, pág. 130)

la distribución y más en las campañas de marketing y el área de finanzas. De esta manera, a lo largo de los años 90, se produjo una reestructuración empresarial que culminó con la formación de un *holding*³⁴ (Kosacoff et al., 2014, pág. 99-100).

Recordemos que, en este análisis, lo que nos interesa realmente es saber por qué las empresas multilatinas se internacionalizaron hacia España. Entonces ¿cuándo se produjo ese «salto» de ARCOR hacia nuestro mercado? Y ¿qué llevo a la empresa a invertir aquí? En el año 2002, ARCOR abrió una sucursal en Barcelona, España, siendo esta es su única oficina comercial en Europa y la primera fuera del continente americano (Kosacoff et al., 2014, pág. 299). De acuerdo con los datos del Acta de Directorio (ARCOR, 2003) celebrada el día 10 de marzo de 2003, esta oficina se estableció por dos razones: para incrementar las ventas en mercados externos y para ofrecer un mejor servicio de atención al cliente; en definitiva, para reforzar su presencia en los mercados internacionales. Cabe destacar que la oficina de Barcelona concentra todas las operaciones de la División Internacional de la empresa ARCOR, lo que quiere decir que desde allí se gestionan las exportaciones a todo el mundo. Además, en los años posteriores, desde la oficina catalana se lanzó la marca ARCOR a otros seis mercados europeos (Saborit, 2002).

Asimismo, consideramos importante analizar no solo las razones presentadas por la empresa para su internacionalización, sino también el contexto político y económico en el que se produjo esta expansión, lo que estudiaremos a continuación. Para ello, nos basaremos en las conclusiones del Acta de Directorio (ARCOR, 2003) de marzo de 2003, cuya escritura se enmarca en un proceso de fuerte deterioro de la economía argentina.

A finales de 2001, el Presidente de Argentina, Fernando de la Rúa, renuncia a su cargo, creando una profunda crisis en todos los sectores del país, tanto política, como institucional, económica y social. Esta crisis trajo consigo un cambio del modelo económico, llevando a la implementación de la Ley N° 25 561 (Ley de emergencia pública y reforma del régimen cambiario), el Decreto N° 214 (Reordenamiento del sistema financiero) y el Decreto N° 260 (Régimen cambiario). Todo ello provocó la salida de Argentina de los mercados internacionales de crédito, reduciendo el nivel de los depósitos, devaluando un 232 % el peso argentino y elevando la inflación a un 118,7 %. Además, el PIB se redujo un 11 %, la demanda de productos y servicios se hundió, aumentó la tasa de desempleo, etc. Ante este panorama, ARCOR diseñó un plan de acción a corto plazo en el que se detallaban los pasos a seguir para superar esta profunda crisis. El objetivo principal de este programa fue mantener el desarrollo de la empresa en los mercados externos, reduciendo, de esta forma, el riesgo de depender solo de la economía argentina. En el contexto de este programa para superar la crisis se enmarca la decisión de abrir una oficina en Barcelona y concentrar allí la División Internacional de la empresa.

Como hemos podido comprobar, en el caso de ARCOR existe un objetivo claro a la hora de internacionalizarse hacia España: la conquista de nuevos mercados y la superación de la crisis argentina. Es por esta razón que podemos identificar, como ya explicó Hymer (1960), la minimización del riesgo de estar presente tan solo en un mercado, como uno de los factores relacionados con la **economía de origen** que han motivado la inversión de ARCOR en España. Además, la recepción de beneficios en monedas fuertes, como el euro en este caso, podría ser

³⁴ Cuando hablamos de un *holding*, nos referimos a un grupo de empresas que presentan un vínculo real o personal. Se trata de una fórmula no contractual de concentración empresarial. La finalidad de la existencia de una sociedad de *holding* es la garantía de la dirección y el control de un grupo de empresas mediante la adquisición o la tenencia de acciones. En suma, un *holding* es un grupo de empresas que se encuentran bajo la dirección de una de ellas, que posee una mayoría accionaria en todas las demás (Casas Jiménez, 2014).

también uno de los causantes de la expansión de esta empresa a nuestro país, puesto que, como indica el Acta de Directorio, el objetivo era «[priorizar] la generación de caja a la rentabilidad a corto plazo» (ARCOR, 2003, pág. 5).

Por otro lado, teniendo en cuenta el objetivo perseguido por ARCOR al internacionalizar sus actividades hacia España (la búsqueda de nuevos mercados) podemos distinguir, de acuerdo con Tsai (1994), el tamaño, características y potencial del mercado como uno de los motivos que ha fomentado la inversión en nuestro país, puesto que nuestra economía ofrece posibilidades de crecimiento, de expansión, tanto a nivel nacional como hacia otros mercados. Además, el hecho de que desde la apertura de la filial en Barcelona ARCOR internacionalizara su marca a otros seis mercados europeos nos confirma la hipótesis de Biderbost (2014) de que España supone una puerta de entrada al mercado europeo. Asimismo, tendríamos que tomar en consideración el factor de los distintos tipos de cambio y de interés, debido a que, como se ha visto previamente, como consecuencia de la crisis de 2002 en Argentina, el Gobierno promulgó una Ley y varios Decretos que modificaban el régimen cambiario. Esto hacía que España fuera mucho más atractiva para los capitales que Argentina u otros países latinoamericanos que estaban también sufriendo la crisis, dado que los tipos de cambio en España eran mucho más estables. Por tanto, estos serían los factores, dentro de los relacionados con la **economía de destino**, que podemos identificar como causantes de la inversión en España.

