

Ramón Casilda Béjar*

LAS MULTILATINAS, AVANCES Y TENDENCIAS

Las empresas multilatinas representan un fenómeno empresarial realmente novedoso en América Latina, que se explica debido al crecimiento y desarrollo económico que ha protagonizado la región desde mediados de la década de 1990, impulsado por un entorno internacional muy favorable. Desde estas experiencias acontecidas en su expansión regional, donde compiten abiertamente con las multinacionales extranjeras en los más diversos sectores de actividad, sus habilidades directivas, sus capacidades productivas así como su tamaño se han visto reforzados.

De esta manera, una vez consolidada su presencia y competitividad, primero en su propio mercado nacional y posteriormente en el regional, situadas en los principales países, se encuentran protagonizando diferentes operaciones de fusiones y adquisiciones que potencian sus economías de escala. La siguiente fase es su expansión internacional, y si bien su mercado preferido es Estados Unidos, también deciden cruzar el Atlántico y lo hacen en España como puerta de entrada para su expansión en Europa.

Las crecientes inversiones que vienen realizando en nuestro país durante los últimos años demuestran sus capacidades, transformación y adaptación para competir exitosamente, facilitado ampliamente por los tradicionales vínculos históricos, y en las actuales circunstancias por el importante ajuste de precios debido a la crisis económica, que les permite adquisiciones altamente atractivas, que presagian continuidad en las inversiones a pesar del retroceso del crecimiento que se viene observando en las economías latinoamericanas.

Palabras clave: internacionalización, fusiones, adquisiciones, competitividad, multinacionales.

Clasificación JEL: F01, G34, O14.

1. Las multilatinas y su origen

Las multilatinas, originalmente, fueron definidas por la revista *América Economía* en 1996. Su objetivo era describir las empresas locales que comenzaban a realizar negocios a lo largo y ancho de las Américas. En este sentido se puede decir que los nombres colectivos constituyen una abstracción útil cuando definen una idea o una cosa con cierto grado de precisión.

Su origen se produce durante la década de 1990, coincidiendo con un contexto de general bonanza económica en la región (aunque con altibajos), y la puesta en marcha del Consenso de Washington, cuyas políticas facilitaron los cambios experimentados en las últimas tres décadas en las economías latinoamericanas, permitiendo una mayor transformación y modernización productiva e inserción internacional mediante una mayor apertura y liberalización. Y todo esto, beneficiándose del buen momento económico propiciado por los altos precios de las materias primas que se incrementaron notablemente debido a la intensa demanda china y un entorno internacional muy favorable. ▷

* Profesor del Instituto de Estudios Bursátiles. Profesor de la Escuela Diplomática.

Versión de febrero de 2015.

Al igual que las multinacionales, que tuvieron sus origen en las empresas manufactureras industriales y extractivas (mineras), también las multilatinas comenzaron con las empresas extractivas (mineras) y continuaron con las manufacturas industriales, extendiéndose hacia otros campos tan diversos como la industria cementera, construcción e ingeniería, cosmética, agroindustria, biocombustibles, gastronomía, telecomunicaciones, siderurgia, petroquímica, audiovisual, distribución, grandes almacenes o aeronáutica.

El ejemplo más próximo de las multilatinas lo encontramos en las «multinacionales españolas» (que llevo analizando y dándole seguimiento desde que iniciaron su proceso de internacionalización en esta región), que también aprovecharon el buen momento y contexto económico con la incorporación de España a la Unión Europea y al mercado único. Desde que la economía española cuenta con multinacionales líderes, su transformación fue intensa desde su dimensión, organización, modernización y proyección internacional, razón por la cual el peso de España se vio notablemente incrementado y adquirió relevancia en el contexto mundial.

2. La expansión regional

La expansión regional de las multilatinas, como se ha indicado, coincidió con un contexto de general bonanza económica, y 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, que les facilitó excelentes resultados, y que a su vez propiciaron la confianza de los inversores en sus respectivos países.

Las estrategias de expansión regional buscaban obtener mayor tamaño, diversificación y beneficios, y se vieron favorecidas por la instauración de múltiples acuerdos comerciales cuyo fin fue favorecer la integración regional mediante los intercambios entre las distintas economías que participaran de éstos tratados regionales que se han

comportado con distinta intensidad, como por ejemplo: Mercosur, CAN, Caricom y más recientemente la Alianza del Pacífico (Casilda, 2013).

