

Ramón Casilda Béjar*

LAS MULTILATINAS, UNA MENCIÓN ESPECIAL A LAS MEXICANAS

En América Latina, las empresas «multilatinas» representan un hecho novedoso. Su origen se produce durante la década de 1990, aunque sus precedentes son anteriores. Desde entonces se han beneficiado ampliamente del buen momento económico de la región (aunque con altibajos) lo que impulsó sus resultados, y por tanto, la confianza de los inversores en sus respectivos países.

Se expandieron regionalmente en busca de mayor tamaño, diversificación y beneficios. El nombre fue acuñado por la revista *América Economía* en 1986, con el objetivo de describir las empresas locales que comenzaban a realizar negocios a lo largo y ancho de las Américas, para continuar con su expansión fuera de la región. Existe una amplia presencia internacional, siendo las multilatinas mexicanas líderes en sectores de actividad, sin embargo, el gran reto de internacionalización fuera de la región sigue vigente.

Palabras clave: internacionalización, fusiones, adquisiciones, globalización, estrategias, diversificación, modernización, industrialización, competitividad, España, Europa, Asia.

Clasificación JEL: F01, G34, O14.

1. Origen y evolución

Las multilatinas tuvieron su origen básicamente a finales del siglo xx, dentro de un contexto de general bonanza económica en América Latina, impulsado por los altos precios de las materias primas, que se incrementaron notablemente debido a la intensidad de la demanda China y a la instauración de un entorno internacional muy favorable, lo cual resultó una condición decisiva para que se iniciara un ciclo de crecimiento vigoroso a lo largo y ancho del continente.

Este crecimiento estuvo precedido por la instauración de múltiples acuerdos comerciales, que

tienen como fin favorecer los intercambios entre las distintas economías que participan de estos tratados, como por ejemplo: Mercosur, CAN, CARICOM y más recientemente la Alianza del Pacífico. Asimismo, la globalización resultó un factor que lanzó a las empresas, y en particular a las grandes, hacia la búsqueda de nuevos mercados mediante diferentes vías estratégicas para continuar creciendo.

Precisamente, las grandes empresas nacionales, que debían adaptarse a los nuevos parámetros de la globalización, consideraron que una de las maneras más eficaces de hacerlo consistía en diversificar y expandir su producción y negocios. Para lograrlo, la práctica más utilizada es realizar fusiones y adquisiciones tanto a nivel regional como internacional. Sus esfuerzos se concentran en la búsqueda de estrategias adecuadas para poder enfrentarse exitosamente a la com- ▷

* Profesor del Instituto de Estudios Bursátiles, y del Instituto de Estudios Latinoamericanos. Universidad de Alcalá de España. Asesor internacional de empresas.

Versión de mayo de 2014.

petencia y así lograr el crecimiento y la rentabilidad requerida por los mercados internacionales, como es el caso de las multilatinas mexicanas.

2. Estrategias de crecimiento

Las estrategias de crecimiento llevadas a cabo son diferentes y no son ajenas a las propias singularidades de sus países de procedencia y de destino, aunque comparten algunos patrones comunes. Por ejemplo, las multilatinas mexicanas continúan demostrando sus preferencias por el mercado norteamericano, dado que es su primer socio comercial, mientras que las chilenas prefieren crecer en el bloque que conforman Perú, Argentina, Colombia y Brasil. Otra característica, como señal de que entre ellas compiten al máximo pero tejen fusiones para ganar tamaño y expansionarse globalmente, lo constituye la fusión que realizaron con este propósito la aerolínea chilena Lan Chile y la brasileña TAM. La fusión dio origen a LATAM, que se sitúa entre las 10 aerolíneas más importantes del mundo y la segunda por valor bursátil¹, proporcionando servicios de transporte de pasajeros y de carga a más de cien destinos y veinte países.

En síntesis, todo indica que el mapa empresarial en Latinoamérica se encuentra sometido a rápidos cambios y variaciones, como es el caso de la intensa actividad que llevan a cabo grupos colombianos y chilenos, que durante 2013 (principalmente) y 2014 se han hecho con diferentes empresas multinacionales europeas que deciden desinvertir en la región, siendo entre otras operaciones significativas las siguientes:

- Grupo Aval (Colombia): compró en Centroamérica al Banco BAC Credomatic, brazo financiero de General Electric por 1.900 millones de dólares.

- Grupo Aval (Colombia): adquiere a BBVA la AFP Horizonte de Colombia por 530 millones de dólares.

- Grupo Aval (Colombia): se ha hecho con la editorial El Tiempo, tras adquirírselo al Grupo español Planeta por 300 millones de dólares.

- Grupo Aval (Colombia): adquiere a BBVA su histórica filial en Panamá por 646 millones de dólares.

- Davivienda (Colombia): compró la operación del HSBC (Reino Unido) en Costa Rica, Honduras y El Salvador por valor de 801 millones de dólares.

- Grupo Gilinski (Colombia): adquirió la operación del HSBC (Reino Unido) en Colombia, Uruguay, Paraguay y Perú, por 400 millones de dólares.

- Grupo Sura (Colombia): compró a ING de Holanda los activos en pensiones, seguros y fondos de inversión en Chile, México, Perú, Uruguay y Colombia. La operación fue de 3.763 millones de dólares.

- Grupo Argos (Colombia): se quedó con diversos activos de la cementera francesa Lafarge en Estados Unidos, desembolsando 760 millones de dólares.

- ISA (Colombia): adquirió a Cintra (España) la filial Intervial Chile por 580 millones de dólares.

- Corpbanca (Chile): compró al Grupo Santander la operación Santander Colombia, que totalizó 1.225 millones de dólares.