6.3. La internacionalización de las empresas brasileñas hacia España

A continuación, nos centraremos en estudiar la inversión en España de las empresas brasileñas en general. Para ello, realizaremos un «análisis contextual» utilizando la información proporcionada por la Oficina Comercial y de Turismo de la Embajada de Brasil en España. Posteriormente investigaremos brevemente las razones de inversión en nuestro país de otras empresas brasileñas para completar las razones identificadas en el «análisis contextual». De esta forma, tendremos una visión de conjunto de los motivos que han llevado a las compañías brasileñas a invertir en nuestro país. Asimismo, se analizará la inversión de Alpargatas en particular, para comprobar si los motivos generales de inversión son extrapolables a empresas concretas como esta.

Para el estudio de la inversión brasileña en Europa, debemos tener en cuenta un factor que puede alterar de manera significativa la elección del país de inversión –nos referimos al idioma. Todos los países latinoamericanos, con la excepción de Brasil, comparten con nuestro país una cultura y una historia comunes. Sin embargo, Brasil lo hace con Portugal, por lo que cabe esperar que las empresas brasileñas se instalen primero en el país luso y después en España. Una vez apuntado este hecho, pasamos a analizar datos sobre la inversión brasileña en nuestro país.

En la actualidad, se encuentran presentes en España unas catorce empresas brasileñas. Su llegada a nuestro país ya tenía lugar antes; sin embargo, no fue hasta 2007 cuando se produjo el gran «boom» de la internacionalización. Además, esta inversión ha seguido creciendo desde entonces. De acuerdo con los datos aportados por el Boletín nº 101 de la Sociedad Brasileña de Estudios de Empresas Transnacionales y de Globalización Económica de junio de 2014 (Sociedad Brasileña de Estudios de Empresas Transnacionales y de Globalización Económica, 2014, pág. 2), entre el año 2007 y el 2012, la IED brasileña en Europa descendió del 42,7 % al 42,2 %, respectivamente. No obstante, en el mismo periodo, la inversión en España aumentó, del 22,3 % al 25,7 %, lo que nos muestra la potencialidad de nuestro país como destino de las inversiones, frente a otros países europeos. Sin embargo, como hemos podido comprobar mediante el dato proporcionado previamente de que en España solo existen unas catorce empresas de Brasil, nuestro país no es el principal destino de la inversión del Estado sudamericano. Según la Fundación Don Cabral (2014), los Estados Unidos son el primer país de destino, contando con 39 franquicias y filiales en 2013. Los siguientes países en número de empresas brasileñas son Argentina, Chile, Colombia y Uruguay.

Aunque, como se acaba de ver, España no sea uno de los principales destinos de la inversión brasileña, se deben analizar los motivos que han llevado a las empresas brasileñas a invertir en nuestro país, para poder potenciarlos y fomentar así la internacionalización hacia España. A continuación, se analizará la información «de contexto» proporcionada, principalmente, por la Oficina Comercial y de Turismo de la Embajada de Brasil en España. De esta manera, se podrán obtener algunas de las razones por las que las empresas brasileñas han decidido invertir en nuestro país.

En cuanto a los factores asociados al contexto internacional que han propiciado la internacionalización de las empresas de Brasil, Dña. Manoela Cavalcanti de Araújo³⁵ considera que las oportunidades de inversión creadas en los mercados latinoamericanos, así como las privatizaciones, oportunidades de fusiones y adquisiciones y la mejoría del ambiente político y económico de la región han sido un motivo decisivo a la hora de empujar a las empresas brasileñas a salir de su país. Además, destaca el estallido de la

³⁵ Dña. Manoela Cavalcanti Araújo es la representante de la Embajada de Brasil en España con la que nos hemos puesto en contacto. Actualmente es Analista de Comercio Exterior de la Oficina Comercial y de Turismo de la Embajada.

crisis financiera mundial como un potenciador de la inversión desde unos países hacia otros.

En lo relativo a los factores internos de Brasil que han ayudado a esta internacionalización, los más destacados son la estabilización macroeconómica, principalmente con el mercado de cambio favorable y la consolidación de sus instituciones, y la apreciación del real, que ha creado oportunidades de adquisiciones de activos en el exterior. Asimismo, es importante mencionar el crecimiento del mercado interno, que ha hecho que las empresas puedan expandirse todavía más. Queremos también incluir aquí un motivo que se cita desde la Fundación Don Cabral (2014) como esencial a la hora de promover la internacionalización de las empresas brasileñas –nos referimos a la reducción del riesgo. Según este estudio, las multinacionales brasileñas no están seguras del comportamiento que seguirán las ventas nacionales; sin embargo, son muy optimistas en lo que respecta a los mercados internacionales.