Los datos que anualmente se presentan en la revista *América Economía*, donde se recoge la clasificación de las primeras 50 multilatinas, Brasil ocupa el primer lugar con 14, segundo México con 12, tercero Chile con 11, seguido de Colombia, Perú y Argentina con 3 respectivamente (Cuadro 1, en la página siguiente).

Durante 2014, las ventas totales de las mayores 50 multilatinas crecieron un 29 por 100 respecto al año anterior. En un primer análisis se puede constatar que internacionalizar las operaciones es una buena forma de protegerse contra las políticas económicas de cada país (ciclo económico), a la vez que se diversifican riesgos y se aprovechan las sinergias.

Durante las últimas dos décadas, las multilatinas han tenido una creciente expansión regional y, por extensión, en los mercados internacionales, facilitada como se ha indicado por las políticas adaptadas de apertura y liberalización económica del Consenso de Washington, pero también, y esta dimensión hay que reconocerla, por el regionalismo abierto de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe).

Las estrategias de crecimiento que han utilizado son diferentes y estas no son ajenas a las propias singularidades de sus países de procedencia y destino, si bien comparten algunos patrones comunes. Por ejemplo, las chilenas prefieren crecer en el bloque que conforman Perú, Argentina, Colombia y Brasil. Las más utilizadas han sido, y siguen siendo, las fusiones y las adquisiciones. Un ejemplo lo constituye la fusión que protagonizaron la aerolínea chilena Lan Chile y la brasileña TAM, dando origen a LATAM, que se sitúa entre las 10 aerolíneas más importantes del mundo, proporcionando servicios de transporte de pasajeros y de carga a más de cien destinos y veinte países. Otra estrategia en la misma dirección es la protagonizada por el mayor banco privado brasileño Itaú, que fusionó su filial en Chile con el colombiano CorpBanca, en una operación que ▷

CUADRO 1
LAS 50 MAYORES MULTILATINAS PRIVADAS EN 2014

Ranking 2014	Multilatina	País	Sector	Ventas 2013	Porcentaje empleados en exterior
1	CEMEX	MÉX	CEMENTO	14.953,90	77,7
2	LATAM	CHI	AEROTRANSPORTE	13.266,10	77,0
3	BRIGHTSTAR	USA/BO	TELECOM	10.600,00	84,0
4	GRUPO JBS - FRI BOI	BRA	ALIMENTOS	39.658,00	59,2
5	SUDAMERICANA DE VAPORES	CHI	NAVIERA	3.206,00	83,1
6	TENARIS	ARG	SIDERURGIA METALURGIA	10.597,00	74,0
7	TERNIUM	ARG	SIDERURGIA METALURGIA	8.530,00	70,0
8	AVIANCA-TACA	CO/SV	AEROTRANSPORTE	4.609,60	70,0
9	MEXICHEM	MÉX	PETROQUÍMICA	5.177,00	72,0
10	AJEGROUP	PER	BEBIDAS LICORES	1.745,00	77,7
11	TELMEX	MÉX	TELECOM	10.277,10	75,0
12	GERDAU	BRA	SIDERURGIA METALURGIA	10.597,00	55,0
13	GRUMA	MÉX	ALIMENTOS	4.138,00	58,8
14	AMÉRICA MÓVIL	MÉX	TELECOM	60.079,70	58,0
15	MASISA	CHI	MANUFACTURA	1.364,70	68,4
16	ARAUCO	CHI	CELULOSA PAPEL	5.145,50	37,6
17	CENCOSUD	CHI	RETAIL	19.648,00	60,3
18	NEMAK	MÉX	AUTOMOTRIZ AUTOPARTES	4.390,90	49,5
19	SONDA	CHI	SOFTWARE DATOS	1.277,30	72,5
20	SIGMA	MÉX	ALIMENTOS	3.744,10	95,2
21	ARTECOLA	BRA	QUÍMICA	128.196,00	61,6
22	EMBOTELLADORA ANDINA	CHI	BEBIDAS LICORES	2.905,30	77,9
23	CMPC	CHI	CELULOSA PAPEL	4.974,50	43,8
24	MARFRIG	BRA	ALIMENTOS	8.007,20	30,9
25	INDRA	BRA	MULTISECTOR	4.011,60	53,7
26	COPA AIRLINES	PAN	AEROTRANSPORTE	2.608,30	24,0
27	GRUPO ALFA	MÉX	MULTISECTOR	15.560,30	28,9
28	ISA (INTERCONEX ELEC)	COL	ENERGÍA ELÉCTRICA	1.872,70	63,6
29	FEMSA (3)	MÉX	BEBIDAS	19.640,40	21,8
30	GRUPO BELCORP	PER	QUÍMICA	1.963,00	79,0
31	GRUPO BIMBO	MÉX	ALIMENTOS	13.785,00	39,8
32	MARCOPOLO	BRA	AUTOMOTRIZ AUTOPARTES	1.766,80	60,2
33	PDVSA	VEN	PETRÓLEO GAS	116.256,00	6,0
34	IMPESA	ARG	ENERGÍA	689,60	54,8
35	SQM	CHI	MINERÍA	2.203,00	4,4
36	MADECO	CHI	MANUFACTURA	415,90	75,0
37	VALE	BRA	MINERÍA	43.323,50	19,1
38	COCA-COLA FEMSA	MÉX	BEBIDAS LICORES	11.931,70	47,7
39	LOCALIZA	BRA	LOGÍSTICA	1.483,80	93,4
40	WEG	BRA	MANUFACTURA	2.915,10	18,2
41	GRUPO NUTRESA	COL	ALIMENTOS	3.156,10	32,8
42	PETROBRAS	BRA	PETRÓLEO GAS	130.150,30	11,6
43	POLLO CAMPERO	GUA	ALIMENTOS	400,00	47,8
44	NATURA	BRA	QUÍMICA FARMACIA	2.966,70	80,2
45	CONSTRUCTORA ODEBRECHT	BRA	CONSTRUCCIÓN	4.101,50	32,0
46	GRUPO MODELO	MÉX	BEBIDAS	6.771,70	7,0
47	SUZANO PAPEL E CELULOSE	BRA	CELULOSA PAPEL	2.428,30	6,0
48	ALICORP	PER	ALIMENTOS	2.047,80	46,7
49	METALFRIO	BRA	ELECTRO	344,10	53,0
50	FALABELLA	CHI	RETAIL	12.653,30	47,7