- Corpbanca (Chile): se hizo con HelmBank en Colombia por 1.278 millones de dólares.

- Cencosud (Chile): adquirió los hipermercados franceses Carrefour y sus tiendas en Colombia por 2.600 millones de dólares.

- Compañía Sud Americana de Vapores (Chile) se fusionó con Hapag-Lloyd, su competidor alemán de transporte marítimo por contenedores, y se convirtieron en la cuarta empresa mundial del sector con una facturación de 8.700 millones de dólares. La sede central estará en Hamburgo y la central regional en Santiago de Chile.

Sus estrategias de crecimiento obedecen a un hecho cierto y es que, hasta hace algunos años, ▷

¹ Su capitalización según *Bloomberg*, es prácticamente el doble que IAG (Iberia-British Airways) y más en las condiciones de los mercados bursátiles actuales que rigen en Europa.

la adquisición de empresas en el exterior era casi exclusivamente potestad de las multinacionales de países avanzados, como puede ser el caso de España². La pauta seguida por muchas multilatinas, en este tránsito de crecimiento dentro de la región, es la compra de compañías fuertemente competitivas. Algunos casos los encontramos en: la cementera mexicana Cemex, la minera brasileña Vale, el grupo argentino Techint, o el protagonizado por el mayor banco privado brasileño, Itaú, que fusionó su filial en Chile con el colombiano CorpBanca en una operación que le proporciona el acceso a los mercados de Colombia, Perú y América Central. La entidad resultante, Itaú CorpBanca, tendrá como socios mayoritarios el Itaú Unibanco y el Corp Group.

A todo esto hay que añadir las respectivas operaciones llevadas a cabo en los bancos españoles. Sabadell Atlántico, que aprovechando la ampliación de su capital en 1.382 millones de euros con el fin de robustecer su balance, dio entrada a nuevos socios estratégicos de América Latina, lo que contribuyó a dar una imagen con mayor proyección internacional. Se trata del grupo colombiano Itos Holding, del financiero Jaime Gilinsky que, con 350 millones de euros, será uno de los principales accionistas con el 5 por 100, y el otro es Fintech Investments Limited, perteneciente al financiero mexicano David Martínez que, con igual desembolso, se constituye en otro de los principales accionistas. Igualmente la familia Del Valle, que controla el Banco BX+, encabeza un grupo de inversores mexicanos que se hizo con el 6 por 100 del Banco Popular, tras invertir 450 millones de euros. Por su parte el banco español adquirió el 24,9 por 100 del Banco BX+ por un importe de 97 millones de euros. De esta manera, el Popular comienza su expansión internacional en México, con el propósito de extenderse hacia otros países latinoamericanos.

A estas hay que sumarles las operaciones llevadas a cabo por otros importantes inversores, como la entrada de la petrolera estatal Pemex a través de su filial PMI Comercio Internacional, que se hizo con el 51 por 100 del capital del astillero vigués Hijos de J. Barreras, desembolsando 5,1 millones de euros, lo que significa, según la asociación del sector naval y metalúrgico de Galicia, una noticia muy positiva para la imagen del sector internacionalmente. El primer resultado es la construcción de dos floteles (buques hoteles de apoyo a las plataformas petrolíferas), que supone una inversión de 300 millones de euros.

También destaca la compra, por parte del grupo de transporte ADO pionero en el negocio de pasajeros en México, del grupo Avanza, compañía española líder dedicada al transporte urbano y en estaciones de autobuses. ADO tiene su sede en la ciudad de México DF y cubre más de 1.500 destinos, gracias a una flota que supera los 6.000 autobuses. Otra operación importante es la adquisición del grupo de productos cárnicos líder del mercado español, Campofrío, realizada por el grupo Sigma, que lidera el sector de alimentación de México, presente en EEUU, Guatemala, Honduras, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, República Dominicana y Perú, que en total cuenta con 39 fábricas y 135 centros de distribución.

Aunque, por el momento, la operación más importante, por su calado y estrechas relaciones con la Comunidad de Galicia, la representa el mayor banco privado de Venezuela, Banesco, que se alzó como vencedor de la subasta de Novagalicia Banco al ofertar 1.003 millones de euros y no exigir ningún tipo de ayuda pública, y además asumir el compromiso de «mantener la gestión, la sede, la obra social en Galicia y el empleo». Además, la entidad se compromete a conceder nuevos créditos a familias y pymes por un importe superior a los 9.000 millones de euros. Una propuesta «imbatible», según la definieron sus competidores, Santander, Caixabank, BBVA, y el fondo de inversión Guggenheim. Banesco ▷

² Para más detalle, véanse; Ramón Casilda Béjar (2008): *La gran apuesta. Globalización y multinacionales españolas en América Latina. Análisis de sus protagonistas*, y; (2002): *La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Alcalá. Madrid.

estructuró su oferta a través del Banco Etcheverría, que lo compró previamente.

Por todo lo cual, es manifiesto el auge y crecimiento de las multilatinas, que demuestran sus capacidades organizativas y estratégicas para transformar y adaptar continuamente sus recursos materiales e inmateriales, enfocados a competir exitosamente en una triple dimensión: local, regional e internacional. Estas estrategias de crecimiento han hecho perder vigencia a algunas propuestas relacionadas con las teorías tradicionales. Para ciertos autores, actualmente, no es suficiente pensar que el acceso a una mano de obra barata, control de recursos naturales o habilidades productivas, representan suficientes argumentos para explicar esta tendencia. Sus ideas se apartan de estos planteamientos al señalar que, por ejemplo, la innovación y la calidad son un rasgo distintivo de las principales empresas que proceden de los países emergentes, incluidas las latinoamericanas.