Finalmente, en lo relativo a las oportunidades que ofrece España como destino de la inversión, desde la Embajada de Brasil se hace énfasis en las excelentes infraestructuras de España, asociadas a una mano de obra cualificada y relativamente barata. También se destaca la ubicación estratégica de España como puerta de entrada al mercado europeo.

Como hemos podido ver, las principales razones de internacionalización citadas por organismos que nos proporcionan una información contextual serían las siguientes. Por un lado, dentro de los motivos asociados con el **país de origen**, destacan el crecimiento a altas tasas, reflejado en este caso en la gran ampliación del mercado interno, así como razones monetarias, como la apreciación del real. Es muy importante mencionar también una razón identificada por Hymer (1960), la minimización del riesgo, expresada en la confianza de los empresarios brasileños en los mercados internacionales más que en las ventas en su propio país. Por otro lado, en lo relativo a los factores de la **economía de destino**, sobresalen principalmente la existencia de buenas infraestructuras y la oportunidad de encontrarse ante una puerta de entrada al mercado europeo.

Ahora que ya poseemos información de contexto, vamos a pasar a estudiar brevemente algunas de las catorce empresas brasileñas que operan en nuestro país. Esto

nos servirá para identificar los factores que han motivado la inversión de estas empresas en España. Las razones determinadas se contrastarán, posteriormente con el caso a estudiar: la empresa Alpargatas.

Ejemplo de empresas brasileñas en distintos sectores productivos

En primer lugar, una de las empresas brasileñas con presencia en España más importante es **Itautec**, empresa dedicada a la electrónica y con sede corporativa europea en Alcobendas, Madrid, desde la que dirige sus operaciones en nuestro continente. Antes de instalar su sede en nuestra capital, esta compañía ya poseía una oficina en Lisboa, con motivo de sus vínculos históricos con el país luso (Temboury, 2012).

En segundo lugar, consideramos relevante mencionar el caso de **Gerdau**, que posee sede en Bilbao y varias fábricas en distintos puntos de España³⁶. Esta empresa del sector minero y metalúrgico, que desde 2002 se encuentra presente en España, lugar donde había localizado su *holding* para Europa, compró la española Sidenor en 2006. Esta adquisición convirtió a la empresa brasileña en el mayor fabricante de aceros especiales y de forja y fundición de nuestro país. La instalación de Gerdau en España se debió a la voluntad de la empresa de comenzar su expansión europea y obtener de forma rápida el *know-how* y las capacidades productivas y técnicas de la empresa española, además de su posicionamiento dentro del mercado europeo (ICEX, 2014, pág. 48).

En tercer lugar, no podemos dejar de mencionar la empresa textil **Marisol, S.A.** cuyas inversiones comenzaron a llegar a nuestro país en 2006, mediante la apertura de franquicias. Uno de los factores que motivó la inversión de esta empresa en España fueron los tipos de cambio, tal y como apuntan Sanglard, Carneiro, Baiocchi, Freitas y Schiavo (2014, pág. 580): «*In 2008, investment in the European market had the added advantage of the favorable exchange rate, compared to the devaluation of the dollar*». Aprovechando esta situación, la empresa Marisol decidió expandir su nueva marca femenina, Lilica Ripilica, en la Península Ibérica, como medio de entrada al continente europeo. Por esta razón, se abrieron otras dos tiendas: una en Madrid y otra en Oporto (Portugal).

En cuarto y último lugar, vamos a estudiar el caso de **Votorantim**, empresa cementera. De entre las empresas brasileñas de las que estamos hablando, esta es la que más tarde llegó a nuestro país, ya que lo hizo en 2012, estableciendo la central de sus operaciones para Marruecos, Túnez, Turquía, China, India y España en Madrid. La inversión en nuestro país se produjo mediante la adquisición de Corporación Noroeste. Previamente a esta compra, la brasileña Votorantim había adquirido la empresa portuguesa CIMPOR. De nuevo, podemos observar cómo la inversión de las empresas brasileñas suele pasar primero por una inversión en nuestro país vecino, Portugal.

Hasta ahora, hemos estudiado algunas de las empresas brasileñas con inversión en España más importantes. A continuación, sistematizaremos las razones por las que comenzaron su expansión hacia nuestro país, para poder contrastarlas después con el caso de Alpargatas.

En el caso de las empresas brasileñas, consideramos que una de las razones más

³⁶ Además de su sede en Bilbao, Gerdau posee distintas fábricas por toda la geografía española. Entre las más importantes destacan la de Villalba, la de Basauri, la de Vitoria y la de Reinoso. Por otra parte, la venta de los productos se realiza a través las delegaciones comerciales que esta empresa posee en diferentes puntos de Europa (ICEX, 2014, pág. 48).

importantes que ha motivado su inversión en nuestro país es la posibilidad de entrar al mercado europeo, identificada por Biderbost (2014). Además, cabe destacar el caso de Gerdau, en el que se indica claramente que uno de los motivos de su inversión fue la obtención del *know-how* y las capacidades técnicas y productivas, así como del posicionamiento en el mercado europeo del que gozaba la empresa española adquirida. Esto se identifica claramente con la razón de internacionalización relacionada con la economía de destino presentada por Hymer (1960) que basaba la inversión en la desigual distribución del conocimiento en el mundo. Por otro lado, en el caso de Marisol, destaca también una razón presentada para la inversión que tiene que ver con el momento en el que se produjo. Nos referimos a los tipos de cambio, que favorecieron claramente la internacionalización de esta empresa hacia nuestro país. Cabe destacar, por último, el hecho de que las empresas brasileñas, como ya se ha explicado previamente y debido a vínculos históricos con nuestro país vecino, Portugal, suelen invertir primero ahí y posteriormente expandirse hacia España.