Fuente: América Economía Ranking 2014, Santiago de Chile.

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.

Esto indica que el mapa empresarial latinoamericano se encuentra sometido a rápidos cambios y variaciones, como lo demuestra la intensa actividad que llevan a cabo grupos colombianos y chilenos, quienes han protagonizado adquisiciones de importantes multinacionales europeas que decidieron 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 Editorial El Tiempo, tras adquirirlo 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, convirtiéndose en la cuarta empresa mundial del sector con una facturación de 8.700 millones de dólares. La sede central estará en Hamburgo y en Santiago de Chile estará la central regional.

- Abbott Laboratories (EEUU): compra la chilena CFR Pharmaceuticals, especializada en medicamentos genéricos, siendo una de las mayores compañías en la región dedicada al desarrollo, producción y venta de medicamentos en 15 países latinoamericanos y en Vietnam. Cuenta con 7.000 empleados y opera en plantas de producción y centros de investigación en Chile, Colombia, Perú y Argentina. La compra asciende a 2.900 millones de dólares y el total de la operación supone 3.330 millones de dólares, si se tiene en cuenta la deuda que acumula la chilena. Abbott doblará su presencia en el mercado de genéricos en Latinoamérica y sus ingresos se elevaran en 900 millones de dólares anuales.

Es preciso destacar que estas transacciones indican un cambio importante en el patrón de crecimiento, pues hasta hace algunos años estas adquisiciones eran casi exclusivamente potestad de las multinacionales de los países avanzados, como puede ser el caso de España (Casilda, 2002). Este auge de las multilaterales demuestra sus excelentes capacidades en la adaptación y transformación de sus recursos para competir exitosamente en la dimensión regional, siendo el caso de las multilaterales aéreas.

También es preciso resaltar el impacto favorable que causan las multilaterales sobre un proceso tan importante, como es la «integración regional»¹. ▷

¹ 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».

Esto se produce debido al voluminoso y creciente nivel de operaciones, proyectos e inversiones que llevan a cabo en toda la región, haciéndose evidente su contribución en la profundización, cohesión e integración de los mercados latinoamericanos, relacionando productores y consumidores como nunca antes se había logrado y a una velocidad no conocida en los tratados y acuerdos establecidos durante todos estos años². En consecuencia, se hace necesario aprovechar estas fuerzas dinámicas para incorporarlas lo más amplia y extensamente posible en beneficio de la integración regional, que por cierto dista mucho aún de lo planeado.