Otros piensan que los cambios en el entorno global conducen a las empresas a enfrentarse con los nuevos escenarios, en los cuales crecer y conquistar nuevos mercados resulta crucial para mantenerse. Estos nuevos escenarios de la década de los años noventa del siglo xx³, incluían la liberalización de las economías en la mayoría de los países latinoamericanos, que permitieron la llegada de multinacionales de reconocido liderazgo mundial y otras que aún no lo eran como las españolas, con lo cual, la competencia se intensificó notablemente. Además, las privatizaciones incentivaron aún más el ingreso de nuevas empresas extranjeras. Todo este proceso elevó los niveles de competencia y obligaron a las empresas nacionales a responder con mejoras en su eficiencia, calidad e innovación.

Al respecto, algunos ejemplos los tenemos en la mexicana Bimbo, con más de 10.000 empleados

en 17 países, Cemex que supera los 55.000 en 33 países y América Móvil, que sobrepasa los 230 millones de usuarios en 18 países. Además, México fue el país de la región que más inversión extranjera directa (IED) emitió, sumando 25.597 millones de dólares, cifra que duplica ampliamente la del año anterior y es muy superior al máximo registrado dos años atrás. Las multilatinas mexicanas se encuentran entre las diez primeras por ingresos y están lideradas por América Móvil, Cemex, Grupo Alfa y Femsa.

Ahora una nota sobre las multinacionales españolas, las cuales, desde sus amplias experiencias de internacionalización e inversión, pueden resultar de interés para las multilatinas. La internacionalización y las importantes inversiones realizadas en América Latina, han supuesto un acontecimiento relevante para la economía española, igualmente también lo ha supuesto para la región, que ha ganado en seguridad, eficiencia y competitividad. En consecuencia, las empresas españolas han contribuido al fortalecimiento de las fuentes de crecimiento de la economía de los países y para la modernización de los sectores donde se encuentran presentes, que son claves para estos propósitos, como son: el sector financiero, las comunicaciones, la energía y las infraestructuras.

3. Estrategias de inversión regional

América Latina en conjunto configuró, durante las dos últimas décadas, una estructura económica estable y resistente, como nunca antes la había tenido. En consecuencia, las multilatinas no han desaprovechado la oportunidad y han continuado su expansión regional, siendo en algunos casos como se ha indicado, mediante la compra de filiales multinacionales principalmente europeas, que optaron por una estrategia de reducción de inversiones y decidieron vender determinados activos.

Esta tendencia se reflejó claramente en las principales fusiones y adquisiciones regionales ▷

³ En estos escenarios, la nueva política económica puesta en marcha en América Latina se basó en la aplicación del Consenso de Washington, para más detalle, véase Ramón Casilda Béjar (2002): *La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Alcalá. Madrid.

llevadas a cabo durante 2012-2013, pues siete de las diez mayores han sido de activos pertenecientes a empresas europeas, y en algunos casos se ha producido una absorción o al menos la compra de paquetes que le proporcionaban el control accionario, siendo el caso de la brasileña Camargo Correa con Cimpor en Portugal. Una apreciación es que, en la mayoría de estas transacciones, los activos adquiridos eran considerados como periféricos o no estratégicos y susceptibles, por tanto, de venderse para mejorar el balance o emprender otras inversiones. Esta situación se dio con las actividades en Colombia del grupo de comercio minorista francés Carrefour y del banco español Santander o las filiales en Centroamérica del banco británico HSBC⁴.

Sin embargo, fueron las multilatinas mexicanas las que más se expandieron regional e internacionalmente. Sus inversiones alcanzaron los 25.597 millones de dólares, cantidad récord. América Móvil, la mayor multilatina mexicana, fue la principal responsable. Esta empresa basa su estrategia de expansión en América Latina, donde junto con la española Telefónica, se posiciona como la principal operadora del mercado de las telecomunicaciones. América Móvil proyectó un giro estratégico cuando decidió diversificarse hacia Europa y adquirió participaciones relevantes de telefonía en Austria y los Países Bajos, por un total de 4.483 millones de dólares. Aunque todavía genera en el mercado mexicano la mitad de sus beneficios, no obstante, los recientes cambios regulatorios aprobados en México⁵ pueden reducir este porcentaje⁶ y por tanto, se vea más

presionada para continuar ampliando su presencia regional e internacional.

Aunque México no publica datos desagregados de IED que permitan analizar los sectores y países a los que se dirige, de todos modos, sobre la base de las cifras de las últimas fusiones y adquisiciones puede concluirse que las inversiones no han abandonado su preferencia por los Estados Unidos donde siguen demostrando sus preferencias por expandirse y posicionarse, especialmente por el extenso territorio de su sureña frontera común, aunque también lo hacen a lo largo y ancho del mercado norteamericano. Es el caso de Bimbo, que adquirió el negocio de panadería al grupo norteamericano Sara Lee, cuya facturación supera los 2.000 millones de dólares, el precio fue de 925 millones, incluyendo 41 plantas, más de 4.700 rutas de distribución y 13.200 trabajadores. Esta adquisición representa el complemento ideal, ya que le permite ampliar la cobertura geográfica e incorporar marcas y productos altamente complementarios. También se hizo con las filiales de España y Portugal, siendo la operación valorada en 115 millones de euros. Las multilatinas mexicanas se sitúan como las más activas y las primeras por activos internacionales superando los 117.000 millones de dólares y cerca de 230 mil empleados. Las dos primeras, Cemex y América Móvil, controlan 86 mil millones de estos activos, es decir el 87 por 100 del total.