Estudio de caso: Alpargatas (Brasil)

De acuerdo con los datos proporcionados por Dña. Vanessa Sosa Erfurt³⁷, el primer paso en la internacionalización de Alpargatas se produjo mediante la contratación directa de distribuidores fuera de Brasil y no fue hasta finales de la década del 2000 cuando se decidió abrir filiales en Estados Unidos y en Europa³⁸.

Sobre la elección de España como sede central de la región que forman Europa, Oriente Medio y África (EMEA)³⁹, Dña. Vanessa Sosa considera que nuestro país es un país idóneo para una de las marcas de Alpargatas: Havaianas, puesto que las sandalias se utilizan con mucha frecuencia. En relación con esta idea, destaca el hecho de que tanto los distribuidores como los consumidores nacionales han tenido una aceptación excelente de los productos de la marca. Por otro lado, se apunta también al hecho de que España es un país abierto a recibir nuevas marcas y empresas extranjeras, lo que hace que atraiga mucha inversión del exterior. También es importante la localización geográfica de nuestro país y los vínculos históricos que existen entre Brasil y España, dado que nuestros idiomas son parecidos y esto facilita la comunicación. Además, ambos países tienen similitudes en cuanto a hábitos de consumo y actitudes vitales en general.

En lo que respecta a los factores internos del país de origen que propiciaron la internacionalización de la empresa, desde Alpargatas apuntan a la posición de liderazgo que ya poseía esta empresa en Brasil antes de lanzarse a otros mercados. Esto facilitó la entrada de Alpargatas en nuestro país, puesto que aquí ya se conocía una de sus marcas emblemáticas, Havaianas.

En suma, podríamos decir que desde Alpargatas no identifican ningún factor relacionado

³⁷ Dña. Vanessa Sosa Erfurt es la representante de Alpargatas Europe con la que nos hemos puesto en contacto para obtener información sobre la empresa. Actualmente es Country Manager de Alpargatas en nuestro país.

³⁸ En 2007, se estableció la primera filial en Estados Unidos, con sede en Nueva York y, un año más tarde, en la región de EMEA, con sede central en Madrid.

³⁹ Las siglas EMEA corresponden a la zona formada por Europe (Europa), Middle East (Oriente Medio) y Africa (África).

con el **país de origen** como potenciador de su inversión extranjera. No obstante, en lo relativo a las razones relacionadas con la **economía de destino** sí podemos mencionar algunas que han fomentado la inversión en España. La razón principal sería el tamaño, características y potencial del mercado. Por un lado, porque una inversión en nuestro país supone una oportunidad para expandirse hacia otras zonas de Europa, así como de África y Oriente Medio. Es por esta razón que, actualmente, las actividades de Alpargatas en la región EMEA se encuentran centralizadas en España. Por otro lado, Brasil comparte con la Península Ibérica unos vínculos históricos, culturales y lingüísticos que han potenciado esta inversión. Debemos mencionar, asimismo, como se apunta desde Alpargatas, que nuestro país posee un entorno empresarial favorable. Esto es, España es un país que siempre está abierto a la inversión de otros países y que recibe «con los brazos abiertos» a empresas del extranjero.

A continuación se presenta un cuadro que sistematiza las razones de internacionalización presentadas por las distintas empresas y organismos públicos. Este cuadro será muy útil para poder realizar las recomendaciones que haremos en la sección posterior.

Tabla 4: Conclusiones del análisis

Razones que explican la internacionalización		País	Perú	Argentina	Brasil		
		Empresa			ARCOR	Alpargatas	
Vinculadas a la economía de origen	• Reformas estructurales		✓				
	• Crecimiento a altas tasas		✓	•		♦	
	• Apreciación de las monedas		✓			♦	
	• Minimización del riesgo				○	♦	
Vinculadas a la economía de destino	• Desigual distribución del conocimiento en el mundo			•		♦	
	• Tamaño, características y potencial del mercado		✓	•	○	♦	◇
	○ Puerta de entrada al mercado europeo		✓	•		♦	◇
	○ Vínculos históricos y parámetros culturales compartidos		✓	•		♦	◇
	• Existencia de infraestructuras modernas		✓			♦	◇
	• Entorno empresarial favorable			•			
	○ Efectos de las reformas estructurales						
	• Precedente de otras empresas			•			
• Tipos de cambio e interés					○	♦	
○ Recepción de fondos en monedas fuertes					○		
Vinculadas a la empresa	• Búsqueda de economías de escala						
	• Reducción de costes de producción		✓				

Fuente: elaboración propia

7. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

El objetivo de este trabajo era, desde un principio, tratar de analizar los factores que han motivado la inversión de las multilatinas en nuestro país y buscar unos patrones para poder, ahora, desarrollar una serie de recomendaciones que podrían ayudar a fomentar la llegada de multilatinas a España. Este es un hecho que, como ya hemos visto en las distintas secciones de este trabajo, es realmente importante para nuestra economía.