Al respecto, el Instituto de Integración para América Latina y el Caribe (Intal)³, muestra que, durante el período 2003-2013, el comercio entre los países sudamericanos superó al dinamismo de las exportaciones mundiales y al de las ventas de la región hacia el resto del mundo. Los crecimientos más relevantes del intercambio intraindustrial durante este tiempo estuvieron en los flujos de comercio intraindustrial, tanto de manufacturas como de productos basados en recursos naturales (Gayá y Michalczewsky, 2014).

En general, las economías latinoamericanas se complementan entre sí. Las especializadas en la producción de materias primas se complementan con las más especializadas en manufacturas. Intal deduce que la región muestra un panorama heterogéneo en materia de comercio e identifica flujos industriales significativos en 11 de las 66 relaciones bilaterales mantenidas entre 2003-2013. Muestra que solo tres economías (Argentina, Brasil y Uruguay) tienen un índice de comercio intraindustrial alto, aunque Colombia y Ecuador están cerca de alcanzarlo. Argentina y Brasil son los países donde los flujos intraindustriales son más relevantes; mientras que en el resto de los casos

casi no existe un intercambio bidireccional. Aquí es donde las multilatinas pueden actuar para revertir y potenciar los flujos intraindustriales.

Estos datos, sin duda, contribuyen al debate sobre la integración latinoamericana y permiten extraer conclusiones relevantes, tanto para los hacedores de política como para el sector privado, debido a que los flujos de intercambio representan uno de los aspectos clave de la integración económica. Diversificar la oferta exportadora regional y penetrar en nuevos mercados como lo están haciendo las multilatinas mexicanas en España (Recuadro 1, en página siguiente), así como desarrollar flujos de intercambio intraindustrial, que favorecen la obtención de ganancias del comercio derivadas de las economías de escala, la incorporación de tecnología, y la creación de redes comerciales, representan efectos positivos sobre el resto de la economía y propician tanto la expansión regional como internacional.

3. La expansión internacional

La expansión internacional realizada por las multilatinas ha hecho perder cierta 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, el control de recursos naturales o habilidades productivas, son suficientes argumentos para explicar estas tendencias de crecimiento. Las nuevas tendencias se apartan de estos planteamientos al señalar que, por ejemplo, la innovación y la calidad son un rasgo distintivo de las principales empresas que se expanden internacionalmente, como es el caso de las multilatinas.

Esta expansión presenta algunas singularidades, por ejemplo, hay quienes sostienen que encuentran ciertas ventajas cuando operan en «entornos culturales» próximos, como por ejemplo en Angola, donde las multilatinas brasileñas se han implantado rápidamente con éxito y emprenden ▷

² Estos acuerdos de integración cubren ampliamente todos y cada uno de los aspectos, y son por sus siglas: ACS; ALADE; ALBA; CA-4; CAN; CARICOM; CELAC; MERCOSUR; NAFTA; OEA; OECS; OTCA; PARLACEM; SELA; SICA; UNASUR y AP.

³ INTAL es un Instituto que pertenece al Banco Interamericano de Desarrollo con sede en Buenos Aires (Argentina).

RECUADRO 1
Haciendo negocios en América Latina

Según el informe del Grupo Banco Mundial *Doing Business 2015. Más allá de la eficiencia*, continúa el progreso en el entorno regulatorio de los negocios en muchas economías de América Latina. Los empresarios locales en América Latina percibieron una mejoría para hacer negocios en el último año, manteniéndose el fuerte ritmo reformista para mejorar las regulaciones empresariales. Según el informe, la mitad de las economías de la región implementaron al menos una reforma regulatoria en 2013/2014.

El informe establece que ciertas economías de América Latina y el Caribe adoptaron medidas para eliminar los obstáculos a la actividad empresarial y robustecer las instituciones legales. Por ejemplo, Costa Rica y Guatemala adoptaron un sistema electrónico para la presentación y el pago de los impuestos empresariales, ahorrándose más de 60 horas al año en el tiempo empleado en el cumplimiento de cargas tributarias. Uruguay aprobó una ley cuyo objetivo es acelerar la resolución de litigios comerciales e implementó un sistema de inspección basado en riesgos que reduce el tiempo de despacho de aduanas.