Además, las multilatinas mexicanas continúan anunciando inversiones en el exterior siendo este el caso del Grupo México que amplió sus operaciones mineras en Perú; Bimbo abrió una nueva planta en Brasil y otra en Argentina; Gruma lo hizo en Estados Unidos, y Cinépolis, la cuarta mayor cadena de cines del mundo, anunció a principios de año la apertura de 350 salas en Brasil, Colombia, Estados Unidos e India. En paralelo comienzan a expandirse, como se ha indicado, por Asia y Europa.

A pesar de que los niveles de inversión extranjera directa son todavía muy dispares entre ▷

⁴ CEPAL (2013): *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile.

⁵ La reforma del mercado de las telecomunicaciones de 2013 en México es una reforma constitucional presentada por el Presidente de la República, dentro del marco de los acuerdos y compromisos establecidos en el Pacto por México. Fue promulgada por el Presidente Enrique Peña Nieto el 10 de junio de 2013.

⁶ Esto le sucedió a Telefónica cuando perdió el monopolio en España de las comunicaciones y se dio paso a la instalación de compañías extranjeras, que ciertamente ganaron cuota de mercado, lo cual resultó un acicate para impulsar su crecimiento y diversificación internacional. Para más detalle, véase César Alierta Izuel: *Telefónica en América Latina. Una visión multidoméstica de la globalización* en; Ramón Casilda Béjar (Editor, 2008): *La gran apuesta. Globalización y multinacionales españolas en América Latina. Análisis de los protagonistas*.

los países, hay una tendencia general hacia una mayor inversión en el exterior. Este proceso no deja de ser una contrapartida natural al creciente flujo de IED hacia estas economías, toda vez que la mayor competencia generada por las multinacionales extranjeras les obliga a buscar nuevas oportunidades de negocios internacionales. Esta es una tendencia global, dado que las economías en desarrollo y en transición, que ya reciben más de la mitad de los flujos mundiales de IED, fueron responsables de un tercio de la IED mundial durante 2012, porcentaje que diez años antes no superaba el 10 por 100.

México, en 2012, ha invertido en el exterior el doble de la IED recibida en su país. Tomando un período más extenso (2007-2012) la IED realizada ha sido un 34 por 100 superior de lo recibida, y más lo ha sido en Colombia con un 45 por 100, mientras que en Chile alcanzaba el 69 por 100. En estos tres países, la proporción aumenta más claramente si tomamos el período anterior (2002-2007).

En conjunto, durante 2012, la IED de las economías latinoamericanas aumentó un 17 por 100 respecto a 2011, hasta totalizar 48.704 millones de dólares. Esta cifra supera en un 2 por 100 el máximo histórico registrado en 2010. Estas inversiones en el exterior realizadas por cada país presentan una gran volatilidad de año en año, porque el número de multilaterales que producen estos flujos es todavía muy limitado y las cifras agregadas son muy sensibles a proyectos específicos. A pesar de ello, los flujos de IED se han mantenido en niveles históricamente altos durante los tres últimos años. Durante la última década, la gran mayoría de estas inversiones provienen de Brasil, México, Chile y Colombia, sin embargo en 2012 se concentraron casi exclusivamente en México y Chile.

Sí se hace evidente la importancia, alcance y trascendencia que tienen las multilaterales para la industrialización y modernización regional, pues cubren el amplio espectro productivo y al mismo tiempo, son la piedra angular con la que de manera creciente deben contar los Gobiernos para el

crecimiento y el desarrollo, y por extensión, para lograr una mayor presencia, inserción y peso internacional.

Sobre este accionar, es preciso resaltar el impacto ampliamente favorable que causa sobre un proceso tan importante como es la «integración regional»⁷, debido al amplio, voluminoso y creciente cruce de operaciones e inversiones fuera de sus respectivos países, haciéndose evidente el importante impulso que le proporcionan al proceso de integración regional, el cual después de medio siglo de múltiples experiencias, no ha conseguido los objetivos fijados. Sin embargo, las multilaterales, como es manifiesto, desde la diversificación de sus inversiones, operaciones y proyectos, contribuyen de manera creciente a profundizar, cohesionar e integrar los mercados latinoamericanos, relacionando productores y consumidores como nunca antes se había logrado y a una velocidad no conocida en los diferentes tratados y acuerdos establecidos durante todos estos años.

En consecuencia, se hace necesario aprovechar estas dinámicas fuerzas para incorporarlas lo más ampliamente posible en beneficio de la integración regional, donde se observa un amplio margen para emprender múltiples iniciativas que deberían perseguir como objetivo, por ejemplo: realizar un diagnóstico sobre el número de instituciones, compromisos acumulados, especialmente en términos de acceso preferencial a los respectivos mercados, así como de los mecanismos de pagos y de financiación tanto del comercio como de las inversiones productivas y de las infraestructuras, y también sobre cómo evolucionar hacia metas conjuntas de integración⁸. ▢

⁷ En la XXIII Cumbre Iberoamericana, Ciudad de Panamá, 16-18 de octubre de 2013, en la ceremonia de apertura, el Presidente de Panamá, Ricardo Martinelli, expresó solemnemente y con profundidad que «la integración es el futuro nuestro», al tiempo que añadió, «si reflexionamos sobre el futuro de la Cumbre, concluiremos que los países podrán encontrar en la comunidad iberoamericana una herramienta útil para desarrollarse y fortalecerse en el siglo XXI».