A lo largo de esta investigación, hemos estudiado la literatura que existe en torno a la internacionalización de empresas y de multilatinas, puesto que la relativa a la internacionalización de multilatinas hacia nuestro país en concreto es prácticamente inexistente. Partiendo de los factores identificados por distintos autores como motivantes de la expansión de las empresas hacia otros países, hemos analizado la información obtenida gracias a las embajadas y cámaras de comercio, así como a las empresas, de distintos países latinoamericanos. De este análisis surge la tabla que encontramos en la página anterior. Este cuadro refleja, de forma sintética, qué factores motivantes de la inversión se cumplen y cuáles no, aplicados a distintos países y multilatinas de América Latina. Ahora trataremos de hallar ciertos patrones que se dan en el comportamiento de las multilatinas a la hora de internacionalizar sus actividades hacia nuestro país.

Dentro de las razones relacionadas con la **economía de origen**, destaca, sobre todo, el crecimiento a altas tasas, identificado por Biderbost (2014), que están experimentando los países latinoamericanos en general. Además, con una relevancia algo menor, podemos encontrar la apreciación de las monedas de estos países y la minimización del riesgo como potenciadores de la internacionalización de las multilatinas. Estas razones sin duda tienen una gran importancia para las empresas a la hora de decidir si van a internacionalizar sus actividades o no.

En lo que respecta a los **factores vinculados a la empresa**, basándonos en los datos que hemos obtenido, no podemos concluir que estos tengan una importancia decisiva a la hora de invertir en España o no. Debemos apuntar que esto se da en el caso de los países y las empresas estudiadas, pero quizá podría ser un factor determinante si

se estudiaran otras, por lo que sería necesaria una investigación más profunda en este sentido.

Finalmente, para acercarnos aún más al objetivo general de nuestro estudio –hallar una serie de patrones en las razones motivantes de la inversión de las multilatinas en nuestro país para realizar unas recomendaciones que puedan potenciar esta llegada de empresas a España– analizamos ahora los factores asociados al **país de destino**. El factor más importante es, claramente, el tamaño, características y potencial del mercado, identificado por Tsai (1994). Destacan, además, las dos razones relacionadas con este, que son, por un lado, el hecho de que España supone una puerta de entrada al mercado europeo y, por otro lado, que existen unos fuertes vínculos históricos y parámetros culturales compartidos. Cabe destacar en este punto que incluso las empresas brasileñas, con las que nuestros vínculos por motivos históricos son menos intensos, nos ven como un país cercano hacia el que pueden dirigir su inversión.

Como consecuencia directa de esta idea podemos inferir que una de las acciones que España podría realizar para atraer una mayor inversión de multilatinas es **seguir potenciando sus relaciones con Latinoamérica**. En primer lugar, es muy importante fomentar las relaciones amistosas con los países de América Latina, para mostrar que esos vínculos históricos no se han roto, que siguen ahí y que cada vez son más relevantes. Esto se podría llevar a cabo en las Cumbres Iberoamericanas, por ejemplo, en las que España debe potenciar su imagen de «amigo», de «socio» de las economías latinoamericanas. Además, se podrían organizar nuevos eventos de encuentro entre los líderes de los distintos países, pero también entre los empresarios que estén interesados, puesto que al fin y al cabo lo que queremos es presentar nuestro país a los inversores potenciales. En segundo lugar, no podemos olvidar que España supone una puerta de entrada a Europa. Es por ello que se deben también fomentar los lazos con economías no solo de la Unión Europea, sino también de los países colindantes, así como del norte de África y Oriente Medio.

Volviendo a las razones que explican la internacionalización, encontramos también que ha cobrado una especial relevancia en la decisión de invertir en nuestro país el hecho de que España tiene unas buenas infraestructuras. Potenciar este factor motivante de la inversión puede ser costoso, puesto que se debe invertir en mejorar las infraestructuras existentes, como los puertos, las líneas de ferrocarril, las carreteras, etc.;

sin embargo, esta inversión atraerá, con seguridad, un gran número de empresas extranjeras. Asimismo, las empresas y los particulares españoles también se verán beneficiados por esta inversión, lo que repercutirá en el bienestar general del país. Queremos destacar, además, que España ya cuenta con unas muy buenas infraestructuras, por lo que lo necesario no sería crear nuevas, sino mejorar las que tenemos. A su vez, sería conveniente también, y seguramente más económico, promocionar la red de infraestructuras con las que contamos, presentarnos al exterior como un país en el que el transporte no supondrá un problema en ningún caso. Esto puede ser un punto decisivo a favor de España a la hora de que una empresa decida decantarse por nuestro país o por otro para invertir.