Cabe destacar que Colombia es la economía donde es más fácil hacer negocios. Adicionalmente, ha implementado la mayor cantidad de reformas regulatorias en la región desde 2005, sumando un total de 29. Por ejemplo, en 2013/2014, facilitó el acceso al crédito a través de una nueva ley que mejora el régimen de garantías mobiliarias. Los cinco primeros lugares con facilidad de hacer negocios son, junto a Colombia, Perú, México, Chile y Puerto Rico. Estas economías se ubican entre las de mejor desempeño a nivel mundial en varias de las áreas medidas por el informe. Por ejemplo, hace diez años, un empresario peruano habría tardado más de 33 días para registrar el traspaso de una propiedad. Ahora le supondría sólo 6,5 días, menos que en los Estados Unidos (15 días) o Austria (20,5 días). «Desde hace casi una década, algunas economías de América Latina han mejorado su entorno empresarial, llegando en muchos casos a niveles equiparables a las mejores prácticas globales», así lo considera Augusto López-Claros (director del grupo de indicadores globales, economía del desarrollo, Grupo Banco Mundial), quien considera: «que acelerar y ampliar este proceso ayudaría a cerrar la brecha con aquellas economías con el mejor desempeño global e impulsaría la competitividad».

En esta edición, por primera vez, *Doing Business* recopiló información para una segunda ciudad en las 11 economías con población superior a los 100 millones de habitantes. En Brasil, se analizan las regulaciones de negocios en São Paulo y Río de Janeiro, y en México, en la Ciudad de México y el Distrito Federal. El informe revela que las diferencias entre ciudades son más comunes en indicadores que miden las etapas, el tiempo y el coste para completar operaciones regulatorias, en las cuales las agencias locales juegan un papel más importante.

El informe revela que Singapur encabeza la clasificación global de la facilidad para hacer negocios. Le acompañan las 10 principales economías con los entornos regulatorios más favorables para los negocios: Nueva Zelanda, Hong Kong, China, Dinamarca, República de Corea, Noruega, Estados Unidos, Reino Unido, Finlandia y Australia.

Fuente: Grupo Banco Mundial (octubre, 2014), Informe Doing Business 2015: Más allá de la eficiencia. Washington.

grandes proyectos de construcción, ingeniería e infraestructuras.

Y es que la proximidad del entorno cultural, como puede ser el idioma común, permite desarrollar habilidades con más facilidad para generar actitudes y comportamientos que les benefician en la forma y manera de establecer relaciones con su entorno, siendo también este el caso de las empresas españolas que se vieron ampliamente favorecidas en su veloz y exitoso despliegue inversor en América Latina por el idioma común (Casilda, 2010), vínculo que adquiere, ciertamente, un alcance realmente muy valioso. Dentro de un proceso de crecimiento internacional, la comparación entre el entorno institucional de procedencia y el entorno

del país donde se invierte, puede ofrecer señales del grado de facilidad o dificultad que se encontrarán durante el proceso de internacionalización, así como en el desarrollo posterior de sus actividades.

De acuerdo con lo anterior, la empresa intentará ingresar en aquellos países cuyas condiciones sean similares o inferiores a las que habitualmente tienen en su país de origen, permitiéndole, de esta manera, aprovecharlos para incrementar su ventaja competitiva. Esta hipótesis puede reflejar, en gran medida, el comportamiento de las multilatinas colombianas (Andanova y Losada, 2010) y su adaptación a entornos similares o inferiores, que pueden explicar el espectacular crecimiento de sus ventas, situadas muy por encima ▷

de las obtenidas por las mexicanas y brasileñas, lo cual está atrayendo la atención de diferentes estudiosos (Casilda, 2014).

Respecto a las inversiones extranjeras directas (IED) que realizan las multilatinas, presentan una gran volatilidad año tras año, en parte porque el número que estos flujos originan es todavía limitado y se concentra en proyectos específicos. Algunos ejemplos los encontramos en las multilatinas brasileñas (Casilda y Llopis, 2014) como Jbs-Friboi, Embraer, Natura, Petrobrás y Vale, estas dos últimas con mayor proyección global y presencia en todos los continentes. También las mexicanas América Móvil, Cemex, Femsa y Bimbo destacan por sus posiciones internacionales, y otras como las chilenas cuyo dinamismo las lleva a liderar algunos sectores como el vinícola por medio de Concha y Toro que exporta a más de 100 países. Las peruanas vienen ganando posiciones, sobresaliendo Aje Group, del sector de bebidas, que tiene presencia en más de 10 países y Astrid & Gastón, emblema del sector de restauración, con operaciones en 8 países entre América Latina y España.