⁸ La integración no cesa en América Latina, al menos en cuanto a iniciativas y proyectos no faltan. Es el caso reciente de Colombia, Chile, Perú y México, que han constituido el nuevo Mercado Integrado Latinoamericano (MILA) que agrupa a las bolsas de valores de los cuatro países. También estos mismos países son los que constituyen la Alianza del Pacífico.

Con este proceder, mediante el aprovechamiento de los acuerdos regionales preferenciales ya existentes, no cabe duda que se introducirán avances hacia posiciones más ambiciosas que hacen posible la «integración real», algo muy distinto, por cierto, respecto a lo que sucede con las exportaciones, que vienen sufriendo reiteradas trabas y medidas de carácter proteccionista, condicionadas por la crisis económica internacional.

Estos acontecimientos, en ocasiones, se producen sin valorar ni tener presente la vigencia de los acuerdos establecidos por los países, que en la práctica se están vaciando de contenido y los están poniendo en duda, dados los reiterados incumplimientos. Lo cual está llevando a un nuevo planteamiento que exige, por ejemplo, repensar acuerdos o tratados de integración como el Mercosur, aunque todos los integrantes no dudan de la efectividad de la integración regional⁹.

4. Perspectivas internacionales

Las perspectivas internacionales de las multilaterales adquieren un peso importante en la actividad económica y comercial de América Latina; por consiguiente, cabe preguntarse si estas empresas que no cesan de crecer deben ser las encargadas de asumir el rol protagónico de la modernización de la región, y de esta manera constituirse en la punta de lanza de la eficiencia, innovación y competitividad de América Latina en la nueva geografía económica global y multipolar del siglo xxi.

Tal como hemos dejado la debida constancia en otros trabajos, debemos tener muy presente que las empresas multinacionales se han manifestado como actores importantes en el proceso de globalización de la actividad económica y con ello en la industrialización y modernización de los países donde se encuentran presentes. Bien es cierto que su variedad y papel han evolucio-

nado ampliamente a lo largo de todo el siglo xx, pasando desde una estrategia de réplica de actividades productivas en distintos territorios, hasta alcanzar una presencia global que les permite ofrecer bienes y servicios cada vez más adaptados en calidad y coste según las cambiantes necesidades de la demanda y con el lema: actuar localmente y pensar globalmente.

Respecto al protagonismo que desempeñan en la industrialización y modernización de sus propios países, el ejemplo más próximo lo encontramos en las multinacionales españolas. El proceso de industrialización y modernización de la economía española y su incorporación como actor de primera línea en la escena internacional se encuentra ampliamente relacionado con la génesis de sus multinacionales. Y es que el tejido productivo español se ha internacionalizado de forma tardía pero intensa, especialmente a partir de 1990, con la implantación en América Latina por parte de las grandes empresas de sectores estratégicos de telecomunicaciones, banca, energía, concesiones, infraestructuras del transporte e ingeniería, que llevan invertidos 145.000 millones de euros (Banco de España, 2013), lo cual ha permitido que España pase de ser receptora tradicional de inversión extranjera directa, para convertirse en emisora neta, situación que le otorgó formar parte de las principales economías de mayor peso mundial.

Ahora bien, salvando las distancias y diferencias, las multilaterales deben pisar el acelerador para expandirse fuera de su mercado más tradicional como lo es EEUU, y más en el caso de las mexicanas. Deben, pues, utilizar esta magnífica oportunidad que les brinda su favorable situación para, como lo hicieron las empresas españolas, cuando ante un ciclo ascendente que se iniciaba con la incorporación de España a la Comunidad Económica Europea (1986), la configuración del Mercado Único Europeo (1992) y la aprobación de la moneda común (el euro, 1993), aprovecharon este buen momento para expandirse internacionalmente, haciéndolo con gran fuerza y determinación hacia su mercado más natural como es América Latina.

⁹ Sobre este particular se discutió durante la interpelación al Gobierno uruguayo y su presidente, José Mujica. Montevideo, 13-3-2012.

Por tanto, las multilatinas, sin más demora y con toda decisión, deben ampliar su radio de acción regional, sin olvidarse que aquellas que primero lo hagan, mejores posiciones alcanzaran: «*quien pega primero pega dos veces*», dice el conocido refrán. Hacerlo hacia Europa y utilizar España como plataforma para sus operaciones es algo que debe producirse de manera natural.

Para instalarse en España cuentan, al igual que las empresas españolas en América Latina, con históricos vínculos sociales, culturales, un idioma común y las muy importantes relaciones económicas y comerciales tejidas en gran parte por las multinacionales españolas y la gran variedad de pequeñas y medianas empresas españolas que se encuentran cada vez más presentes en la región.

Actualmente por los efectos de la crisis, el mercado español brinda excelentes oportunidades en amplios sectores y una muestra de esta situación la encontramos en las siguientes declaraciones: «*En España hay muchísimas oportunidades. Para nosotros lo importante es conseguir sinergias: ver qué oportunidades se presentan en las que podamos obtener las mayores sinergias con lo que ya estamos haciendo en Latinoamérica y al revés. Estamos convencidos de que esta es la década de América Latina. El continente está empezando a pasar por un gran momento de crecimiento y de riqueza. Es muy emocionante. Y ¿por qué no incorporar a España dentro de esa fuerza Latinoamericana? Para nosotros tiene mucho sentido*»¹⁰. Aunque estas innegables buenas intenciones no se han llevado a cabo, por el momento.

Este camino de «ida y vuelta», que desde siempre aliento, tiene mucho sentido, es decir, transitar en las dos direcciones. Las empresas españolas en gran cantidad, diversidad y tamaño ya lo han hecho y continúan haciéndolo dado el apremio y circunstancias de crisis por las que atraviesa la economía española, lo cual ha acelerado la

internacionalización de todas las categorías y tamaños de empresas.