Consideramos necesario, además, recuperar una idea que presentamos en Finalidad y motivos: las reformas estructurales. Como ya dijimos en dicha sección, las reformas tanto en el plano económico como en el laboral llevadas a cabo por los últimos gobiernos de nuestro país han atraído inversiones hacia nuestra economía. Creemos necesario seguir profundizando en este sentido, por ejemplo, ampliando los **incentivos laborales** ya existentes o implementando medidas relativas al **derecho de extranjería** que favorezcan la llegada de emprendedores e inversores latinoamericanos y que faciliten la contratación de nuevos trabajadores. Además, consideramos que se debería continuar avanzando con la **reforma fiscal**, incluyendo beneficios de tipo impositivo que atraigan la inversión de empresas del continente latinoamericano, principalmente, pero de otras zonas del mundo también.

Por último, nos gustaría proponer algunas acciones innovadoras que podrían aumentar la llegada de capitales desde América Latina. Consideramos que, tanto para los países latinoamericanos como para España, sería beneficiosa la firma de algún tipo de **alianza** entre la **Corporación Andina de Fomento (CAF)** y el **Instituto de Crédito Oficial (ICO)**, mediante la cual ambos organismos podrían prestar servicios de asesoría y ofrecer líneas de crédito a empresas que quieran introducir sus productos o servicios en España o en los países latinoamericanos. Esta acción beneficiaría, por un lado, a las multilaterales, que se verían más incentivadas a invertir en nuestro país, y por otro lado, a las pymes españolas, que podrían acceder a una financiación no existente a día de hoy que les facilitaría su entrada en otros mercados sudamericanos.

Además, creemos que sería muy útil la creación en España de una **«ventanilla única» para el empresario latinoamericano**, desde la cual se ofrecerían servicios de asesoría, de orientación y de información que facilitarían los trámites necesarios para invertir en nuestro país. Como hemos visto en las razones esgrimidas por D. José Sebastián Laíno, representante de la Embajada de Argentina en Madrid, desde América Latina se da mucha importancia a las redes tanto formales como informales que existen entre ambos países⁴⁰. Es por esta razón que la creación de esta ventanilla única supondría un gran paso adelante en la institucionalización de estas redes. De esta manera, cuando un empresario latinoamericano estuviera interesado en invertir en nuestro país, le sería mucho más sencillo saber qué trámites tiene que llevar a cabo, qué plazos tiene para ello, a dónde se tiene que dirigir exactamente, etc.; en definitiva, este organismo facilitaría enormemente el proceso de inversión de capitales en España.

En suma, una vez analizados los factores que ciertos autores han identificado como motivantes de la internacionalización de las empresas, podemos decir que las multilaterales siguen unos patrones comunes a la hora de tomar la decisión de invertir en nuestro país. En primer lugar, encontramos que el fuerte crecimiento de los países latinoamericanos, así como la apreciación de sus monedas y la minimización del riesgo para la empresa, son los factores asociados con el país de origen que las multilaterales tienen más en cuenta para decidir si expandirse internacionalmente o no. En segundo lugar, destacan como razones asociadas a nuestro país, el tamaño, las características y el potencial de nuestro mercado, además de las buenas infraestructuras que ofrece España, como motivos principales de la atracción de multilaterales.

Por las razones esgrimidas previamente consideramos que desde nuestro país debemos potenciar las relaciones de amistad tanto con América Latina, por los vínculos históricos que compartimos, como con la Unión Europea y los países y zonas colindantes, porque suponemos una puerta hacia ellos. Asimismo, se deberían mejorar y promocionar las buenas infraestructuras que ya poseemos para atraer aún más la llegada de empresas desde Latinoamérica. Consideramos que también sería necesario seguir potenciando las reformas estructurales que beneficien a las multilaterales, como la ampliación de los incentivos fiscales y laborales para estas empresas. Finalmente,

⁴⁰ Véase el punto 6.2. La internacionalización de las empresas argentinas hacia España para obtener más información en torno a las razones por las cuales las empresas de Argentina invierten en nuestro país y la importancia de las redes tanto formales como informales.

proponemos como medidas más innovadoras la firma de una alianza entre la CAF y el ICO, para contribuir a la financiación de las inversiones en ambas direcciones, y la creación de una «ventanilla única» para el empresario latinoamericano, desde la que se facilitaría toda la información necesaria para invertir en nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