Como receptor internacional de IED, Brasil es el primer país de la región y cuarto mundial. En 2013 recibió 63.000 millones de dólares, mientras que otros países BRIC (Brasil, Rusia, India y China), como Rusia con 94.000 millones de dólares es el tercero, e India aparece en quinto lugar con 28.000 millones de dólares. Estados Unidos con 159.000 millones de dólares encabeza una lista en la que China con 127.000 millones de dólares ocupa la segunda plaza (UNCTAD, 2014).

A todo esto, recordar que las multilatinas argentinas fueron las pioneras en internacionalizarse. La fábrica de calzado Alpargatas (actualmente propiedad brasileña) en 1890 abrió una filial en Uruguay y seguidamente en Brasil. Le siguió la agrícola Bunge & Born, que en 1905 instaló un molino en Brasil y seguidamente lo hizo en Uruguay y Perú, acción que, mucho después, daría lugar a actividades industriales. Sin embargo, actualmente las brasileñas tienen el liderazgo y cuentan con importantes multilatinas internacionalizadas. Aunque entre

las numerosas operaciones de fusiones y adquisiciones internacionales, según el *ranking* de las multilatinas brasileñas en el exterior, solo 15 de las 40 que lo componen aumentaron su índice de internacionalización en comparación al 2008 (Fundação Dom Cabral, 2013).

Respecto a las 65 multilatinas más internacionales (*América Economía*, 2014), Brasil es el país líder en la región con un total de 25 empresas, seguido por México con 14, Chile 12, Argentina y Colombia 4. En cuanto a las empresas que operan en mayor cantidad de países, en primer lugar se encuentra Brightstar⁴ (Bolivia-EEUU), que lo hace en 50, seguido por Weg (Brasil) en 49, Lupatech (Brasil) en 39, Vale (Brasil) en 39 y Cemex (México) en 36. El empleo marca las siguientes posiciones: Femsa (México) es la que cuenta con un mayor número de trabajadores, con un total de 177.470; en segundo lugar Andrade Gutierrez (Brasil), con 175.503; en tercer lugar el Jbs-Friboi (Brasil), con 128.036, seguido por Brasil Foods (Brasil), con 127.982 y Bimbo (México), con 126.747.

Estas magnitudes hacen evidente la importancia, trascendencia y alcance que tienen las multilatinas para la industrialización y modernización latinoamericana, pues cubren el amplio espectro productivo y, al mismo tiempo, son la palanca con la cual deben contar los Gobiernos para el crecimiento y, por extensión, para lograr una mayor presencia y una más fructífera inserción y proyección internacional de los países.

4. Las empresas multinacionales más grandes del mundo y las multilatinas

El *ranking Forbes Global 2000*, de mayo 2014⁵, sobre las empresas más grandes del mundo, incluye solo las que cotizan en bolsa, ponderando únicamente cuatro indicadores: ganancias, ventas, ▷

⁴ Aunque tiene su sede central en Miami, su fundador es el empresario boliviano Marcelo Claure actual CEO. En enero de 2014, SoftBank invirtió 1.260 millones de dólares lo que le permite el control. Brightstar es el mayor distribuidor inalámbrico especializado del mundo y un líder en la innovación de servicios diversificados de esta industria.

⁵ Para más detalle, véase: www.forbes.com

activos y valor de mercado. La lista cuenta con compañías de 63 países, el mayor número registrado desde que se dio a conocer en 2002, cuando participaban 46 naciones.

En total, las firmas del *ranking* han generado ingresos por 38 billones de dólares⁶ y 3 billones de dólares en ganancias. Los activos de estos gigantes globales alcanzan 161 billones de dólares y emplean a 90 millones de personas en todo el mundo. Como viene siendo la pauta, se puede comprobar el crecimiento de las empresas chinas, que copan los tres primeros puestos y dentro de las diez primeras cuentan con cinco (cuatro bancos y una petrolera).