Sin embargo, aún no se deja sentir la amplia presencia que deberían tener las multilatinas en España, que además, como mercado natural, es su plataforma ideal para penetrar en Europa. Ésta sería una estrategia similar a la emprendida por las empresas españolas, que eligieron América Latina como plataforma para penetrar en Estados Unidos. En tal caso, la madurez les ha llegado y con ella una expansión aunque no tan acelerada como la española, pero sí cargada de determinación para emprender el camino hacia el mercado español y europeo. Comienza a percibirse con el desembarco de relevantes grupos latinoamericanos, que fijan en España su base de operaciones como lo han hecho las principales multilatinas brasileñas y mexicanas.

México es un jugador de gran peso y proyección en España, que tiene a Cemex como su más importante multilatina, con la mayor facturación internacional (75 por 100). Fue pionera en la salida al exterior y comenzó sus operaciones en 1992 con la compra de Valenciana de Cementos y Sansón. Además están Pemex, que cuenta con el 9,6 por 100 de Repsol, y el Grupo Modelo con presencia a través de Coronita, aunque fue comprado por el primer productor mundial de cerveza, AB InBev, propietario de Stella Artois y Budweiser. AB InBev se hizo con el 50 por 100 del capital que todavía no poseía del Grupo Modelo por 20.100 millones de dólares. También se encuentra Televisa, accionista de La Sexta TV, antes de la absorción total por parte de Antena 3 TV. Otros como el grupo Carso e Inbursa, pertenecientes al principal empresario mexicano y latinoamericano Carlos Slim, que aprovechó la reestructuración del sistema bancario español para convertirse en el principal accionista individual de Caixa Bank24, con alrededor de un 1 por 100 del capital.

Aun así, consideramos que el alto potencial inversor de las empresas mexicanas hacia el mercado español y europeo no se ha materializado, lo cual puede deberse a su enfoque pre- ▷

¹⁰ Adriana Cisneros. Vicepresidenta de la Organización Cisneros. «La tecnología es el mejor aliado de la democracia». *El País, Suplemento Negocios*, página 12. Madrid, domingo 11 de septiembre de 2011.

ferente en EEUU, país que absorbe el 90 por 100 de su comercio, lo que indica que las empresas tienden a instalarse en los países con los que comercian, y el intercambio entre México y la Unión Europea a pesar de contar con un tratado comercial de libre comercio, hasta el momento no es muy elevado.

Sin embargo, las firmas brasileñas, que iniciaron su periplo en Europa hace más de dos décadas, con Embraer como abanderada, sí «parecen» aprovechar las oportunidades que se les brinda, lo que explica el incremento de operaciones, incluidas las españolas, aunque al igual que las mexicanas no con la potencia que se les supone, siendo también ésta la gran asignatura pendiente de Brasil, séptima potencia económica del mundo.

Por todo lo cual, se hace necesario destacar la creciente fuerza y el importante significado económico y comercial que adquieren las multilatinas dentro y fuera de América Latina, razón por la cual, su estudio en la literatura especializada de los negocios aumenta notablemente, al igual que lo hace en los foros iberoamericanos, como sucedió en la XXI y XXIII Cumbre Iberoamericana¹¹, donde en su discurso inaugural el Secretario General Iberoamericano, Enrique V. Iglesias, se refirió a las multilatinas y su fuerza para competir internacionalmente, cómo cabría reflexionar y en qué forma los países de la Comunidad Iberoamericana pueden reforzarse mutuamente potenciando sus relaciones para enfrentarse a los vientos turbulentos que puedan llegar de la crisis internacional actual.

Afortunadamente, podemos decir que estas relaciones se han reforzado mutuamente durante las últimas décadas¹². Por una parte, América Latina recibió una corriente intensa y vigorosa de importantes inversiones de empresas españolas.

Para, más actualmente, estar llegando inversiones latinoamericanas a España. Esta dinámica creciente crea un positivo clima para el intercambio de negocios y operaciones, lo cual resulta mutuamente beneficioso. Además, la presencia de las multilatinas pasa a tener una dimensión más global, lo cual ya es un hecho muy positivo para sus estrategias de expansión (Cuadro 1, en página siguiente).

Y algo ciertamente trascendental que facilita, fortalece e impulsa las relaciones y la cooperación más allá del idioma común (que sin duda representa un activo de incalculable valor), concretamente me refiero al hecho de «compartir» en toda la extensión y profundidad del término, más de 500 años de historia, algo que es imposible de obviar y menos aún de improvisar (Casilda, 2002, 2008 y 2011).

Este *ranking* ofrece importantes datos que no deben ser pasados por alto, por ello los destacamos. Se realiza tomando como referencia cinco variables. Las tres primeras se engloban en el concepto de operaciones en el extranjero, el cual incluye en primer lugar las exportaciones de la casa matriz y las ventas de las filiales, así como su porcentaje con respecto al total de ingresos de las empresas. En segundo lugar, los trabajadores que tienen las filiales respecto al total de los que emplea la compañía. Luego se considera el porcentaje de inversiones o activos que se han realizado en el exterior, sobre el total de inversiones.

La cuarta variable es la cobertura geográfica, que se construye de acuerdo a la diversificación de las operaciones en el mundo. Se consideran ocho zonas económicas: América del Sur, América Central, Norteamérica (EEUU, México y Canadá), Europa, Asia, África, Oceanía y Medio Oriente, y se verifica en cuantos países está presente cada empresa. También se incluye una variable llamada potencial de crecimiento internacional que se construye con tres indicadores: el tamaño de la compañía, la liquidez de la empresa que incluye los planes de inversiones, las recientes adquisiciones y los espacios que existen para crecer en el mercado global del sector de cada compañía. ▷

¹¹ Asunción, 28-29 de octubre de 2011. Ciudad de Panamá, 16-18 de octubre de 2013.