- AJE (2014). *A worldwide company*. Consultado el 12 de enero de 2015, en AJE Group: <http://www.ajegroup.com/about-aje/map/>
- América Economía (2014a). *100 al abordaje*. Consultado el 23 de septiembre de 2014, en América Economía: <http://rankings.americaeconomia.com/multilatinas-2014/introduccion/>
- América Economía (2014b). *Ranking 100 multilatinas 2014*. Consultado el 1 de noviembre de 2014, en América Economía: <http://rankings.americaeconomia.com/multilatinas-2014/ranking/>
- ARCOR (10 de marzo de 2003). *Acta de Directorio*. Consultado el 15 de enero de 2015, en Comisión Nacional de Valores de Argentina: http://www.cnv.gob.ar/info_Financiera.asp?Lang=0
- Bértola, L., & Ocampo, J. (2010). *Desarrollo, vaivenes y desigualdad. Una historia económica de América Latina desde la independencia*. Consultado el 26 de diciembre de 2014, en SEGIB: <http://segib.org/publicaciones/files/2010/12/Historia-Economica-AL-ESP.pdf>
- Biderbost, P. (26 de octubre de 2014). *La inversión de las multilatinas en España*. Consultado el 20 de noviembre de 2014, en Comillas Blog of International Relations: <http://www.comillasirblog.blogspot.com.es/2014/10/la-inversion-de-las-multilatinas-en.html#sthash.u5V0FwhO>
- Bimbo (2014). *Preguntas frecuentes*. Consultado el 24 de septiembre de 2014, en Bimbo: <http://www.bimbo.es/preguntas-frecuentes>
- Cárdenas, E., Ocampo, J., & Thorp, R. (2003). *Industrialización y Estado en la América Latina. La leyenda negra de la posguerra*. México: El Trimestre Económico.
- Casanova Seuma, L. (2011). El ascenso de las multilatinas en la economía mundial. *La nueva geografía de la internacionalización*(859), 21-31.
- Casas Jiménez, C. (2014). *Integración empresarial*. Consultado el 30 de noviembre de 2014, en Expansión: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/integracion-empresarial.html>
- Cemex (2014). *Company profile*. Consultado el 16 de noviembre de 2014, en Cemex: <http://www.cemex.com/AboutUs/CompanyProfile.aspx>
- CEPAL y SEGIB (noviembre de 2012). *La inversión extranjera: oportunidades para impulsar una relación renovada*. Consultado el 24 de septiembre de 2014, en Espacios Iberoamericanos: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/48329/EspaciosIberoamericanos.pdf>

- Chemo (2014). *Integración y expansión internacional*. Consultado el 10 de enero de 2015, en Chemo: <http://www.chemogroup.com/es/acerca-de-chemo/historia/>
- CSAV (2014). *About us*. Consultado el 16 de noviembre de 2014, en CSAV: <http://www.csav.com/en/aboutus/Pages/AboutUs.aspx>
- Cuervo-Cazurra, A. (2010). Multilatinas. *Universia Business Review*(25), 14-33.
- Doing Business (2014). *Doing Business Rank 2014*. Consultado el 3 de noviembre de 2014, en Doing Business: <http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business>
- EFE (17 de agosto de 2014). *Perú proyecta ingresar a la OCDE en el año 2021*. Consultado el 10 de enero de 2015, en América Economía: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/peru-proyecta-ingresar-la-ocde-en-el-ano-2021>
- Eurostat (2014). *Harmonised unemployment rate by sex*. Consultado el 18 de noviembre de 2014, de Eurostat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=teilm020&tableSelection=1&plugin=1>
- Fleury, A., Leme Fleury, M., & Glufke Reis, G. (2010). El camino se hace al andar: el camino de las multinacionales brasileñas. *Universia Business Review*(25), 34-55.
- Fundación Don Cabral (22 de septiembre de 2014). *The internationalization of Brazilian multinationals grows by 1.6 percent, and Odebrecht stands out*. Consultado el 1 de diciembre de 2014, en Fundación Don Cabral: <http://www.fdc.org.br/en/press/Paginas/article.aspx?noticia=28>
- Gobierno de España (2013). *Programa Nacional de Reformas 2013*. Consultado el 1 de noviembre de 2014, en La Moncloa: <http://www.lamoncloa.gob.es/Documents/pnrespa%C3%B1a2013.pdf>
- Hymer, S. (1960). *The International Operations of National Firms, a Study of Direct Foreign Investment*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- ICEX (26 de septiembre de 2014). *España, plataforma para las inversiones y sedes de empresas multilatinas en Europa, África y Oriente Medio*. Consultado el 1 de diciembre de 2014, en ICEX: <http://www.investinspain.org/invest/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde0/mzqy/~edisp/doc2014342090.pdf>
- IMF (octubre de 2014). *World Economic Outlook Database*. Consultado el 24 de septiembre de 2014, en IMF: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=86&pr.y=13&sy=2008&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c>

=311%2C336%2C213%2C263%2C313%2C268%2C316%2C343%2C339%2C273%2C218%2C278%2C223%2C283%2C228%2C288%2C233%2C293%2C238%2C36

INE (2014). *Encuesta de población activa - Trimestre 3/2014*. Consultado el 18 de noviembre de 2014, en INE: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595

JBS (2014). *Sobre JBS*. Consultado el 16 de noviembre de 2014, en JBS: http://www.jbsglobal.com/es/sobre_jbs

Kosacoff, B., Fortaleza, J., Barbero, M., Porta, F., & Stengel, E. (2014). *Globalizar desde Latinoamérica: el caso ARCOR* (Tercera ed.). Buenos Aires: McGraw Hill.