Estas firmas son cada vez más importantes, pero todavía tienen que recorrer un gran camino para ganar la influencia, la imagen y la proyección global de sus pares estadounidenses, europeos y japoneses. Hasta el momento, por su condición de empresas estatales, generalmente se desenvuelven y operan dentro de la vieja mentalidad de planificación central con toda las rigideces, limitaciones y cargas que conlleva. Lo deseable sería, una vez logradas posiciones tan predominantes, revisar estas actuaciones y pasar a un plano de mayor agilidad y flexibilidad como las multinacionales surcoreanas, que se fortalecen en los sectores tecnológicos más avanzados, contando con multinacionales de referencia: LG y Samsung, líder mundial de telefonía móvil (27 por 100 de cuota del mercado mundial), superando de esta manera contra todo pronóstico a la otrora líder finlandesa Nokia (comprada por Microsoft en septiembre de 2013)⁷.

⁶ En el año 1998, los ingresos ascendieron a 11,5 billones de dólares y en el 2008 fue más del doble, 25,2 billones de dólares.

⁷ Microsoft compró las patentes y los negocios de Nokia y pagó 3.790 millones de euros por la unidad de fabricación de móviles y 1.650 millones de euros por la cartera de patentes. Nokia fue la primera compañía mundial en la venta de estos dispositivos.

Hubo un tiempo que todo en cuanto a telefonía era Nokia. Catorce años como líder mundial lo dice todo. Hasta que llegaron los móviles táctiles. Fue ahí donde, como por arte de magia, el concepto de móvil, práctico y sencillo, cambió. A rey muerto, rey puesto. En abril de 2012, Samsung, el gigante surcoreano, se convirtió en el principal proveedor de dispositivos. Europa pierde con esta operación, pues Nokia no era sólo una compañía, era un símbolo de que los fabricantes y empresas de tecnología europeas podían ser competitivas en el mercado actual. El fin de Nokia como fabricante deja al viejo mundo huérfano de ejemplos que mostrar frente al empuje americano y, sobre todo, asiático.

En el *ranking*, por primera vez, no aparece ninguna empresa ni banco europeo entre los diez primeros puestos. Por segundo año consecutivo lo encabeza el Banco Comercial e Industrial de China (ICBC), mientras que China Construction Bank ocupa el segundo lugar. Agricultural Bank of China, asciende cinco puestos para alcanzar el tercer lugar, seguido de JPMorgan Chas y de Berkshire Hathaway. Exxon Mobil, General Electric y Wells Fargo (los tres estadounidenses) ocupan los puestos sexto, séptimo y octavo, y la lista queda cerrada por Bank of China y PetroChina. Apple, situado en el puesto 15, ocupa el primero en términos de capitalización de mercado o valor en bolsa, mientras que el gigante de las grandes superficies Walmart, en el puesto 20, se corona en lo más alto por volumen de ventas.

Las multilatinas, cuentan con la petrolera brasileña Petrobras, en el puesto 30. Le siguen los bancos Itaú (46), Bradesco (63) y Banco do Brasil (104). Brasil es el país con mayor representación en el *ranking*. El segundo es México, encabezado por América Móvil (115), Femsa (373), Grupo Financiero Norte (469), Grupo México (529) o Modelo (564). También aparecen ocho firmas chilenas, lideradas por Falabella (581), seis colombianas con Ecopetrol a la cabeza (128), dos venezolanas, Mercantil Servicios (774) y Banco Occidental (1.423), Credicorp de Perú (901) y Popular de Puerto Rico (1.301). El crecimiento que ofrece el *ranking* indica que año tras año el panorama corporativo global es ante todo dinámico y en constante cambio. Prueba de ello es que China avanza pero, sin embargo, Estados Unidos sigue manteniendo el liderazgo total y cinco de las diez mayores compañías le corresponden.

En el caso de España, las grandes multinacionales suman 27, encabezadas nuevamente por el Banco Santander que aparece en el puesto 43; Telefónica (68), BBVA (118), Iberdrola (133), Gas Natural (230) e Inditex (313). También figuran CaixaBank (325), Mapfre (376), ACS (382), Repsol (471), Bankia (582), Abertis (616), seguidas de OHL (1.610), Liberbank (1.646) y Bolsas y Mercados de España (1.679). ▷

Por países, lidera Estados Unidos con 564 empresas, le sigue Japón con 225 y China con 207. En el *ranking* debutan por primera vez República de Mauricio, Eslovaquia y Togo. Por regiones, desde el primer *ranking*, la dinámica de poder entre Oriente y Occidente ha cambiado ostensiblemente. En esta edición puede comprobarse al dividir las empresas en siete regiones: Asia con 674 empresas supera a América con 629 y Europa 506. Esto significa un fuerte contraste si se compara con la lista de hace 11 años, cuando contaba con más de la mitad de compañías que Asia.