¹² Una clara señal por seguir potenciando estas mutuas relaciones, lo constituye la decisión del BID de instalar en Madrid su sede para Europa. Esto indica el alto papel que se le asigna a España como «plataforma única» entre Europa-América Latina. Palabras del presidente del Gobierno de España, Mariano Rajoy, durante el acto de inauguración en Madrid, el 6 de julio de 2012. La CAF, banco de desarrollo para América Latina, con anterioridad al BID, decidió también fijar su sede para Europa en Madrid, inaugurándola el 1 de septiembre de 2009.

CUADRO 1
LAS 60 MULTILATINAS MÁS GLOBALES EN 2011-2012

Año 2012	Año 2011	Empresa	País	Sector	Índice Global
1	4	Cemex	MX	Cemento	81,0
2	1	Grupo JBS – Friboi	BR	Alimentos	79,8
3	2	Brightstar	USA	Telecomunicaciones	79,7
4	5	Tenaris	AR	Siderurgia	79,1
5	7	Grupo Alfa	MX	Multisectorial	77,0
6	-	Latam	CL/BR	Aerolíneas	76,0
7	11	Impsa	AR	Energía	75,1
8	6	Telmex	MX	Telecomunicaciones	75,0
9	10	Ajegrup	PE	Bebidas	75,0
10	0	Ternium	AR	Siderurgia	73,2
11	12	Odebrecht	BR	Construcción	71,4
12	13	Grupo Bimbo	MX	Alimentos	69,3
13	9	Gerdau	BR	Siderurgia	68,9
14	18	Isa	CO	Energía	68,6
15	8	Vale	BR	Minería	68,1
16	25	Mexichem	MX	Petroquímica	66,0
17	15	Sigdo Koppers	CL	Construcción	65,0
18	-	Grupo Belcorp	PE	Química	64,3
19	21	Avianca-Taca	CO/HO	Aerolíneas	63,9
20	20	Marfrig	BR	Alimentos	63,7
21	23	Sud. De Vapores	CL	Naviera	63,3
22	17	Petrobras	BR	Petróleo	63,2
23	14	Lab. Bagó	AR	Química	62,6
24	16	América Móvil	MX	Telecomunicaciones	62,3
25	-	Anto. Minerals	CL	Minería	62,0
26	24	Interoceánica	CL	Naviera	61,9
27	28	Cencosud	CL	Retail	58,2
28	31	Sonda	CL	Tecnología	58,0
29	-	Sqm	CL	Química	57,9
30	33	Gruma	MX	Alimentos	57,5
31	-	Recalcine	CL	Química	57,4
32	26	Brasil Foods	BR	Alimentos	57,1
33	30	Weg	BR	Manufactura	56,8
34	22	Grupo Nutresa	CO	Alimentos	56,5
35	27	Fibria	BR	Fors./Celul.	56,3
36	39	Votorantim	BR	Cemento	54,8
37	32	Arauco	CL	Fors./Celul.	54,8
38	44	Falabella	CL	Retail	54,3
39	38	Grupo Modelo	MX	Bebidas	52,8
40	34	Concha y Toro	CL	Bebidas	52,8
41	-	Masisa	CL	Fors./Celul.	52,8
42	42	Embraer	BR	Aeroespacial	52,3
43	40	CMI	GT	Alimentos	52,2
44	45	Grupo Argos	CO	Cemento	52,0
45	37	CMPC	CL	Fors./Celul.	51,5
46	35	Emb. Andina	CL	Bebidas	51,3
47	-	Xignux	MX	Siderurgia	40,7
48	-	Tigre	BR	Construcción	49,5
49	43	Femsa	MX	Bebidas	49,2
50	53	Arcor	AR	Alimentos	48,8
51	47	Metalfrio	BR	Electro.	48,6
52	46	PDVSA	VE	Petróleo	48,4
53	41	Camargo Correa	BR	Multisector	48,3
54	52	Grupo Elektra	MX	Retail	48,0
55	50	Alicorp	PER	Alimentos	47,6
56	-	Suzano	BR	Celulosa	47,3
57	48	Grupo Televisa	MX	Medios	47,0
58	49	Casa Saba (Fasa)	MX	Retail	46,7
59	-	CIA. SID. Nacional	BR	Siderurgia	46,4
60	54	A Gutiérrez	BR	Multisector	46,4

Fuente: Ramón Casilda Béjar (2011): *Multinacionales españolas en un mundo global y multipolar. Anexo estadístico. Para una actualización de 2012 - 2013*, <http://es.latintrade.com/wp-content/uploads/2013/02/2013latam.png>; *América Economía. II y III Foro Multilaterales*, www.foro-multilaterales.com

RECUADRO 1
MULTILATINAS MEXICANAS. LAS OPERACIONES MÁS IMPORTANTES EN ESPAÑA

- La ofensiva de México en España con las crecientes compras de inversores mexicanos comienza en 2011.
 - En este mismo año la petrolera Pemex se hizo con el 5 por 100 de Repsol por más de 1.000 millones de euros y pasó a controlar el 9,23 por 100 del capital. También ese año Bimbo se hizo con la norteamericana Sara Lee, cuya facturación supera los 2.000 millones de dólares, y cuyo precio fue de 925 millones, incluyendo 41 plantas, más de 4.700 rutas de distribución y 13.200 trabajadores. Esta adquisición representa el complemento ideal, ya que le permite ampliar la cobertura geográfica e incorporar marcas y productos altamente complementarios, como le sucedió en España y Portugal cuando se hizo con las filiales.
- Participaciones financieras, oficinas, grupos de transporte, de alimentación, industrias de alimentación, cárnicas, edificios y otros. Ningún otro país ha penetrado y diversificado con tanta intensidad como México. La posición de España, como puerta de entrada en Europa y el ajuste de precios que permite comprar a niveles altamente atractivos provoca una actividad sin precedentes. Estas son las grandes operaciones del capital mexicano en España durante 2013.
 - Compra del 6 por 100 de Banco Popular. Se instrumentará a través de una ampliación de capital, a un precio de 3,95 euros por acción y los títulos nuevos empezarán a cotizar el 20 de diciembre. A cambio, el banco español toma una participación del 24,9 por 100 del grupo mexicano BX+ por 97 millones de euros. La operación refuerza aún más la solvencia del Popular.
 - Fintech toma el 4,94 por 100 de Sabadell. El fondo estadounidense, liderado por el mexicano David Martínez, realizó una gran apuesta por la entidad junto al inversor colombiano Jaime Gilinski. La compra de un 5 por 100 del capital por cada uno de ellos ha inyectado nuevos recursos (los accionistas históricos acumulan grandes pérdidas). El valor de mercado de la participación de Fintech alcanza alrededor de 350 millones de euros.
 - ADO adquiere Avanza, la mayor empresa española en el negocio de transporte urbano y la segunda en trayectos de largo recorrido. El grupo azteca es el nuevo propietario de los casi 2.000 autobuses con una facturación próxima a los 450 millones de euros. Aunque se desconoce el precio de la operación, podría estar sobre los 800 millones de euros.
 - Fibra Uno compra oficinas. El fondo británico Moor Park Capital Partners vendió en octubre al inversor mexicano Fibra Uno un paquete de 253 sucursales de Banco Sabadell Atlántico por casi 300 millones de euros. Ha sido la operación más importante del año en el sector. El banco se queda como inquilino de las sucursales durante 35 años, con un mínimo de 25 de obligado cumplimiento.
 - Carlos Slim cuenta con una importante presencia en Caixabank. El empresario ya había abierto el camino a Fibra con la compra en 2012 de 439 sucursales a La Caixa por 400 millones. Slim mantiene casi el 1 por 100 del capital de Caixabank, que es la mayor participación en el banco catalán a título individual. Lo singular de las operaciones es que mantienen una relación muy estrecha, con un intercambio accionarial entre el grupo español e Inbursa, el brazo financiero de Slim.
 - La empresa de congelados Sigma y la sociedad china Shuanghui comparten la propiedad del líder español de la industria cárnica Campofrío, valorado en 695 millones de euros. El acuerdo subraya el renovado interés de los compradores extranjeros por España, como un paso hacia otros mercados europeos. Para Sigma, que forma parte del grupo mexicano Alfa, el acuerdo abre la posibilidad de llevar reconocidas marcas como Fud y Nochebuena desde EEUU y América Latina hacia Europa, donde ambas compañías desean consolidar la destacada posición de Campofrío.
 - El TEC de Monterrey se encuentra presente en España, con la realización de programas y producción de cursos de formación en la modalidad de *elearning* para BBVA.
 - Empresas de sectores tecnológicos avanzados, como Neoris y la propia BSD Enterprise, dan muestra de la capacidad, modernidad y competitividad que ofrecen las empresas mexicanas, que demuestran las amplias sinergias con las españolas para tejer una red de cooperación de alcance internacional.

Fuente: elaboración propia, marzo 2014.

5. Conclusiones

Permítaseme concluir diciendo que el fenómeno de las «multilatinas» es realmente uno de los temas más relevantes para América Latina y también para el caso de México. El ejemplo más próximo lo encontramos en las actuales «multinacionales españolas» que, por cierto, llevo analizando y dándole cumplido seguimiento desde que iniciaron su proceso de internacionalización en esta región del mundo, tan próxima, tan histórica, tan querida. La economía española, desde

que cuenta con empresas multinacionales líderes en amplios sectores de actividad, realmente se transformó desde su dimensión, organización, modernización y proyección internacional, donde el peso de España se vio notablemente incrementado y, como país, adquirió relevancia en el orden y concierto mundial.

Como hemos señalado, nunca con anterioridad se había producido este fenómeno en América Latina, y es que las empresas y los empresarios representan el pulso y el núcleo de la producción en una sociedad y, por lo tanto, repercuten en la evo- ▷

lución del crecimiento y el desarrollo. De tal forma que su comportamiento influye en los resultados de una economía y, al mismo tiempo, afecta a las actividades productivas y, todo ello, con indudable influencia en el bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

En consecuencia, las multilatinas definen o más bien son el espejo que muestran los avances de los respectivos países en la economía global, donde son las representantes de los países, de ahí su enorme importancia. Su aparición es un hecho realmente «vital», pues indica la llegada de la ma-

durez a las empresas latinoamericanas e indica, al mismo tiempo, que los países de procedencia han llegado a un estadio de desarrollo que hace posible su aparición de manera gradual, tal como lo hicieron las españolas al internacionalizarse hacia América Latina.

Por lo cual, me atrevo a pronosticar que si América Latina no logra posicionarse en la economía mundial con multilatinas de peso, avanzadas, competitivas y globales, muy posiblemente la región no tendrá el peso que se merece, ni será protagonista del mundo del siglo *xxi*.