Latam Airlines Group (2014). *About us. Profile*. Consultado el 16 de noviembre de 2014, en Latam: <http://www.latamairlinesgroup.net/phoenix.zhtml?c=81136&p=irol-homeProfile2>

Legal Information Institute (2014). *Joint Ventures*. Consultado el 10 de enero de 2015, en Cornell University Law School: http://www.law.cornell.edu/wex/joint_venture

Minauro, R. (8 de mayo de 2012). *Reflexiones sobre los nuevos negocios internacionales en el Perú*. Consultado el 10 de enero de 2015, en ORLA - Universidad Pompeu Fabra: <http://www.orla.upf.edu/centro-documentacion/articulos/negocios-peru/>

Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (20 de junio de 2014). *Reforma Fiscal*. Consultado el 1 de noviembre de 2014, en <http://www.minhap.gob.es/Documentacion/Publico/GabineteMinistro/Notas%20Prensa/2014/S.E.%20HACIENDA/20-06-14%20Presentaci%C3%B3n%20Reforma%20Fiscal.pdf>

Muttaleb, K. (7 de julio de 2008). *Determinants of Foreign Direct Investment and Its Impact on Economic Growth in Developing Countries*. Consultado el 22 de septiembre de 2014, en MPRA: <http://mpr.aub.uni-muenchen.de/9457/1/>

NASDAQ (2015). *Cotización de acciones de Globant, S.A. en tiempo real*. Consultado el 10 de enero de 2015, en NASDAQ: <http://www.nasdaq.com/es/symbol/glob/real-time>

OCDE (8 de diciembre de 2014). *Lanzamiento del Programa País de la OCDE con Perú*. Consultado el 10 de enero de 2015, en OCDE:

<http://www.oecd.org/countries/peru/lanzamiento-del-programa-pais-de-la-ocde-con-peru.htm>

- Paramio, L. (2003). *Inseguridad económica y frustración política*. Consultado el 26 de noviembre de 2014, en CSIC: http://portal.uam.es/portal/page/portal/UAM_ORGANIZATIVO/Departamentos/CienciaPoliticaRelacionesInternacionales/publicaciones%20en%20red/working_papers/archivos/13_2003.pdf
- Pastor, I. (2013). La creciente importancia de los Países Emergentes en el contexto internacional y la función de la futura Fundación IOSCO. *Jornada sobre la Regulación de los Mercados Financieros Internacionales*. Madrid: OICV-IOSCO.
- Rebossio, A. (4 de enero de 2015). *Techint, una multilatina de acero*. Consultado el 10 de enero de 2015, en El País: http://economia.elpais.com/economia/2014/12/30/actualidad/1419955934_679701.html
- Saborit, S. (11 de noviembre de 2002). *El gigante confítero ARCOR instala su división internacional en Barcelona*. Consultado el 30 de noviembre de 2014, en Expansión: <http://www.expansion.com/2002/11/11/empresas/920959.html>
- Sanglard, A., Carneiro, J., Baiocchi, A., Freitas, P., & Schiavo, M. (2014). The Marisol case: Challenges of international growth for a successful Brazilian designer apparel firm. *Journal of Business Research*(56), 567-581.
- Santiso, J. (agosto de 2008). La emergencia de las multilatinas. *Revista de la CEPAL*(95), 8-30.
- Sociedad Brasileña de Estudios de Empresas Transnacionales y de Globalización Económica (junio de 2014). Internacionalização de empresas brasileiras: mudanças de perfil do investimento. *Boletim SOBEET*(101), 1-5.
- Temboury, M. (14 de noviembre de 2012). *El viaje de vuelta: la expansión de las empresas latinoamericanas*. Consultado el 1 de diciembre de 2014, en Real Instituto Elcano: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/Imprimir?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/Elcano_es/Zonas_es/ARI77-2012_Temboury_Expansion_Empresas_Latinoamericanas
- Tenaris (2014). *About Tenaris*. Consultado el 16 de noviembre de 2014, en Tenaris: <http://www.tenaris.com/en/AboutUs.aspx>
- Ternium (2014). *Nuestra empresa. Quiénes somos*. Consultado el 16 de noviembre de 2014, en Ternium: <http://www.ternium.com/about-us/>

- Thorp, R. (1998). *Progress, Poverty and Exclusion: An Economic History of Latin America in the 20th Century*. Baltimore: John Hopkins University Press, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Transparency International (2014). *Corruption Perception Index 2013*. Consultado el 1 de noviembre de 2014, en Transparency International: <http://www.transparency.org/cpi2013/results>
- Tsai, P. (julio de 1994). Determinants of Foreign Direct Investment and Its Impact on Economic Growth. *Journal of Economic Development*, 19(I), 137-163.
- UNCTAD (2014). *World Investment Report 2014*. Consultado el 14 de noviembre de 2014, en United Nations: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2014_en.pdf
- Valls, R. (4 de noviembre de 2013). *Fuga de cerebros: ¿dolor de cabeza para Latinoamérica?* Consultado el 10 de enero de 2015, en El País: http://internacional.elpais.com/internacional/2013/11/04/actualidad/1383588306_623848.html
- Vernon, R. (mayo de 1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.
- Yanbal (2014). *Yanbal-Unique*. Consultado el 12 de enero de 2015, en Yanbal: <http://www.yanbal.com/global/home/selectcountry>