Los mercados emergentes, especialmente Oriente Medio y América Latina, también obtuvieron una participación significativa durante la última década con un crecimiento del 265 y 76 por 100 respectivamente. Mientras que África tiene menos miembros, pero avanza, añadiendo siete empresas a la lista. Cuatro de los recién llegados tienen su sede en Nigeria, lo que supone un total de cinco para este país.

Otra singularidad es que se incorporan 179 nuevas compañías, muchas debido al mercado de renta variable, otras por el repunte de las operaciones corporativas, y algunas por el incremento de ofertas públicas de adquisiciones. De esta manera se observan importantes progresos como el protagonizado por Facebook, que subió 561 puestos hasta el situarse en el 510. Por otra parte, Hewlett Packard, que descendió notablemente en 2013, avanzó del puesto 438 al 80.

En el *ranking* se constata cómo ciertas industrias dominan el paisaje de los negocios. No extraña que los bancos y las compañías financieras diversificadas sigan dominando la lista con 467 miembros. Las siguientes tres mayores industrias son petróleo y gas (125), seguros (114) y servicios (110). En términos de crecimiento, la industria de semiconductores lidera las ventas (11 por 100); mientras que las compañías financieras diversificadas tienen un acelerado repunte en sus ganancias (90 por 100), por su parte, el sector construcción lidera el crecimiento en activos (18 por 100).

También se observa que las empresas chinas dominan por tamaño el escenario mundial, no obstante, deben de reforzar su talón de Aquiles: potenciar aún más su presencia internacional. La percepción de que protagonizan un gran impulso mediante fusiones y adquisiciones, no refleja la realidad. Estas sumaron 52.000 millones de dólares, cantidad que es una quinta parte menor que en 2013 (la cifra más baja desde 2009) y moderada en contraste con el importe mundial que superó los 3,2 billones de dólares⁸ (la mayor cifra desde 2007). De esa cantidad, Estados Unidos representa un tercio, 1.053 billones de dólares.

No obstante, las inversiones extranjeras directas chinas han crecido de manera vertiginosa, multiplicándose por cinco durante el período 2005-2010, convirtiéndose en el quinto inversor mundial (UNCTAD, 2011). Además, en 2010 se registraban unas 16.000 empresas filiales en 178 países. De tal manera que las empresas chinas han tenido un papel muy activo en los mercados internacionales. Buena parte de estas operaciones las han protagonizado las empresas chinas incluidas en el *ranking* Forbes Global 2000.

⁸ Según la firma especializada Dealogic, 2014.

Bibliografía

- [1] ANDONOVA, V. y LOSADA, M. (2010). «Las nuevas multilatinas y sus retos. El caso Colombia». *Revista de negocios ITAM*, nº 34. México.
- [2] CASILDA BÉJAR, R. (2002). *La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000*. Madrid: Ediciones de la Universidad de Alcalá.
- [3] CASILDA BÉJAR, R. (2008). *La gran apuesta. Globalización y multinacionales españolas en América Latina. Análisis de sus protagonistas*. Barcelona y Bogotá: Editorial Granica y Norma Editorial.
- [4] CASILDA BÉJAR, R. (2011). *El español en el mundo. Una década de inversiones españolas en Iberoamérica (1990-2000)*. Anuario del Instituto Cervantes. Madrid. ▷

- [5] CASILDA BÉJAR, R. (2011). *Multinacionales españolas en un mundo global y multipolar*. Madrid: ESIC Editorial. Business&Marketing School.
- [6] CASILDA BÉJAR, R. (2013, 10 de junio). «La Alianza del Pacífico y la Cumbre de Cali». *El País digital* (en línea). Disponible en: www.economia.elpais.com
- [7] CASILDA BÉJAR, R. (2014). *Multilatinas y translatinas. Las nuevas realidades empresariales de América Latina*. Madrid: LANMARQ. LID Editorial.
- [8] CASILDA BÉJAR, R. y LLOPIS JUESAS, J. (2014). «Multilatinas brasileñas. Internacionalización y seguridad jurídica», en *España-Brasil: dos socios con intereses crecientes. Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2054.
- [9] GAYÁ, R. y MICHALCZEWSKY, K. (2014). *El comercio intra regional sudamericano: patrón exportador y flujos intra industriales*. Buenos Aires: Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe.