

# Panorama de Inversión Española en Iberoamérica



XII INFORME 2019

# YO AMÉRICA LATINA

La firma de  
comunicación líder,  
con 500 profesionales  
en 13 países

[www.llorenteycuenca.com](http://www.llorenteycuenca.com)

LLORENTE & CUENCA

**INTRODUCCIÓN** de Gonzalo Garland. Vicepresidente de Relaciones Externas del IE Business School

**INFORME EJECUTIVO** de Juan Carlos Martínez Lázaro, Profesor de Economía de IE BUSINESS SCHOOL

## ANÁLISIS CUANTITATIVO. LA VISIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

- 3.1 Presencia en Iberoamérica en 2018
- 3.2 Entorno económico
- 3.3 Previsiones de inversión 2019
- 3.4 Ventajas y riesgos para los inversores en Iberoamérica
- 3.5 Metrópolis iberoamericanas
- 3.6 Unión Europea-MERCOSUR
- 3.7 Ficha técnica

## ANÁLISIS CUALITATIVO.

### AMÉRICA LATINA: VISIONES INSTITUCIONALES.

- **Víctor Moneo.** Director de Ventas de Iberia para América Latina
- **José Antonio Llorente.** Fundador y presidente de LLORENTE & CUENCA
- **José Juan Haro Seijas.** Director de Políticas Públicas y Negocio Mayorista para Latinoamérica. Telefónica, S.A.
- **Pablo López Gil.** Director general del Foro de Marcas Renombradas Españolas
- **Dr. Manuel Otero.** Director General del IICA - Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
- **Diego Cabezado.** CEO de Gigas
- **Óscar Sáez de Bergia.** CEO Grupo Softland
- **Cristina Amor Soto.** Directora de Comunicación & Marca, Relaciones Institucionales y MAB Grupo EURONA Telecom
- **Damián Kantor / Gabriela Samela.** Periodistas, en ambos casos, del Suplemento Económico del diario Clarín
- **Carla Paz Vargas.** Editora de Economía y Dinero Diario EL DEBER
- **Cándida Acosta.** Editora de Economía de Listin Diario (República Dominicana)



**EDITOR IE BUSINESS SCHOOL**

Departamento de Comunicación

**DIRECCIÓN EDITORIAL:** Igor Galo. Director Comunicación

IE BUSINESS SCHOOL para América Latina

**C/ de María de Molina, 11. 28006 Madrid.**

**Tel. 915 68 96 00 / www.ie.edu**



## Gonzalo Garland

Vicepresidente de Relaciones Externas del IE Business School.

Un año más, y ya van doce, en el que se publica el Informe sobre el Panorama de Inversión Española en Iberoamérica. Y una vez más se unen en este esfuerzo Casa América, Iberia, Llorente y Cuenca y el IE, bajo la dirección técnica del Profesor Juan Carlos Martínez Lázaro. Y un año más en el que se sigue constatando cómo la apuesta de las empresas españolas por la región es una apuesta decidida y de largo plazo, y no sólo una moda que eventualmente se agota.

Como en años anteriores, y a pesar del crecimiento constante de la incertidumbre sobre la evolución de la economía global, vemos que un 76% de las empresas españolas en la región prevén aumentar sus inversiones, incluyendo un 68% de las PYMES que respondieron al cuestionario. Y si se analizan los resultados por países, sólo caerían las inversiones en Venezuela, mientras se mantendrían en Argentina, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Cuba, y aumentarían en todos los demás países de la región.

Por otra parte, a algún analista podría llamarle la atención que, a pesar de cambios políticos significativos en algunos de los países más grandes de la región, como México y Brasil, estos no hayan representado un cambio sustancial en la percepción de los inversores españoles. Las encuestas en las que se basa este informe y sus conclusiones fueron respondidas entre el 1 de septiembre y el 30 de diciembre de 2018. Es decir, cuando ya estaba decidido el cambio de gobierno en México y durante un periodo en el que también se iba perfilando claramente el cambio en Brasil. En ambos países se ha observado una muy ligera caída en la opinión de los inversores. En el caso de México, la evaluación bajó de 3,79 a 3,46, y en Brasil de 3,13 a 2,74. Alguien

podría opinar que estos cambios son importantes, pero si se comparan con la caída de 1,5 puntos en Argentina, presumiblemente producida por la gran inestabilidad cambiaria que sufrió el país en 2018, a pesar de no haberse producido un cambio político como el de los otros dos países, surge una interpretación diferente. Y es que los inversores españoles no creen que los cambios políticos van a llevar a cambios importantes en las políticas y el entorno macroeconómico que afecta a la inversión extranjera. La situación económica del país, más allá de la opción política, es lo que de verdad afecta más a las empresas españolas. Y esto refuerza esa apuesta de largo plazo más allá de los naturales cambios de gobierno que se producen en los países en los que operan.

Sin embargo, si hay un aspecto en el que las opiniones de las empresas han cambiado en relación a la región. Y es en lo referido a si el entorno económico global va a afectar a la región de manera positiva o negativa. El año pasado, un 64% de las empresas encuestadas decían que el entorno global sería favorable para la región, y sólo un 18% pensaba que sería desfavorable para América Latina. Un año más tarde, con los conatos de guerra comercial, con la incertidumbre del Brexit y el enfriamiento de la economía mundial, las opiniones son menos optimistas. Ahora un 45% cree que el entorno global será favorable para la región, y un 38% cree que será desfavorable. Así que parece que muchas de las amenazas que pueden aparecer están más relacionadas con lo que suceda fuera de la región que por lo que suceda en América Latina. Esperemos que las tensiones globales se calmen y se vuelva a un entorno que también favorezca a esa región.

## 2 INFORME EJECUTIVO

**JUAN CARLOS MARTÍNEZ LÁZARO**

PROFESOR DE ECONOMÍA DE IE BUSINESS SCHOOL



# 2019: Panorama de Inversión Española en Iberoamérica

Según la 12ª edición del Informe “Panorama de Inversión Española en Iberoamérica”, el 74% de las empresas españolas encuestadas aumentarán sus inversiones en la región durante 2019, a pesar de que la situación económica no será tan favorable y que los riesgos a los que se enfrentarán sus inversiones serán mayores durante este año.

La 12ª edición del Informe “Panorama de Inversión Española en Iberoamérica”, revela que un 76% de las empresas encuestadas tienen pensado incrementar sus inversiones en la región durante 2019, mientras que el 23% de las mismas piensa mantenerlas y sólo el 1% reducir las, unos porcentajes casi iguales a los del año pasado. Si nos centramos en las Pymes, el porcentaje de las que aumentarán sus inversiones disminuye hasta el 68%, una cifra inferior en 14 puntos a la obtenida en 2018.

Para Latinoamérica, 2018 ha sido un año complicado desde el punto de vista económico. Las amenazas de una guerra comercial, la apreciación del dólar, la crisis del peso argentino, la caída en el precio del petróleo y otras materias primas y la incertidumbre derivada de los procesos electorales en Brasil y México, han motivado que el crecimiento de la región apenas haya sido del 1,1%, muy lejos del 1,9% que el FMI pronosticaba al inicio del año.

En cambio, la economía norteamericana ha tenido un desempeño excelente,

impulsada principalmente por los efectos de la reforma fiscal, superando los nueve años de ciclo económico expansivo y llevando las tasas de desempleo hasta niveles desconocidos desde 1969. Para evitar que el fuerte crecimiento tuviera su reflejo en un aumento de la inflación, en un momento de fuerte repunte del precio del petróleo por el establecimiento de las sanciones a Irán, la Reserva Federal fue endureciendo su política monetaria según el guion previsto. Esto le llevó a subir los tipos de interés en cuatro ocasiones,

lo que tuvo mucho que ver en la apreciación del dólar que empezó en primavera y que fue el detonante del *fly to quality*, el trasvase de capitales de la región hacia Estados Unidos, en busca de estabilidad y de unos rendimientos que ya empezaban a ser razonables para muchos inversores. La salida de capitales, que debilitó las divisas de casi todos los países latinoamericanos, tuvo su máxima expresión a partir de mayo en Argentina, provocando una fuerte deprecación del peso. Para frenar la sangría de capitales, el gobierno Macri se vio obligado a solicitar asistencia financiera al FMI y subir los tipos de interés hasta el 60%, lo que, si bien estabilizó la moneda, llevó al país a entrar en recesión y a que la inflación aumentase hasta tasas superiores al 40%.

En el resto de la región, los bancos centrales se vieron en la tesitura de tener que endurecer su política monetaria más de lo que les hubiera gustado para evitar mayores depreciaciones y el consiguiente aumento de la inflación, aun a costa de pagar peajes en forma de menor crecimiento. El sombrío panorama que amenazaba a las economías latinoamericanas cambió al final del verano, cuando la mayor parte de las divisas se afianzaron frente al dólar, permitiendo desde entonces una estabilización de las políticas monetarias.

A fecha de hoy, las perspectivas económicas son algo más esperanzadoras de las que había hace apenas unos meses, a pesar de que el FMI acaba rebajar el crecimiento para América Latina y el Caribe hasta el 2% para 2019. Pero las empresas

**“ De nuevo, el atractivo de los mercados internos sigue siendo, de lejos, la mayor ventaja que encuentran las empresas españolas a la hora de invertir en la región, seguida por la ubicación geográfica y por la competitividad. Por el contrario, los principales riesgos que afrontarán las inversiones españolas serán la inestabilidad política, la desaceleración económica y el riesgo de tipo de cambio, especialmente en Argentina”.**

españolas se muestran más cautas sobre la influencia del entorno económico global en la región.

El año pasado, el 64% de las encuestas pensaban que su influencia sería positiva, frente al 18% que pensaban que afectaría negativamente. En 2019, estos porcentajes son del 45% y 38% respectivamente, lo que pone de manifiesto su preocupación sobre los efectos que la actividad económica a nivel mundial pueda tener sobre Latinoamérica.

En este sentido, la percepción sobre el desempeño de las distintas economías empeora en general. Colombia y Chile son los países donde las empresas españolas piensan que la situación económica será más favorable durante 2019, seguidos de Panamá, Perú, Uruguay y México, que pierde dos posiciones con respecto al año pasado, probablemente por la incertidumbre derivada del cambio de Gobierno. También empeora la percepción sobre Brasil, seguramente por la misma causa que en México y, especialmente,

sobre Argentina, que pasa del octavo al penúltimo puesto, por los efectos de la recesión en la que se ha instalado el país tras la crisis del peso. La clasificación la cierra de nuevo Venezuela, cuya economía sigue deteriorándose hasta lo impensable y sobre la que se abre una esperanza de cambio de régimen a tenor de los últimos acontecimientos políticos.

México será, de nuevo, el país donde más empresas españolas piensan aumentar sus inversiones en 2019, seguido por Colombia, Perú, Chile y Brasil. En el resto de países, el número de empresas que tienen previsto aumentar su inversión es menor y similar a las que creen que este año mantendrán estables sus negocios, con la excepción, una vez más, de Venezuela. Inversiones que, como viene siendo habitual, se canalizarán en un 55% exclusivamente mediante crecimiento orgánico y en poco más del 40% combinándolas con adquisiciones de otras compañías.





Si nos circunscribimos solo a las Pymes, el porcentaje de las que tienen previsto crecer únicamente desarrollando sus negocios actuales aumenta hasta el 62%, dada la menor disponibilidad que tienen de recursos financieros para adquirir otras compañías.

De nuevo, el atractivo de los mercados internos sigue siendo, de lejos, la mayor ventaja que encuentran las empresas españolas a la hora de invertir en la región, seguida por la ubicación geográfica y por la competitividad. Por el contrario, los principales riesgos que afrontarán las inversiones españolas serán la inestabilidad política, la desaceleración económica y el riesgo de tipo de cambio, especialmente en Argentina. En general, casi todos los riesgos/amenazas que perciben los inversores españoles aumentan este año, dado el panorama de incertidumbre política y económica.

El porcentaje de las encuestadas que cree que su negocio crecerá en facturación durante los tres próximos años en Iberoamérica desciende con respecto a 2018 en casi 10 puntos, del 85% al 76%. También desciende en la Unión Europea y en África, mientras que sigue aumentando el número de compañías que piensa que les va a ir mejor en el medio plazo en Estados Unidos/Canadá, debido a las favorables perspectivas de la economía norteamericana.

Y en la misma línea, también disminuyen los porcentajes de las grandes empresas y de las Pymes que piensan que la que sus cifras de negocio en los mercados iberoamericanos serán superiores a

“ *En lo referente a las ciudades más atractivas a la hora de ubicar sus operaciones centrales, la clasificación no sufre variaciones con respecto a 2018, y Ciudad de México vuelve a ser, por quinto año consecutivo, la metrópoli más votada, seguida por Miami y Bogotá.* ”

las obtenidas en España en el plazo de tres años. Probablemente debido a una mezcla entre el mayor pesimismo sobre la evolución económica de la región y la mejora que se sigue produciendo en el mercado nacional.

En lo referente a las ciudades más atractivas a la hora de ubicar sus operaciones centrales, la clasificación no sufre variaciones con respecto a 2018, y Ciudad de México vuelve a ser, por quinto año consecutivo, la metrópoli más votada, seguida por Miami y Bogotá. La ciudad norteamericana sigue siendo el lugar preferido por los directivos españoles para residir, empatada con Ciudad de Panamá, que mejora su percepción como ciudad segura y con una buena calidad para la vida familiar.

En 2019, la actividad económica en Iberoamérica continuará recuperándose, a pesar de los riesgos que se ciernen sobre el desempeño de la economía mundial desde hace varios trimestres. Si las negociaciones en curso entre Estados Unidos y China desactivaran la guerra comercial entre ambas potencias y si los tipos de in-

terés en Estados Unidos estuviesen cerca de su nivel neutral, tal y como sugirió en Presidente de la FED recientemente y, por tanto, no aumentasen significativamente, la recuperación de la región podría ser más intensa de lo inicialmente pronosticado. Especial atención merecerán las medidas que implementen las nuevas administraciones de las dos mayores economías de la región. Mientras que en Brasil se espera un entorno muy proclive para la llegada de capitales foráneos, en México hay algunas reservas sobre el tratamiento que pudiera dar el gobierno de López Obrador a determinadas inversiones extranjeras.

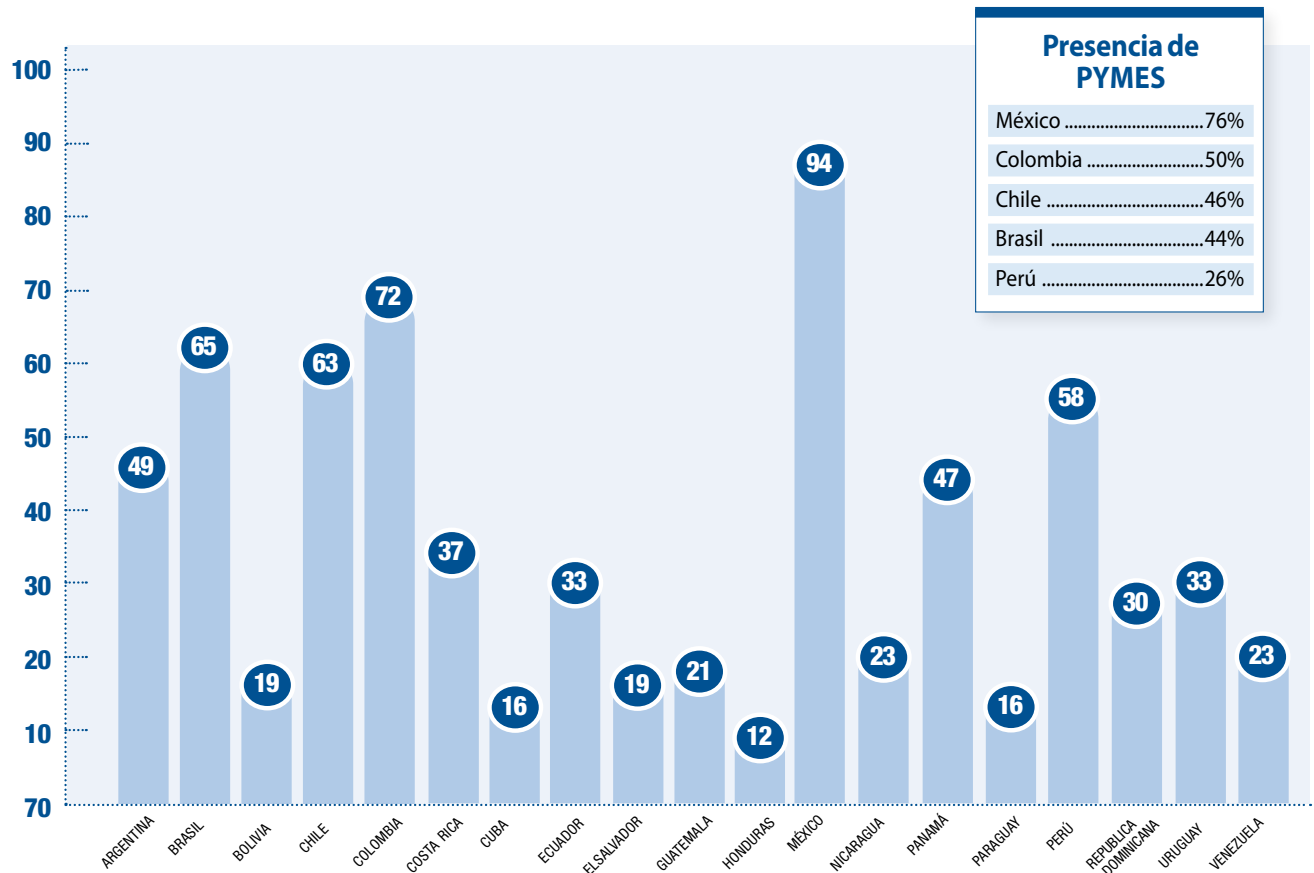
Los resultados del Informe de 2019 podrían, de entrada, parecer contradictorios. Las empresas españolas encuestadas ven con menos optimismo la región. Los riesgos económicos y políticos aumentan y sus negocios no parece que vayan a crecer tanto en el medio plazo. Sin duda, esa percepción puede estar influida por la época en la que se realizó la encuesta, entre septiembre y diciembre de 2018. Pero a pesar de percibir un entorno menos propicio para 2019, y de que la economía española se adentra en su sexto año de crecimiento consecutivo, la gran mayoría de las empresas españolas presentes en la región seguirán incrementando sus inversiones. Es decir, su compromiso inversor en Iberoamérica no se verá influido por una coyuntura algo más desfavorable, sino que mantendrá su carácter estratégico y a largo plazo, tanto para las grandes compañías como para las Pymes, cada vez, por cierto, más presentes en todos los países de la región.

# 3 ANÁLISIS CUANTITATIVO

La visión de las empresas españolas

## 3.1 PRESENCIA EN IBEROAMÉRICA EN 2018

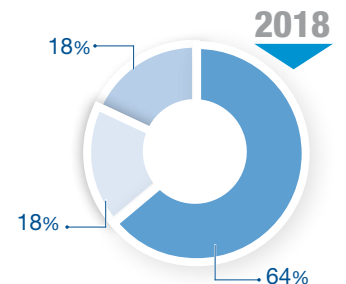
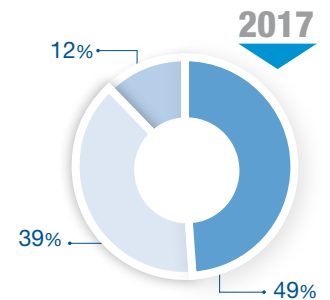
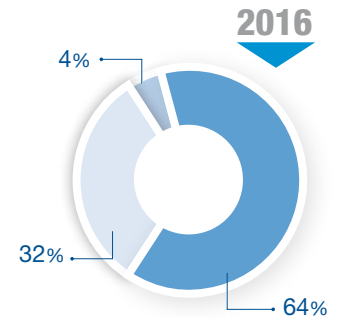
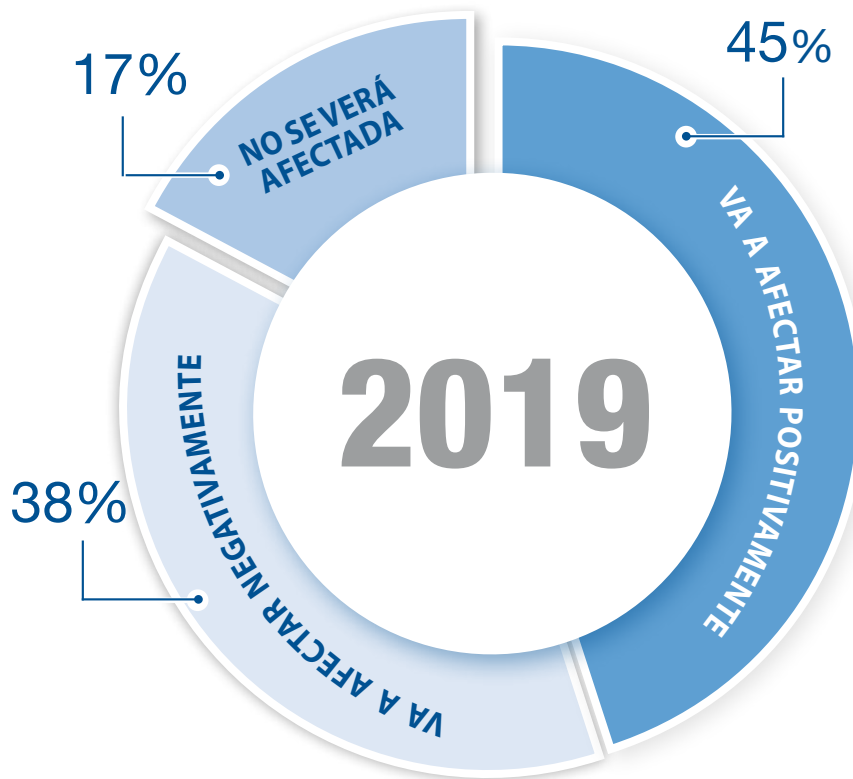
Porcentaje de empresas españolas con inversiones, presencia comercial, exportaciones o intereses comerciales en los siguientes países durante 2018



La presencia de las empresas españolas en Iberoamérica sigue aumentando. La casi totalidad de las encuestadas tienen presencia en México, que se confirma como el mercado más importante de la región, tanto para las grandes corporaciones como para las Pymes. En el resto de países de la Alianza del Pacífico (Colombia, Chile y Perú), además de en Brasil y Argentina, es donde encontramos más empresas españolas operando.

### 3.2 ENTORNO ECONÓMICO

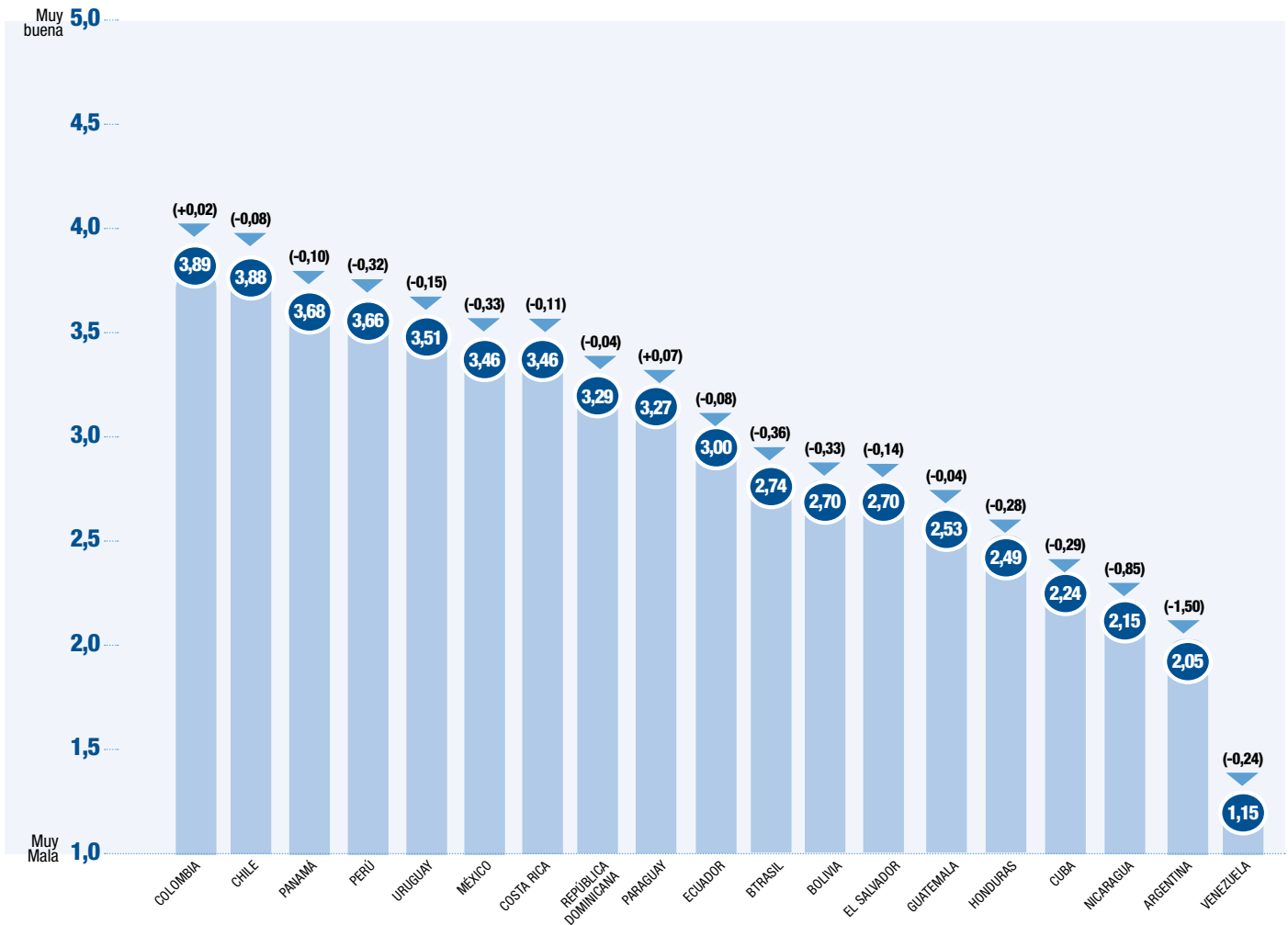
Influencia del entorno económico mundial en la región



Peor percepción sobre los efectos de la economía global en la región. Si en 2018, las empresas españolas percibían con optimismo la situación económica, en 2019, los porcentajes de quienes creen que el entorno mundial afectará positivamente o negativamente se aproximan. Las consecuencias de la guerra comercial entre China y Estados Unidos, la fortaleza del dólar y la política monetaria de la FED, son algunos de los factores que más podrían a afectar al desempeño de la región en 2019.



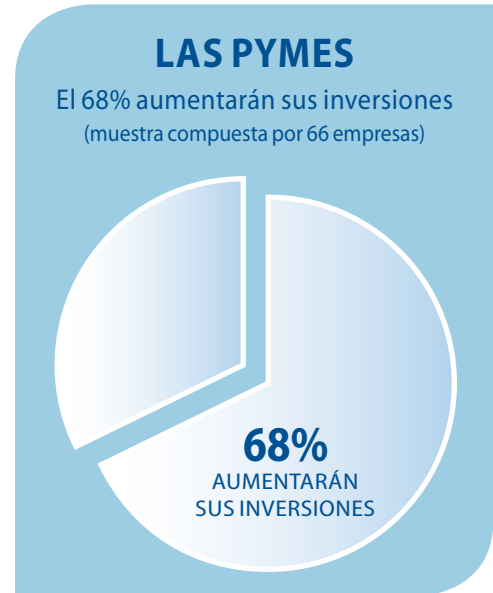
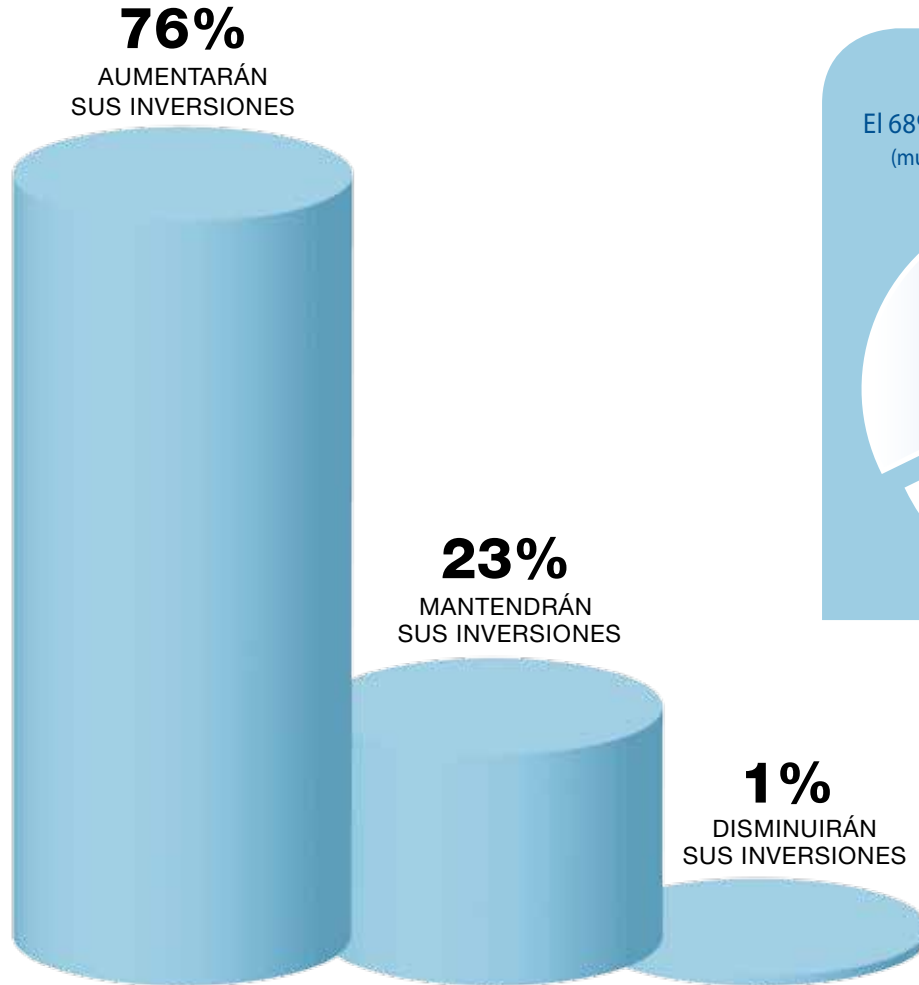
¿Cuál es su visión/análisis de la situación económica general durante 2019 en cada uno de los siguientes países? (Escala 1/5. 1=Muy mala, 5=Muy buena)



Colombia y Chile serán las economías que tendrán mejor comportamiento durante 2019, seguidas por Panamá y Perú, aunque empeora la percepción sobre el desempeño económico de prácticamente todos los países. Argentina, que el año pasado ocupaba la octava mejor posición, se derrumba por los efectos de la crisis cambiaria, al perder 1,5 puntos y bajar hasta la penúltima posición. También Nicaragua, inmersa en una profunda crisis política, se desploma. México, Perú y Bolivia, experimentan asimismo caídas, aunque menores.

### 3.3 PREVISIONES DE INVERSIÓN DE 2019

¿Tiene su empresa previsto aumentar, mantener o disminuir sus inversiones en Iberoamérica en 2019?

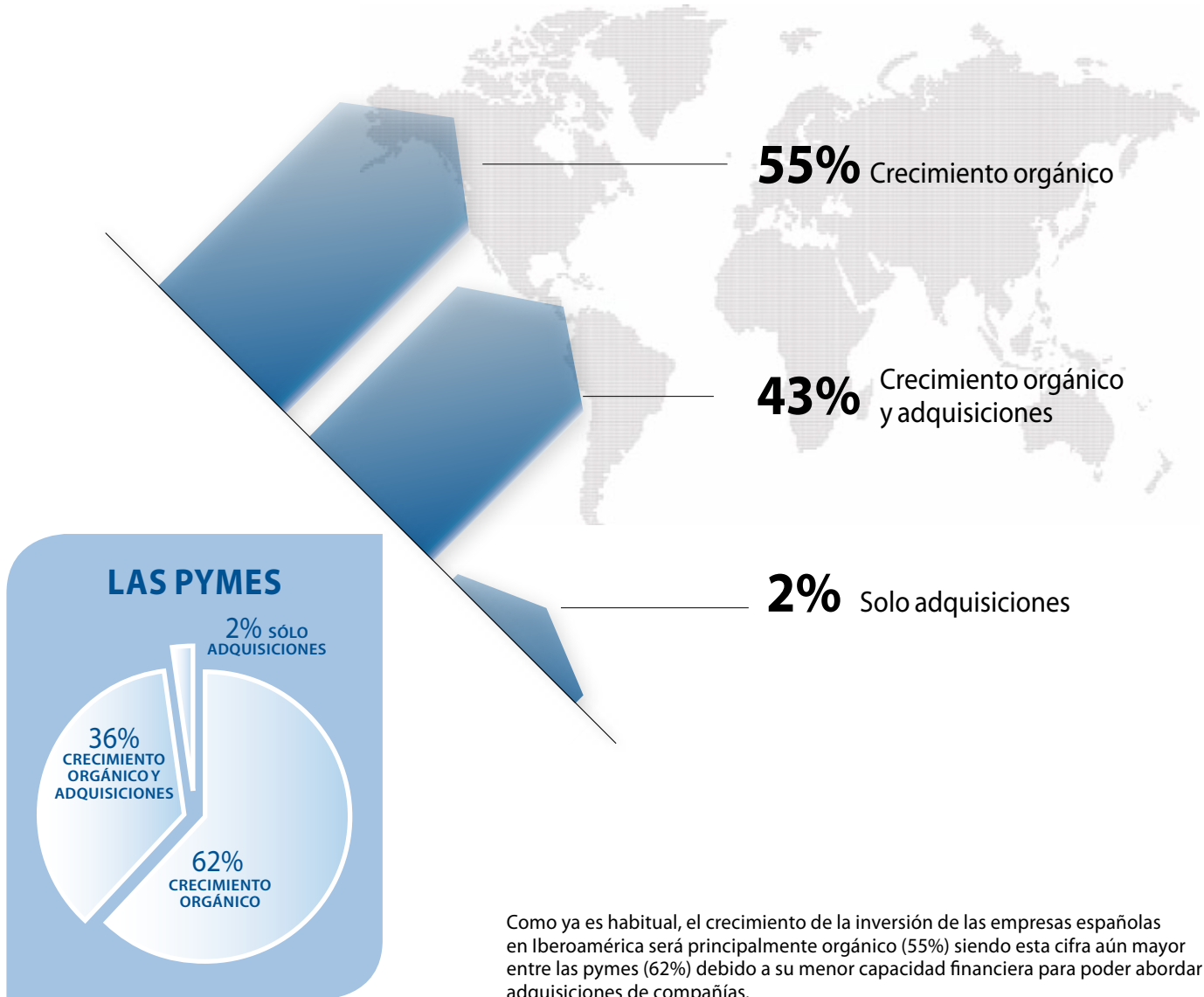


Tendencias de inversión 2019

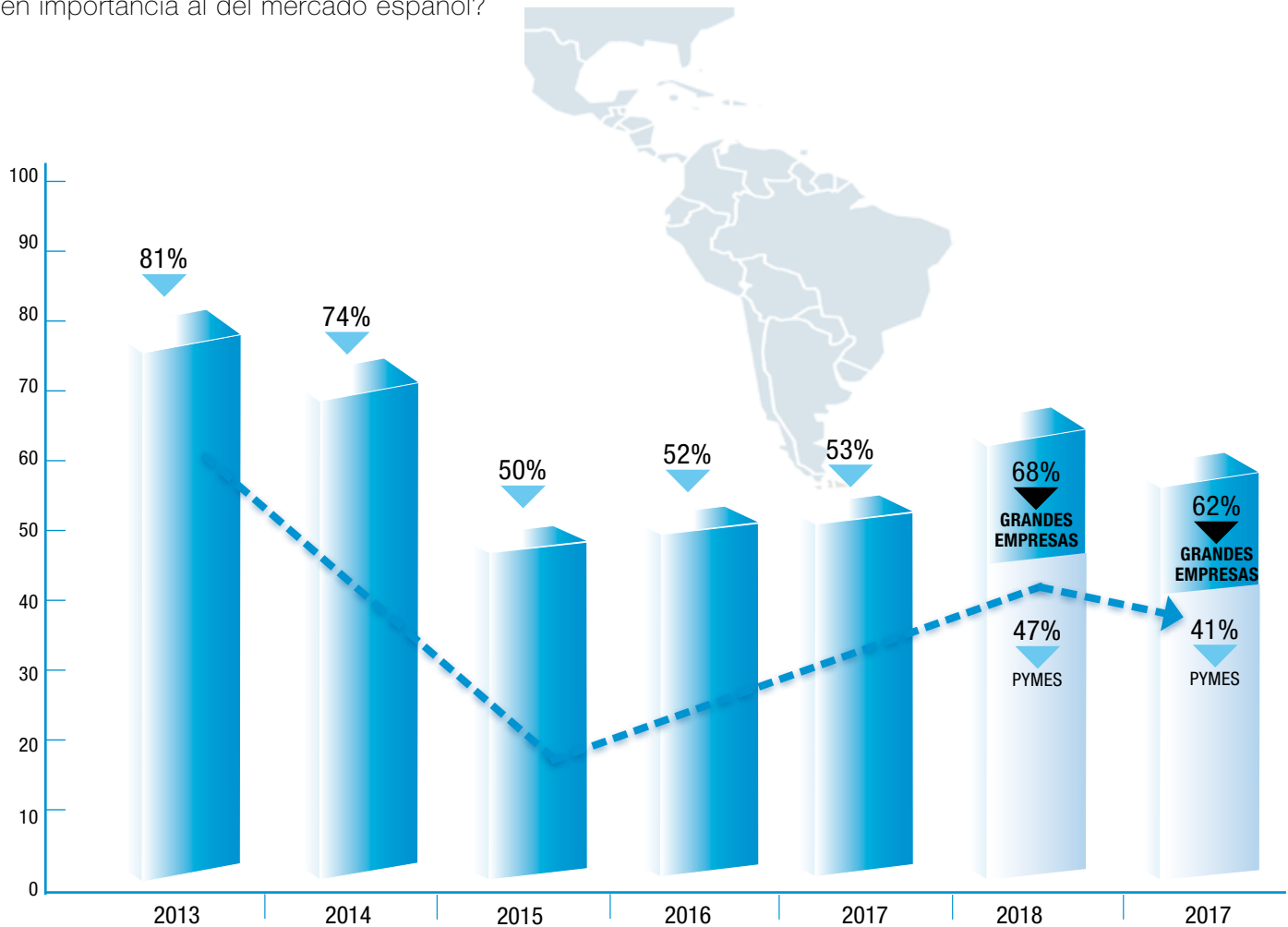
2019



¿Qué tipo de inversión/crecimiento tienen previsto en 2019 en Iberoamérica?

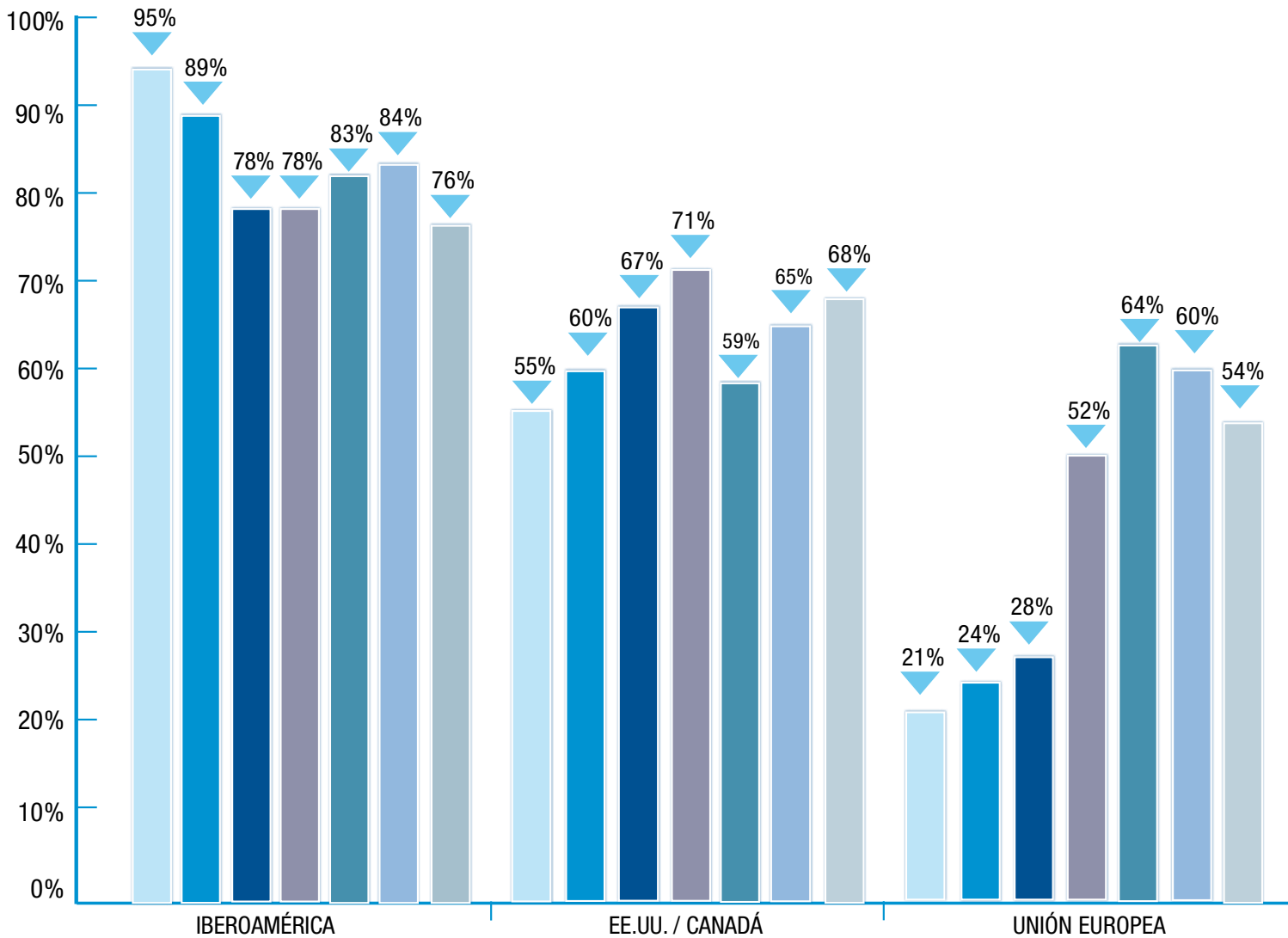


¿Cree que en los próximos tres años su negocio en los mercados iberoamericanos podrá superar en importancia al del mercado español?



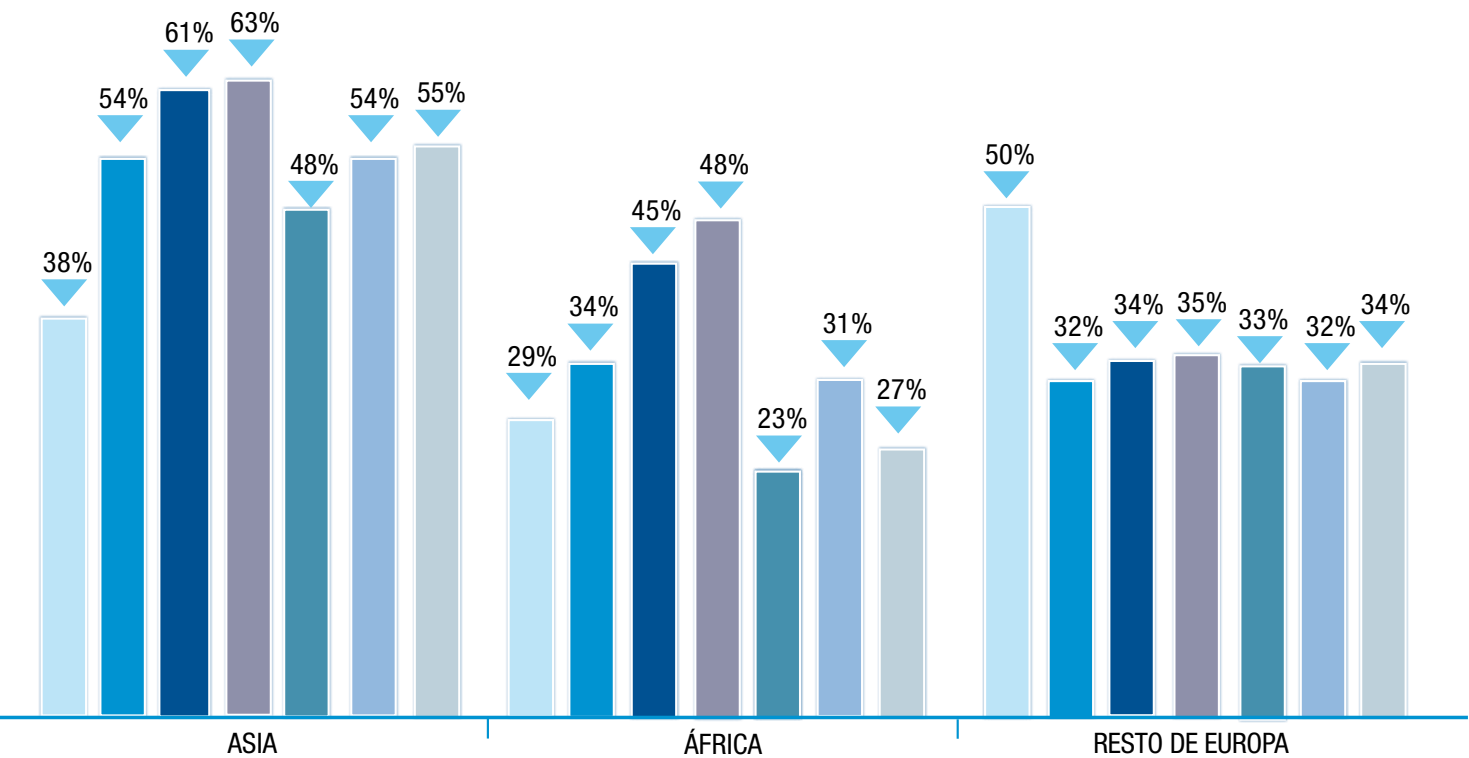
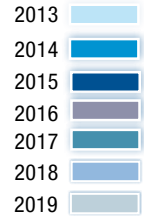
El porcentaje de encuestadas que creen que sus negocios iberoamericanos superarán al que tienen en España en el medio plazo se mantiene elevado, aunque desciende seis puntos con respecto a 2018, probablemente debido a la incertidumbre que se cierne sobre la región y a que sigue mejorando el mercado nacional. Las Pymes son menos optimistas en este sentido y sólo el 41% de ellas piensa así, puesto que sus negocios en la región son de menor tamaño y su presencia más reciente.

En los próximos tres años, su facturación aumentará en...



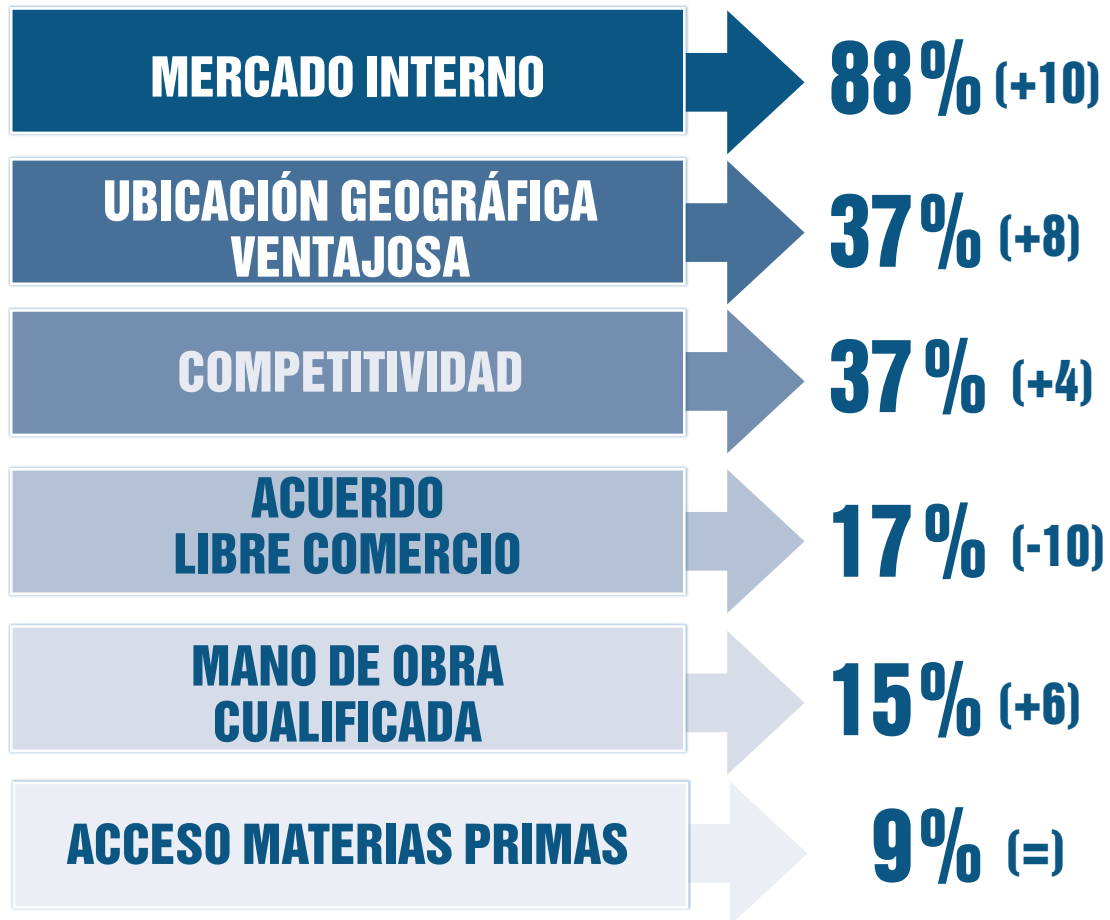
**Las PYMES esperan aumentar su facturación en**

Iberoamérica .....	86%
UE .....	63%
EEUU/Canadá .....	48%
Asia .....	40%
África .....	35%



### 3.4 VENTAJAS Y RIESGOS PARA LOS INVERSORES EN IBEROAMÉRICA

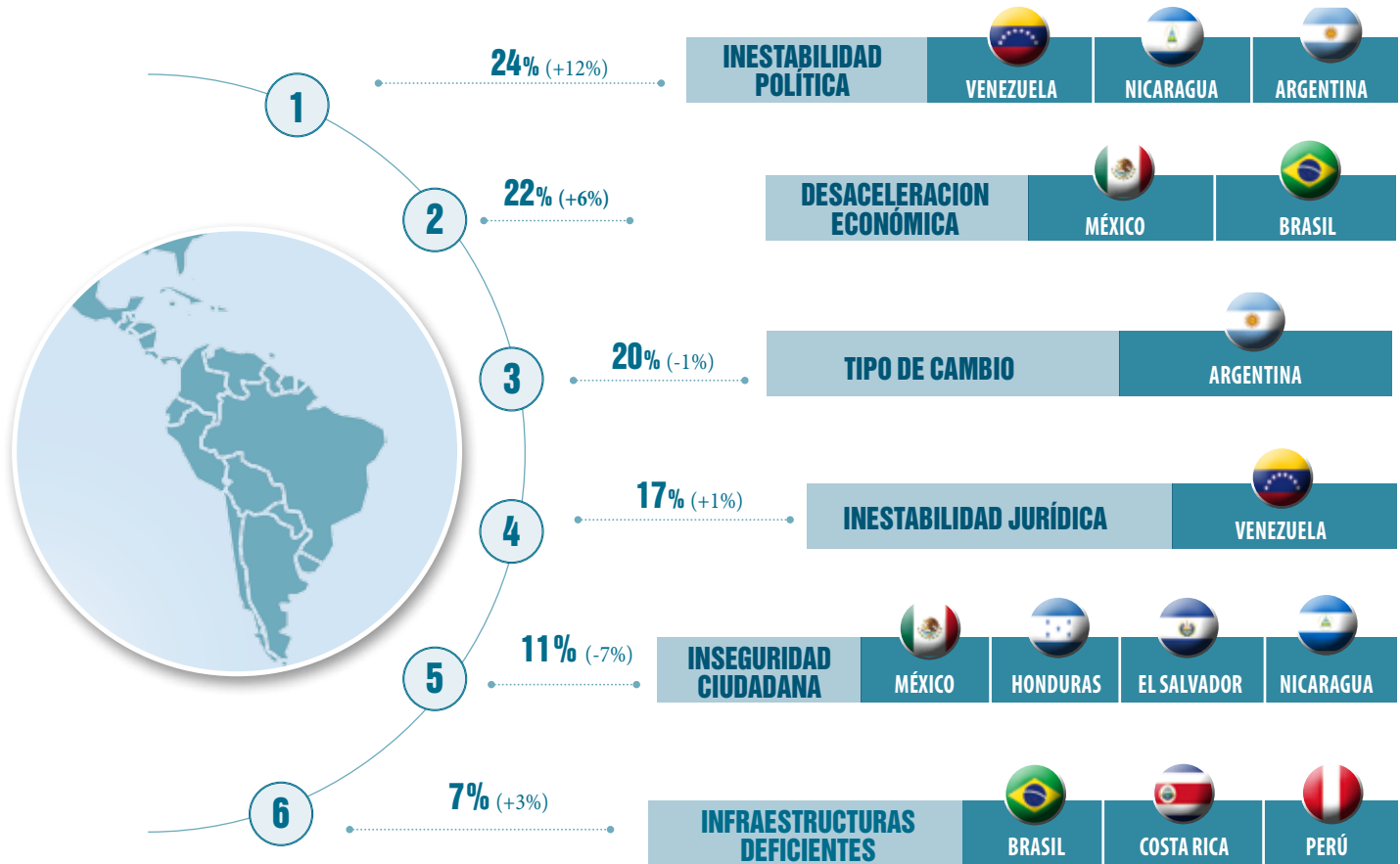
¿Cuáles serán, en su opinión, las principales ventajas competitivas que ofrecerá Iberoamérica a las empresas españolas para invertir durante 2019?



La importancia del mercado interno, no sólo sigue siendo la principal ventaja competitiva que encuentran las empresas españolas en la región, sino que además crece diez puntos con respecto a 2018. El crecimiento económico y el aumento de las clases medias, tanto en tamaño como en poder adquisitivo, están detrás de este incremento. La ubicación geográfica y la competitividad también aumentan significativamente este año como puntos atractivos para la inversión española.



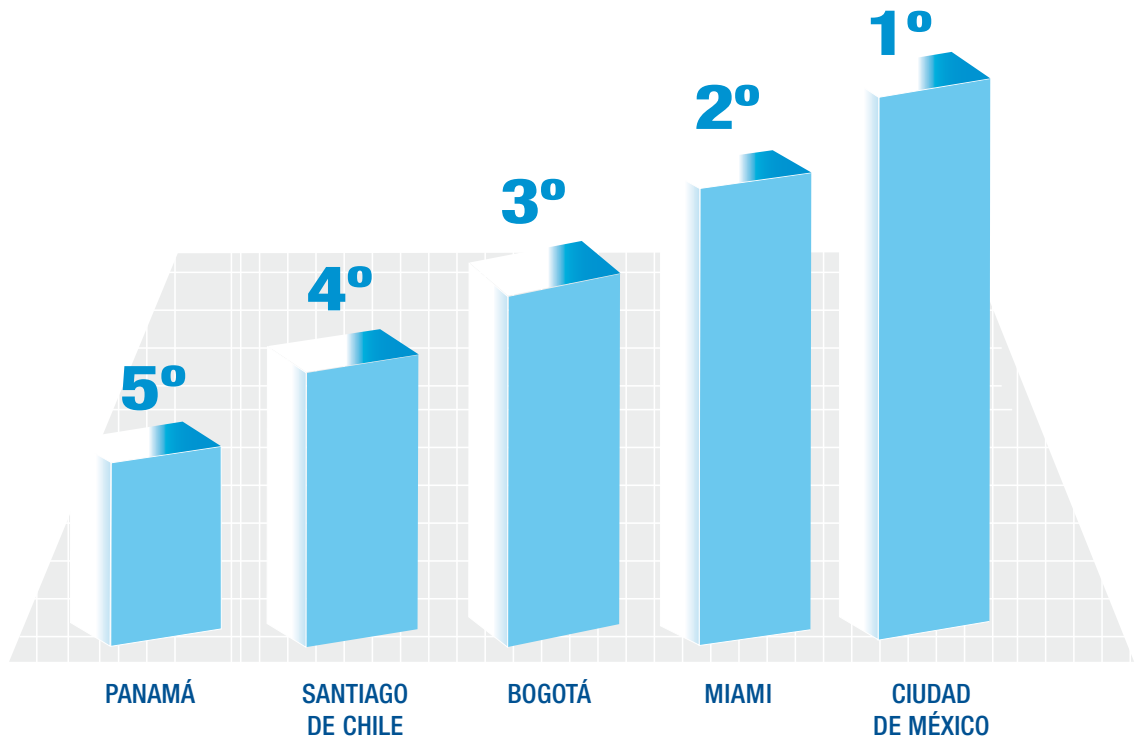
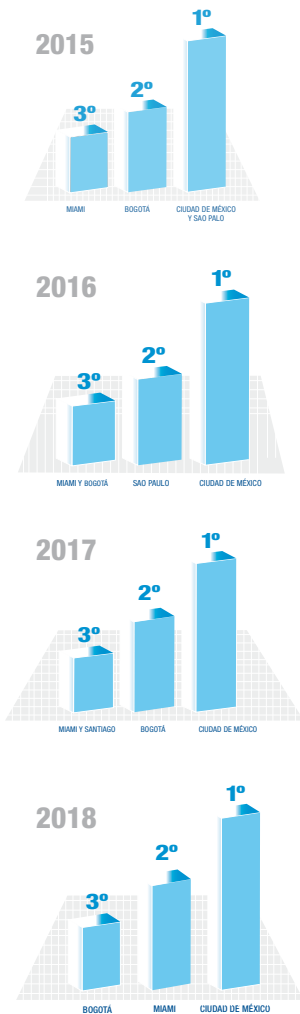
Señale cuales son, para su empresa, las principales amenazas/riesgos para sus inversiones.  
(En paréntesis, diferencia respecto al año pasado).



Los riesgos para las inversiones en la región aumentan de forma notable este año. Inestabilidad política, desaceleración económica y depreciación de las divisas locales, serán los principales problemas a los que se enfrentarán las inversiones españolas en 2019.

### 3.5 METRÓPOLIS IBEROAMERICANAS

¿Cuál sería la mejor ciudad de la región para ubicar sus operaciones centrales en Iberoamérica? Si ya las tiene, ¿Cuál considera que es la mejor?



Ciudad de México, vuelve a ser, por quinto año consecutivo, la metrópoli más atractiva para centralizar las operaciones regionales. Ser la capital del país donde más empresas operan, junto con las buenas conexiones aéreas son algunas sus características más valoradas. Miami y Bogotá quedan en segunda y tercera posición, al igual que el año pasado.

Visión de las metrópolis iberoamericanas. ¿Cómo valora a cada ciudad en estos aspectos?

	BOGOTÁ	BUENOS AIRES	CDAD. DE PANAMÁ	LIMA	CIUDAD DE MÉXICO	MIAMI	SAO PAULO	SANTIAGO DE CHILE
SEGURA	✓	✓	✓✓	✓		✓✓		✓✓
BIEN CONECTADA POR AVIÓN	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓
CALIDAD DE VIDA FAMILIAR	✓	✓	✓✓	✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓
OCIO	✓	✓✓	✓	✓	✓✓	✓	✓✓	✓
	5 (-1)	5 (-1)	7 (+2)	5 (=)	5 (=)	7 (-1)	4 (=)	6 (-1)



Valoración muy positiva



Valoración crecientemente positiva

Miami continúa siendo valorada como la mejor ciudad para ser expatriado y trasladarse con la familia dentro de "Iberoamérica". La visión sobre Ciudad de Panamá mejora sustancialmente este año y destaca sobre Bogotá, Buenos Aires, Lima y Ciudad de México, que se mantienen en un segundo nivel como destinos preferidos por los directivos españoles para residir.

### 3.6 UNION EUROPEA-MERCOSUR

¿Cree que un acuerdo comercial entre la Unión Europea y Mercosur sería beneficioso para los intereses de su empresa?



## 3.7 FICHA TÉCNICA

Muestreo septiembre-diciembre 2018

# POBLACIÓN

MUESTRA	FACTURACIÓN		
<p><b>106</b> EMPRESAS</p> <p>ENTRE ELLAS <b>12 DEL IBEX</b></p> <p><b>16 DEL MERCADO CONTINUO</b></p> <p><b>EL RESTO,</b> MUTINACIONALES Y PYMES CON PRESENCIA EN IBEROAMÉRICA</p>	<p><b>44</b></p> <p>DE ELLAS CON UN FACTURACIÓN DE MÁS DE 500,1 MILLONES</p>	<p><b>24</b></p> <p>CON UNA FACTURACIÓN DE ENTRE 50,1 Y 500 MILLONES</p>	<p><b>38</b></p> <p>CON MENOS DE 50 MILLONES DE FACTURACIÓN</p>
	SEDE SOCIAL		
<p>■ MADRID <b>55</b> ■ CATALUÑA <b>10</b> ■ PAÍS VASCO <b>9</b> ■ BALEARES <b>6</b></p> <p>■ COMUNIDAD VALENCIANA <b>5</b> ■ ANDALUCÍA <b>5</b> ■ CASTILLA Y LEÓN <b>4</b></p> <p>■ MURCIA <b>3</b> ■ ARAGÓN <b>1</b> ■ GALICIA <b>2</b> ■ ASTURIAS <b>1</b></p> <p>■ CANTABRIA <b>1</b> ■ EXTREMADURA <b>1</b> ■ NAVARRA <b>1</b></p>			

## IBEX 35

## OTRAS COTIZADAS



## OTRAS EMPRESAS



**Acelera tu carrera profesional**

**LAWYERS' MANAGEMENT PROGRAM  
PARA LATINOAMÉRICA**

**Law Executive Education**

**Miami | Inglés / Español | Abril**

**Víctor Moneo**

Director de Ventas de Iberia para América Latina



## El turismo, una oportunidad para América Latina

En 2018 el turismo en España ha vuelto a batir otro récord con 82,6 millones de visitantes extranjeros. El sector supone ya más del 12% de nuestro PIB, genera casi tres millones de empleos en nuestro país y se ha consolidado como el principal motor de nuestra economía. Además, el turismo ha demostrado una gran resistencia a las crisis, su potencial para desarrollar otros sectores y, en definitiva, para generar riqueza, empleo, bienestar social y mejorar la calidad de vida de los residentes.

Más allá de las áreas de mejora que este sector pueda tener en España, lo cierto es nos ha situado entre las grandes potencias mundiales y, sobre todo, nos ha convertido en modelo para otros mercados que aspiran a potenciarlo más dentro de sus economías.

De hecho, para muchos países de América Latina, España es un ejemplo a seguir en aspectos como la comercialización de nuevos productos, la diversificación de su oferta hacia otros segmentos, y propuestas de sostenibilidad.

“ *Más allá de Madrid, seguimos ampliando nuestra red de conexiones para los latinos que visitan Europa y también para los europeos que viajan a América Latina.* ”

“ *América Latina es nuestro principal mercado y, a lo largo de estos más de 70 años, hemos logrado que el aeropuerto de Madrid se consolide como la puerta de entrada al viejo continente.* ”

Pero no solo eso: la inversión española también ha sido y es clave para el desarrollo turístico en Iberoamérica y, al mismo tiempo, la región nos ofrece, cada vez, mayor seguridad jurídica y estabilidad, aunque es éste un apartado aún con potencialidad de mejora.

A muchas empresas españolas el turismo nos ha permitido internacionalizarnos y América Latina ha sido y es un mercado de grandes oportunidades, un mercado natural con el que siempre hemos mantenido fuertes lazos, que el intercambio de visitantes a uno y otro lado del Atlántico se ha encargado de estrechar aún más.

En Iberia llevamos más de 70 años facilitando el desarrollo del turismo entre ambos continentes. Las conexiones aéreas son decisivas para la consolidación de un destino turístico y nuestra apuesta por la región es una apuesta duradera, que nos ha permitido tejer una densa red en América Latina que hoy abarca 18 destinos en 16 países, y también echar raíces a través de nuestra relación con distintos socios en la región.





A pesar de que Latinoamérica ha cerrado 2018 con uno de los crecimientos más moderados en el turismo internacional y una tasa interanual de sólo el 3%, la industria atraviesa un buen momento, lo que se refleja en su creciente contribución al Producto Interior Bruto de la gran mayoría de países.

En la última edición de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, FITUR, Jaime Alberto Cabal, secretario general adjunto de la Organización Mundial de Naciones Unidas para el Turismo (UNWTO-OMT) consideraba fundamental que "cada país sea consciente de la importancia de convertir al Turismo en política de Estado". "Hay que intentar que la política turística no expire con el cambio de gobierno" e instaba a los países iberoamericanos a trabajar de forma unida para "conquistar a las compañías aéreas", lo que redundaría en un aumento de vuelos transatlánticos. Otra de sus sugerencias era "fortalecer el producto multideestino" para sacar más provecho a las llegadas de turistas.

De las palabras de Juan Alberto Cabal se desprende esa necesidad de que América

Latina mire más hacia a Europa para captar turistas; al mismo tiempo que Latinoamérica cada vez es más atractiva para el turista europeo.

Esa es la gran oportunidad que debemos aprovechar ambas partes, para generar riqueza con un turismo competitivo, responsable y accesible, que tenga como principales pilares la calidad, la sostenibilidad y la innovación.

A ambos lados del Atlántico debemos fomentar una mayor diversificación de la oferta que nos permita atraer a un visitante de mayor poder adquisitivo, que nos ayude a incrementar el gasto en destino, desestacionalizar el sector, y conseguir un modelo turístico sólido.

América Latina es nuestro principal mercado y, a lo largo de estos más de 70 años hemos logrado que el aeropuerto de Madrid se consolide como la puerta de entrada al viejo continente. En Iberia le estamos muy agradecidos a Iberoamérica porque nos ha ayudado mucho a crecer y nos ha consolidado como la mejor opción para volar a ambos lados del Atlántico. La mejor

manera que se nos ocurre para corresponder es seguir invirtiendo en la región.

Este año creceremos en México, en Colombia, en Uruguay, en Ecuador, en Perú, en Brasil... en todos estos países incrementaremos nuestros vuelos y, en muchos de ellos, hemos hecho también una apuesta de calidad con la introducción de nuestra cabina Turista Premium, orientada a los clientes que están dispuestos a pagar un poco más para tener mayores comodidades a bordo y, por tanto, a un segmento con mayor capacidad de gasto, lo cual beneficia al actual modelo turístico.

Más allá de Madrid, seguimos ampliando nuestra red de conexiones para los latinos que visitan Europa y también para los europeos que viajan a América Latina. Ya son más de 100 destinos en Europa, a los que hemos añadido nuevos mercados como Shanghái en China y Tokio en Japón porque nuestra voluntad es ser también puente entre América Latina y Asia, favorecer el turismo también entre ambas regiones y que España sea ese punto de conexión que representa dentro de Europa.



## José Antonio Llorente

Fundador y presidente de LLORENTE & CUENCA

LLORENTE & CUENCA

# Grandes esperanzas

Los lectores de este duodécimo informe del IE Business School van a encontrarse con una excelente noticia: la gran mayoría de empresas españolas tiene planes de crecimiento en Latinoamérica, espera aumentar sus inversiones y asigna a la región una importancia cada vez más estratégica. Son los resultados de una macroencuesta a cien empresas multinacionales y pymes españolas, realizada entre octubre y diciembre. El 88% de ellas coincide en que los mercados internos latinoamericanos representan una ventaja competitiva que ya no puede soslayarse.

Les animo a leer con detenimiento el estudio. Tres de cada cuatro empresas planean aumentar sus inversiones en la zona, la mayoría a través del crecimiento orgánico y un 43% vía adquisiciones. Otra importante novedad es que, con la dolorosa excepción de Venezuela, el interés estratégico se mantiene en toda la zona, con independencia de resultados electorales aparentemente tan expuestos como los de México o Brasil.

Para quienes seguimos con interés y pasión la realidad latinoamericana, los datos de la encuesta vienen a corroborar dos hechos trascendentes: la homologación eco-

“ *Latinoamérica empieza a interiorizar como normas de conducta la seguridad jurídica y el multilateralismo, independientemente de quiénes presidan o gobiernen los países. Es una tendencia estimulante, cuya posible consolidación a corto y medio plazo sería una excelente noticia.* ”

nómica y política de la inmensa mayoría de países, y la creciente importancia geoestratégica del espacio común a ambos lados del Atlántico. En un entorno mundial tan volátil, introspectivo y proteccionista como el actual, avanzar en ese espacio común latinoamericano representa, a todas luces, la mejor opción de la política exterior española.

Desde LLORENTE & CUENCA venimos advirtiendo, además, del interés de la mayoría de los países latinoamericanos por separar las opciones políticas de gobierno de unos principios económicos cada vez más asentados en la estabilidad y la seguridad jurídica. Las distintas vicisitudes recientes de Perú o Argentina se han intentado resolver siempre desde la ortodoxia económica y la cooperación internacional. Por su parte, Brasil y México acaban de apoyar opciones políticas muy diferentes, pero sus nuevos presidentes han dedicado los primeros días de gobierno a transmitir mensajes de normalidad a inversores y comunidad internacional.

Es cierto que los electores tienden a primar también en Latinoamérica a los candidatos que han tomado distancia con la clase política y judicial al uso. La desafección hacia las instituciones, y cierto rechazo

hacia la política, han sido denominadores comunes a lo largo del continente americano, como por otra parte viene sucediendo en las elecciones de buena parte de Europa. En ese sentido, ha quedado claro que las tendencias políticas están convergiendo mundialmente.

Incluso soluciones aparentemente tan radicalizadas como las de México y Brasil suponen correlatos muy parecidos a los del norte del continente o la Europa del Sur. Cabría añadir, además, que las tomas de posesión de Andrés Manuel López Obrador y Jair Bolsonaro han mostrado un cuidado exquisito por preservar cierta ortodoxia económica y diplomática. Latinoamérica empieza a interiorizar como normas de conducta la seguridad jurídica y el multilateralismo, independientemente de quiénes presidan o gobiernen los países. Es una tendencia estimulante, cuya posible consolidación a corto y medio plazo sería una excelente noticia.

En LLORENTE & CUENCA México hemos tenido la satisfacción de patrocinar a finales del pasado enero un encuentro de la Cámara Española de Comercio con empresas de capital español presentes en México. Asistieron los embajadores de ambos países, el español Juan López-Dóriga y la mexicana Roberta Lajous, así como otras personalidades y 70 directivos de las principales compañías de capital español en el país. La normalidad institucional, o la necesidad de contar con inversiones en infraestructuras capaces de canalizar el crecimiento incluso del país, abren oportunidades de colaboración que conviene explorar cuanto antes.

El cuidado y la atención por preservar la seguridad jurídica y económica han sido líneas maestras de los arranques de man-

“ *En un entorno mundial tan volátil, introspectivo y proteccionista como el actual, avanzar en ese espacio común latinoamericano representa, a todas luces, la mejor opción de la política exterior española.* ”

“ *Desde LLORENTE & CUENCA venimos advirtiendo, además, del interés de la mayoría de los países latinoamericanos por separar las opciones políticas de gobierno de unos principios económicos cada vez más asentados en la estabilidad y la seguridad jurídica.* ”

datos presidenciales en México y Brasil. López Obrador ha puesto el foco en atenuar la pobreza y combatir el narcotráfico. Ha habido alguna iniciativa incierta, como el referéndum que sirvió para anular la construcción del segundo aeropuerto en Ciudad de México, pero en general los mensajes de tranquilidad y confianza a los inversores están rindiendo fruto. El cambio de posición respecto a la nacionalización del sector petrolero mexicano parece ir en esa misma dirección. En Brasil, Bolsonaro ha convertido la ortodoxia económica y el rechazo al proteccionismo en ejes de su programa. Hasta el presidente chileno, Sebastián Piñera, ha elogiado el nuevo modelo económico brasileño y sus objetivos para cuadrar las cuentas y fomentar la confianza inversora.

En España, el nuevo Gobierno de Pedro Sánchez ha mantenido el foco en Latinoamérica. El presidente ha realizado viajes oficiales muy significativos a Cuba y a México. Se mantiene en general el fuerte acento latinoamericano que también siguió el anterior gobierno del Partido Popular. Parece haber unos principios de política diplomática ya consolidados con independencia de quién gobierne. Existe además un interés creciente por participar en la zona y un esfuerzo de colaboración que debería cristalizar en acuerdos a corto y medio plazo.

En ese sentido, la encuesta realizada por IE Business School define con claridad cuáles serían los proyectos internacionales más deseables para la inmensa mayoría de empresas españolas en la zona. El 87% de ellas está persuadido de que un acuerdo comercial entre la Unión Europea y Mercosur sería especialmente útil. Es sabido que Brasil y Argentina han tenido sensibilidades distintas sobre Mercosur, en el que también participan Paraguay y Uruguay. La estructura del acuerdo impide a cualquiera de los cuatro cerrar acuerdos bilaterales con otros países, lo que limita sus posibilidades respectivas de crecimiento.

La salida natural, un acuerdo comercial conjunto con la Unión Europea, lleva demorándose más de dos décadas. Hace unos meses, durante las reuniones del G-20 en Mar del Plata, la ministra española de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, se mostró convencida de poder cerrar dicho acuerdo a lo largo de este año. Si esa hipótesis llegara a confirmarse, estaríamos, sin duda, ante el mejor broche de oro a un año tan repleto de grandes esperanzas como este 2019.



## José Juan Haro Seijas

Director de Políticas Públicas y Negocio Mayorista para Latinoamérica. Telefónica, S.A.

# Una receta para atraer inversiones

Iberoamérica vive uno de esos momentos de cambio convulsos que de tanto en tanto golpean la región. Tras la recesión del año 2016, la recuperación de los años 2017 y 2018 ha sido débil y los ciudadanos han optado por gobiernos de cambio. El signo político de los mandatarios de Brasil, Colombia, México y Chile era distinto (opuesto se diría, en la mayor parte de los casos) en enero que en diciembre de 2018.

2019 traerá algo más de crecimiento económico – un 2% según las últimas estimaciones del FMI – pero es indudable que la región necesita un nuevo empuje reformista para salir de la trampa del ingreso medio y atraer inversiones que permitan construir un derrotero de crecimiento inclusivo, capaz de solventar los retos no sólo de la Iberoamérica urbana sino también de la rural. Como una simple lectura del “Informe sobre el Panorama de la Inversión Española en Iberoamérica” permite constatar, hay 3 factores que juegan un rol clave en este propósito: (i) el grado de apertura comercial, (ii) la transparencia en la acción de gobierno, y (iii) el nivel de seguridad jurídica.

- **Apertura comercial.** América Latina es una región de gran diversidad cultural, económica y social. En términos de inversiones la región es igualmente heterogénea. Los países que han optado por la apertura comercial y la liberalización de sus sectores económicos son hoy países más prósperos. Integradas en la Alianza del Pacífico, Colombia, Chile, México y Perú son las economías que han atraído mayores inversiones en los últimos años. El Informe de 2018 así lo evidenciaba y el Informe de 2019 confirma esta tendencia. Los cuatro países de la Alianza del Pacífico siguen ocupando los primeros puestos en términos de valoración económica, siendo además las principales economías donde las empresas españolas

tienen definido incrementar sus inversiones. El 56% de los empresarios consideran a la Alianza del Pacífico como un proceso de integración positivo para sus negocios, mientras que los países que integran el Mercosur aparecen más rezagados. Va a ser muy importante la evolución del nuevo gobierno mexicano para ratificar las tendencias observadas hasta el momento.

- **Transparencia en la acción de gobierno.** Otra de las cuestiones de mayor relevancia económica y social que tendrán que afrontar los nuevos gobiernos de la región es la lucha contra la corrupción. La corrupción erosiona la asignación eficiente del gasto público, fomenta la evasión y el fraude fiscal, genera costes adicionales en la financiación a empresas y es además un obstáculo a la inversión. La OCDE estima que la corrupción disminuye la inversión en un 5%, mientras que incrementa el coste de hacer negocios en un 10%. El FMI estima en un 2% del PIB mundial la cantidad de recursos destinados a pagar sobornos y otras formas de corrupción, destacando además el impacto que ésta tiene tanto en la implementación y buen desarrollo de la política fiscal o monetaria como en la disminución de la calidad del gasto público. Más doloroso es el impacto económico de la corrupción en la renta nacional. Se ha estimado que, si fuéramos capaces de reducir la corrupción, el ingreso per cápita regional podría aumentar en USD 3.000 en el medio plazo. Los grandes casos de corrupción en Iberoamérica (como el Lava Jato en Brasil o el Lava Juez en Perú) han propiciado, aunque fuera parcialmente, el cambio generalizado de los gobiernos latinoamericanos en los últimos dos años. La resaca de la corrupción ya sea en forma de recesión, crisis o caídas generalizadas en la inversión extranjera, será larga si no se ponen las medidas para atajarla de raíz.

- **Seguridad jurídica.** El camino que tome la economía latinoamericana estará marcado finalmente por la capacidad que tengan gobiernos e instituciones de asegurar un alto grado de seguridad jurídica. En el ranking “Doing Business 2018” elaborado por el Banco Mundial, no figura ninguna economía iberoamericana entre los 10 primeros países de ingreso alto-medio. México se encuentra en primer lugar a nivel regional (puesto 54 a nivel global y 15 a nivel de economías de ingreso medio-alto), seguido de Colombia (puesto 59 global), cuando en los últimos años se han hecho públicos diversos conflictos de inversión originados en ambos países, algunos de ellos en el sector de las telecomunicaciones. La estadística muestra, en todo caso, que existe un amplio margen de mejora en el terreno legal, tributario e institucional para que la seguridad jurídica sea un elemento que juegue a favor del rumbo económico en América Latina y no en contra.

Apertura comercial, lucha contra la corrupción y seguridad jurídica constituyen tres elementos clave para mantener la confianza de los inversores a medio y largo plazo y para atraer nuevas inversiones que garanticen el desarrollo sostenible de la región. Como agente con más de 30 años de recorrido en Iberoamérica, el Grupo Telefónica mantiene la confianza en que los gobiernos de la región estarán a la altura de los retos que presentarán los nuevos tiempos y continúa apostando por una Iberoamérica más próspera e inclusiva.

- (1) Evitando la trampa del ingreso medio en Colombia, Vox Lacea [https://voxlacea.org/?q=blog/ingreso\\_medio\\_colombia](https://voxlacea.org/?q=blog/ingreso_medio_colombia)
- (2) CleanGovBiz Initiative, OECD
- (3) Corruption: Costs and Mitigating Strategies, IMF, 2017
- (4) Corrupción en América Latina: Un balance, Blog Dialogando a fondo, Fondo Monetario Internacional <https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=8324>

*José Juan Haro es abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú (1997), con Maestría en Derecho en la Escuela de Derecho de la Universidad de Chicago (2000). Se integró a Telefónica del Perú en el año 2003, donde ocupó diversas responsabilidades en áreas de negocio, especialmente en el ámbito de los negocios con operadores. En el año 2009 fue promovido a Vicepresidente de Estrategia y Regulación en Perú. Desde el 2011 es Director de Políticas Públicas y Negocio Mayorista, con responsabilidad regional sobre los negocios del Grupo Telefónica en América Latina. En la actualidad es Co-Chair del Chief Regulatory Officers Group (CROG) del GSMA en Latinoamérica.*



**Pablo López Gil**

Director general del Foro de Marcas Renombradas Españolas



## El dividendo social de la empresa española

Cuando hablamos de la relación de España con América Latina es obligado destacar la decidida y sostenida apuesta de la empresa española por los países de la región, especialmente desde los años 90 del pasado siglo. No en vano, según los datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) España ha sido en los últimos años el tercer mayor inversor en la región y de acuerdo con datos de la propia Secretaría de Estado de Comercio, el stock de inversión de las empresas españolas en Latinoamérica representa aproximadamente un 30% del total de la inversión española en el exterior. Podríamos, sin duda aportar más datos que demuestren la importancia de América Latina para la empresa española, y viceversa, pero el riesgo de un enfoque excesivamente economicista es que perdamos de vista ese “viceversa”.

Para quienes creemos que la empresa es uno de los motores clave de desarrollo económico y social, y por tanto de generación no solo de riqueza, sino también de bienestar, es necesario complementar los datos fríos o “duros” con el análisis de la contribución de la empresa al progreso de su entorno. En realidad, demostrar esa contribución con datos sólidos es en parte una asignatura pendiente para la mayoría de las empresas (no solo españolas), pero las compañías que han entendido su papel en el mundo del siglo XXI han comenzado a integrar en sus estrategias los indicadores no financieros. Iberdrola, por ejemplo, habla de “dividendo social”, entendido como la “creación de

valor para cada grupo de interés”. Desde ese punto de vista no hay duda de que la aportación de las empresas españolas al progreso de los países de América Latina resulta muy relevante. Sin duda en términos de empleo, pero también si hablamos de innovación, de medio ambiente, de desarrollo de proveedores o de programas sociales, por ejemplo. Quizás otra asignatura pendiente, en este caso para la empresa española, haya sido y sea haber sabido contarlos y ponerlos en valor, sin que ello impida reconocer también, cuando toque, los errores cometidos.

No disponemos de muchos datos al respecto y quizás este artículo sea precisamente eso, una llamada de atención o una propuesta para llevar a cabo un análisis que mida el dividendo social de la empresa española en América Latina, pero sin duda podemos deducir que es significativo. Por ejemplo, la contribución fiscal de las empresas españolas a los países de la región es de unos 40.000 millones de euros anuales. Hoy en día, además de reivindicar que el comercio y la inversión, y por tanto la empresa, son elementos clave de prosperidad y desarrollo, tenemos que trabajar para que lo sean también de una prosperidad inclusiva, es decir, respetuosa con las personas y con el planeta.

En definitiva, estamos hablando de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), sólo alcanzables con la implicación activa de uno de los actores fundamentales: las empresas. Quizás sea pronto para analizar, con datos sólidos, la contribución de la empresa al cumplimiento de los ODS, pero sí que podemos empezar a

valorar, por ejemplo a través de sus memorias anuales, su integración o no en las estrategias empresariales. En ese sentido, resulta interesante repasar el primer informe sobre ‘La contribución de las empresas españolas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible’, en el que podemos observar el peso de América Latina en muchas de las experiencias destacadas por las empresas analizadas. De hecho, el último ‘Encuentro Empresarial Iberoamericano’, celebrado en Guatemala los días 14 y 15 de noviembre de 2018, ya centró buena parte de su agenda a analizar la contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, con la participación de destacadas empresas españolas.

En definitiva, es evidente que Latinoamérica es una región fundamental para la empresa española, cuyas filiales ya facturan más allá que en Europa, y para quien los países latinoamericanos siguen copando los rankings de países más relevantes o de mayor potencial de futuro. Pero un análisis completo de la internacionalización no debe tener en cuenta únicamente los efectos sobre el país de origen (en este caso de las empresas españolas que invierten y hacen negocios en América Latina), sino que debe también considerar el impacto sobre los países de destino. En este sentido resulta interesante consultar el estudio “La inversión directa de las empresas españolas en el exterior. Efectos en destino y origen: cinco casos de estudio en países y economías de desarrollo”, en el que precisamente se utilizan los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco de referencia para evaluar la contribución de las empresas al desarrollo de los países en los que han acometido proyectos de inversión. De los cinco casos analizados, dos corresponden a inversiones de empresas españolas en México y uno en Perú. En este estudio se destaca que, en la medida en que se trate de proyectos de inversión responsable (es decir, con criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental) una de las contribuciones más significativas al desarrollo del país de destino se produce a través de la transferencia y diseminación de sus capacidades tecnológicas al tejido productivo local. Es importante tenerlo en cuenta y no perder de vista que, cuando hablamos de inversión de la empresa española en América Latina, los efectos positivos se producen a ambos lados del Atlántico.

**Dr. Manuel Otero**

Director General del IICA - Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura



# La agricultura de América Latina y el Caribe, un sector de oportunidades para la industria agraria y agroalimentaria de España

El sector agrario y agroalimentario español tiene cada vez mayor conciencia del potencial agrícola de América Latina, el mayor exportador neto mundial de alimentos con más de un 15% del total del comercio sectorial. Prueba de ello es el crecimiento paulatino que han experimentado tanto el número de empresas como la inversión neta española del sector en la región.

Una de las tareas del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) -organismo especializado en agricultura del sistema interamericano-, consciente de la alta rentabilidad potencial e impacto socioeconómico de la actividad agropecuaria y del rol imprescindible del sector privado en su desarrollo, es mantener una activa agenda de actuación en toda América Latina y Caribe (ALC) centrada en la promoción del comercio, la inversión internacional y la competitividad del sector.

A través de los ejes programáticos para la cooperación técnica definidos en su Plan de Medio Plazo 2018-2022, hoja de ruta institucional, el IICA promueve diferentes actuaciones orientadas al sector privado que constituyen ricas y útiles referencias para las empresas extranjeras interesadas en vincularse con la actividad del agro en ALC.

Esa promoción se realiza en paralelo a la activi-

“ *El papel del IICA y la importancia de la inversión agrícola española en América Latina se enmarcan en un escenario en el que, para el año 2050, se estima que la producción de alimentos deberá aumentar en torno a un 50 por ciento para satisfacer las necesidades de la población mundial.* ”

dad del IICA, orientada a construir, apoyar y fortalecer sistemas alimentarios sostenibles entre la agricultura familiar, las organizaciones de productores, y las mujeres y jóvenes de la ruralidad.

Entre 2016 y 2017, el número de empresas españolas con inversiones en ALC aumentó casi un 7 por ciento, y las inversiones pasaron a 1247,7 millones de euros desde 1.090,5 millones.

La riqueza en recursos naturales de la región latinoamericana y la apuesta por la innovación, la sanidad y el refuerzo de la seguridad alimentaria justifican ese incremento. En este sentido, el IICA trabaja para coordinar las agendas del desarrollo agrícola y rural de las Américas en su conjunto.

Los principales países receptores de inversión en el sector agrícola, en línea con las perspectivas del conjunto de la inversión española en la región, se focalizan principalmente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá y Perú. En lo que se refiere a la inversión por sectores, se destacan el café y el té, aceite de oliva, frutas y hortalizas, bebidas -sobre todo, vino- y maquinaria agrícola -incluido equipamiento de riego.

España es la octava potencia agroalimentaria global, por lo que la experiencia del sector agrario y agroalimentario español no puede quedar fuera

de las oportunidades que ofrece el continente americano, especialmente en sectores como:

- 1.- la gestión eficiente del agua en los diversos ciclos de la producción agrícola;
- 2.- la transferencia de tecnologías y conocimiento en procesos de producción (producción bajo invernaderos, mejora de las cadenas de valor, generación de valor añadido);
- 3.- conocimientos sobre la normativa para la exportación de alimentos (tanto en sanidad y seguridad alimentaria como en comercio y competitividad en plataformas para exportar);
- 4.- la transferencia del modelo de seguros agrarios español que es un referente mundial
- 5.- el fomento del asocio entre pequeños agricultores

Es importante destacar, además, que muchas de las inversiones se han implementado gracias a la promoción de políticas públicas definidas desde las instituciones europeas y españolas, que cuentan con unos presupuestos estables y un marco regulatorio seguro orientados a promover la competitividad del sector desde la investigación hasta la producción y la transformación.

El papel del IICA y la importancia de la inversión agrícola española en América Latina se enmarcan en un escenario en el que, para el año 2050, se estima que la producción de alimentos deberá aumentar en torno un 50 por ciento para satisfacer las necesidades de la población mundial.

Por ello, conscientes de los retos que nos plantea el actual escenario global, desde el IICA estamos acompañando a los Ministerios de Agricultura y a los actores del sector para aumentar las contribuciones del sector agropecuario al crecimiento económico y al desarrollo sostenible; contribuir al bienestar de todos los habitantes en los territorios rurales; robustecer el comercio y la integración de los países de la región; y aumentar la resiliencia de los territorios rurales y los sistemas agroalimentarios ante los eventos climáticos extremos.

La inyección de capital privado en el sector agrícola es un requisito indispensable en áreas como la infraestructura, el desarrollo de las tecnologías, la investigación y eficiencia climática. Según datos del



BID de 2018, las tasas de retorno promedio de las inversiones en investigación en el sector agropecuario ascienden a más del 14 por ciento.

Adicionalmente, América Latina, dada su amplia base de recursos naturales y biodiversidad, posee el potencial de ejercer un papel protagonista en la seguridad alimentaria mundial. Desarrollar esta oportunidad, en beneficio del bienestar de las poblaciones rurales, dependerá en gran medida del aumento que se produzca en la inversión privada en la agricultura.

Esas inversiones, junto a políticas públicas sólidas para el sector, son las que asegurarán la sostenibilidad social, política y económica, de modo que los habitantes rurales puedan encontrar entornos estables donde vivir en condiciones dignas.

Reconociendo el papel central de la agricultura en la agenda global, el IICA propone repensar, y así lo hace, las visiones tradicionales en torno al sector agropecuario sólo como generador de materias primas y ver a la agricultura como actor cen-

tral en el camino a una menor dependencia de los recursos fósiles.

Para ello, el IICA ha identificado la necesidad de desarrollar modelos productivos climáticamente responsables, en los que alternativas como la bioeconomía expresan en gran medida dicha visión transformadora para promover un desarrollo agrícola sostenible e inteligente. Todo ello adquiere aún más relevancia con la oportunidad que la inversión española supone para la mejora de los procesos productivos.

Las innovaciones técnicas susceptibles de mejorar estos procesos requerirán una mayor presencia y protagonismo del sector privado en el conjunto de la cadena de valor, desde el cultivo y recolecta hasta el envasado y etiquetado. La era de la Agricultura 4.0 (aquella que utiliza el big data, la digitalización, la robótica o técnicas biotecnológicas complejas) también presenta novedosas oportunidades no solo para ganar en diferenciación y posicionamiento, sino para darle batalla al cambio climático.

Por todo ello, una institución con más de 75 años de experiencia en la región como es el caso del IICA, que está presente en los 34 países de ALC y que además cuenta con agendas de cooperación técnica a nivel país y región, puede ser un aliado estratégico para la canalización de inversión extranjera en la región.

Nuestros diferentes ejes de trabajo (Bioeconomía y Desarrollo Productivo; Desarrollo Territorial y Agricultura Familiar; Comercio Internacional e Integración Regional; Cambio Climático, Recursos Naturales y Gestión de Riesgos; Sanidad Agropecuaria, Inocuidad y Calidad de los Alimentos) están diseñados para ser implementados en los próximos 4 años y han sido aprobados por nuestro Comité Ejecutivo, uno de los órganos de gobierno del IICA. Esos ejes están incluidos en el Plan de Medio Plazo 2018-2022.

El IICA es, en ese sentido, un organismo internacional abierto a atender y desarrollar, en conjunto con el sector privado, iniciativas en la región que promuevan el desarrollo y el bienestar del sector agropecuario y de las poblaciones rurales. Esa es nuestra misión y también nuestro compromiso.



**Diego Cabezudo**  
CEO de Gigas

**gigas**

## Lo global desde lo local, la clave del éxito

Las oportunidades de América Latina para compañías como Gigas, trascienden con mucho el valor del idioma como patrimonio común. Su menor animadversión a probar nuevas tecnologías y trabajar con nuevos proveedores; la mayor antigüedad de su parque de servidores, o su menor tamaño y atomización, lejos de mermar interés, supone un atractivo y una oportunidad mayúscula para una joven empresa como Gigas, que vive del salto a la nube y el *cloud computing*.

En apenas un lustro nuestra compañía se ha convertido en líder en países como Colombia, Chile, Perú, Panamá o México y se nos reconoce ya como uno de los proveedores de referencia en nuestro ámbito. Hablamos de crecer a doble dígito, ganar músculo rápido y alcanzar ratios impensables en otras latitudes consideradas más maduras. ¿El secreto del éxito?

Por definición, operamos en el mercado de Infraestructura como Servicio, alojando en la nube servidores y datos críticos de unos clientes que quieren poder controlarlos, acceder a ellos y atender cualquier posible necesidad de manera eficaz y evitar imprevistos. Vivimos, estamos y trabajamos en la nube, pero cuando se trata de alcanzar nuevas cotas y entrar en nuevos mercados, actuamos como jugadores locales bajo dos máximas; flexibilidad y cercanía al cliente. Nos involucramos y comprometemos en cada país. Diseñamos un proyecto específico para cada mercado y contamos con personal y equipo local. Aunque la lengua compartida sea la misma, hablamos y nos adaptamos a lo diferentes idiomas de cada país, que no siempre es lo mismo. En definitiva, nos comportamos

siempre como actores locales, aunque disputemos la Champions TIC de la nube.

También nos funciona lo que podríamos denominar visión de mercado heterogéneo. Esto consiste en entender el mercado de América Latina como lo que es: un conjunto de diferentes realidades, con diferentes culturas e ideosincrasias, aunque puedan compartir necesidades y posibilidades. Así, frente a la visión de algunas compañías norteamericanas que enfocan esta realidad desde una perspectiva única y un mercado homogéneo al que están acostumbrados, los españoles afrontamos estas diferentes situaciones con otra sensibilidad cultural; ya sea por nuestra dispar realidad autonómica, nuestra pertenencia a la Unión Europea o los muy diversos lazos históricos y afectivos. Por así decirlo, nos cuesta menos entender y atender las diferencias. Comprender y trabajar lo que une y superar las diferentes realidades y culturas locales que separan.

Y a esto sumamos nuestro modelo de negocio: compromiso con la excelencia y la experiencia del usuario, a través de una relación directa y cercana con cada uno de nuestros clientes, situando sus necesidades en el centro de nuestro universo.

Desde nuestra llegada al Mercado Alternativo Bursátil, la evolución de nuestros ratios y la revalorización de los títulos de la compañía parecen avalar nuestras acciones y decisiones. Y no lo decimos nosotros. Hace unos meses, el prestigioso Financial Times nos reconocía como una de las compañías de mayor crecimiento y más innovadoras en Europa, y en otros informes, como en el "Magic Quadrant

“*En apenas un lustro, nuestra compañía se ha convertido en líder en países como Colombia, Chile, Perú, Panamá o México y se nos reconoce ya como uno de los proveedores de referencia en nuestro ámbito.*

“*Vivimos, estamos y trabajamos en la nube, pero cuando se trata de alcanzar nuevas cotas y entrar en nuevos mercados, actuamos como jugadores locales bajo dos máximas; flexibilidad y cercanía al cliente.*

for Cloud Infrastructure as a Service” de Gartner, se nos sitúa como uno de los proveedores significativos mundiales del sector. Son cotas e hitos de nuestro día a día que nos animan a seguir avanzando desde la nube. Oteando retos y oportunidades, pero con los pies bien firmes en el suelo y conscientes del poder de la tecnología, como motor protagonista en la modernización y transformación digital de América Latina y su desarrollo socio-económico, sintiéndonos parte de ello.





## Óscar Sáez de Bergia

CEO Grupo Softland

# Sí hay oportunidad de inversión TI en Latam

*Grupo Softland sigue abriendo puertas en América Latina, un mercado que continúa en el proceso de la transformación digital*

**A**mérica Latina (Latam) es un mercado en el que las oportunidades están abiertas para invertir en Tecnologías de Información (TI) y para que las empresas españolas lo detecten de manera oportuna, tal como lo ha hecho Grupo Softland desde hace más de 16 años cuando elegimos invertir en esta zona.

La necesidad de insertarse en la transformación digital es cada vez más evidente en las grandes, medianas y pequeñas empresas de Latam, y cubrir dicha demanda es lo que ha hecho y continúa haciendo Grupo Softland.

Nuestras decisiones de inversión -como la más reciente adquisición que realizamos de SQL Software en Colombia-, nuestra constante expansión y crecimiento en la oferta de soluciones, nos ha permitido tener en este momento filiales en 12 países, 35.000 clientes activos en 19 naciones de la región y más de 100.000 usuarios en Latinoamérica.

Latam brinda de acuerdo con nuestra experiencia, un clima con aspectos como, por ejemplo, un crecimiento constante y sostenido en la mayoría de los países latinoamericanos, alto nivel de reservas, mejores cuentas públicas, bajo nivel de deuda pública, inflación decreciente, auge de las exportaciones,

incremento de la demanda interna, desempleo en tasas más bajas de las dos últimas décadas, una base fiscal, monetaria y financiera más sólida, educación permanente y políticas de capacitación.

Además, en términos de digitalización de las empresas, la necesidad de generar más ingresos fiscales para dar respuesta a las demandas de las nuevas clases medias ha supuesto que muchas compañías en Latinoamérica hayan tenido que informatizar sus procesos. Un ejemplo es la factura electrónica, cuyo uso está extendido por toda Latinoamérica con obligatoriedad en algunos países o la contabilidad electrónica de México, por ejemplo.

Asimismo, las cifras de expertos también favorecen las proyecciones de oportunidad tanto de las empresas que buscan un nicho de TI en Latam como para las que ya lo poseen.

De acuerdo con el "XI Informe del Panorama de Inversión Española en Iberoamérica" de IE Business School 2018 -con las perspectivas de inversión de 105 empresas españolas que operan en América Latina- el 75% de estas compañías incrementarían sus inversiones, mientras, un 24% mantendrían el nivel de inversiones y sólo un 1% disminuiría lo invertido. Y, casi el 85% de las empresas encuestadas consideraron

que aumentarían su facturación en la región durante los próximos tres años.

Por su parte, la consultora IDC Research España dio a conocer que para este 2019 se prevé que el gasto tecnológico de empresas españolas para la transformación digital supere los 47.500 millones de euros con crecimiento sostenido del 2,1% hasta 2022.

El panorama por parte de Latam también es positivo. International Data Corporation (IDC) pronosticó para el mercado Latinoamericano de TI en 2019, que a nivel empresarial se espera que 2019 sea un mejor año para la innovación y la inversión. El 54% de las compañías encuestadas en una reciente investigación de dicha firma consultora, aseguró que aumentará sus gastos en TI, y sólo el 17% planea gastar menos que en 2018.

Los analistas de IDC vislumbran que, durante 2019, la industria de TI crecerá a una tasa del 8.2% en dólares constantes.

En Grupo Softland continuamos trabajando firmemente para cubrir la demanda de la región. Por ejemplo, en la incorporación de nuevas tecnologías como *blockchain* en lo relativo a transacciones, así como los chatbot y el reconocimiento de voz; tanto para las áreas de soporte, como para mejorar la usabilidad de las soluciones.

También, estamos promoviendo la integración de la movilidad en nuestras soluciones, la mejora de las interfaces, los conceptos de usabilidad, y la facilidad e inmediatez.

## ACERCA DE GRUPO SOFTLAND

Grupo Softland posee filiales en doce países: Argentina, Colombia, Chile, Costa Rica, El Salvador, España, Honduras, Guatemala, México, Panamá, Perú y República Dominicana. Cuenta con representantes en: Bolivia, Ecuador, Nicaragua y Venezuela. Con 35.000 clientes activos en Latinoamérica, y más de 700 profesionales especializados. Su filosofía, "Pensar en global y actuar en local", le ha permitido desarrollar estrategias mundiales de acuerdo a las características propias de cada país. Su larga trayectoria y especialización en el mundo de las soluciones de gestión empresarial le ha dado la posibilidad de crecer y ofrecer al mercado los productos más competitivos. [www.gruposoftland.com](http://www.gruposoftland.com)



## Cristina Amor Soto

Directora de Comunicación & Marca, Relaciones Institucionales y MAB Grupo EURONA Telecom

# LATAM, tierra de oportunidades también para el sector de las 'telecos'

*Eurona apuesta por democratizar la conectividad y reducir la brecha digital en Iberoamérica*

Latinoamérica se ha convertido en los últimos años en una tierra de oportunidades gracias a su decidida apuesta por mejorar el desarrollo de sus sistemas de transporte, energía o telecomunicaciones.

El apetito inversor que despierta la zona entre el tejido empresarial español no es nuevo. Más allá de esta alusión socioeconómica que ya ha pasado a formar parte de los libros de historia, pequeñas y grandes empresas se aventuran ahora a dar el gran salto al otro lado del Atlántico para aprovechar las oportunidades que allí se presentan, a cambio de elevar a la máxima potencia la calidad de vida de los cientos de millones de personas que allí habitan o, lo que es lo mismo, garantizar el estado del bienestar.

Es el caso de la multinacional de telecomunicaciones Eurona, una compañía que, si bien lleva implantada durante años en países como México, República Dominicana, Jamaica, Costa Rica, Panamá e islas como Santa Lucía y Barbados, vuelve a mirar a Latinoamérica como uno de sus centros de operaciones en el marco de su nuevo Plan estratégico de Negocio.

### EL EJEMPLO PARADIGMÁTICO DE EURONA

Ya en 2016 la compañía -que lleva Internet donde otros operadores no llegan a través de áreas de negocio estratégicas como el Satélite, el WIFI o el 4G

fijo-, se introdujo en el sector turístico latinoamericano tras alcanzar un acuerdo con el gigante americano hotelero AMResorts para prestar conexión Wi-Fi en los hoteles que gestiona la cadena en la región del Caribe.

Un servicio que ya ha extrapolado a otras cadenas hoteleras como Bahía Príncipe y que conjuga conexión permanente de datos y de voz. Además, no se limita a los espacios cerrados de los hoteles, sino que cubre todas las zonas comunes donde los clientes pasan la mayor parte del día y en las que se concentra una alta densidad de usuarios, como piscina, playa, lobbies o restaurantes, completando así la experiencia del viaje con una conectividad 360°. Una conexión que se complementa además con un acceso simplificado a la red, pues el cliente se conecta sólo con su apellido y número de habitación.

También en el sector turístico, Eurona es el responsable de llevar la conexión WiFi al aeropuerto de Tocumen en Panamá, conocido como el "Hub de las Américas" al conectar con 89 destinos en 34 países de América y Europa. Más allá de este proyecto, la compañía es un *partner* digital del aeropuerto, proporcionando además servicios para la gestión de la App -a través de la cual los pasajeros pueden consultar la información sobre sus vuelos y puertas de embarque-

Así, el turista que llega a Tocumen puede disfrutar de una experiencia de viaje 3.0 completa.

### ACTOR PROTAGONISTA EN REPÚBLICA DOMINICANA

Además, recientemente, y gracias a su compromiso y experiencia garantizando la democratización del acceso a Internet, el Gobierno de la República Dominicana ha adjudicado a Eurona una licencia para instalar, poner en marcha, operar y mantener los servicios de voz e Internet por satélite en el país durante 20 años y contribuir así al desarrollo económico y social de todo el territorio.

Y es que el satélite es la única solución tecnológica viable e inmediata para acabar con la brecha digital que frena el desarrollo económico y social de muchos países. Su amplio espectro y flexibilidad permiten ofrecer conexión a Internet en cualquier zona, por recóndita que sea, convirtiéndose en la alternativa real de vida y de negocio en zonas desprovistas de infraestructuras de telecomunicaciones.

Asimismo, en el marco del plan de red Wifi promovido por el Gobierno dominicano, Eurona también llevará el acceso a Internet a medio centenar de espacios públicos como universidades, hospitales, centros tecnológicos comunitarios, centros digitales, museos, parques o alcaldías en el país dominicano.

E incluso en el caso de producirse una situación de emergencia nacional o algún tipo de catástrofe natural como huracanes, terremotos o inundaciones, la compañía apoyará mediante la prestación de este servicio a los organismos públicos y llevará a cabo todas las instrucciones que sean necesarias.

Con todo, Eurona se convertirá en un agente fundamental para el Desarrollo de las Telecomunicaciones en República Dominicana, teniendo en cuenta que es un país de acción prioritaria, ya que un 74% de los hogares no tiene acceso a Internet y el porcentaje de usuarios de telefonía móvil todavía se sitúa en el 59%.

Al igual que ya lo han hecho otras compañías españolas, Eurona ha llegado al mercado iberoamericano para quedarse y para dar continuidad a su proyecto de llevar Internet a todos más allá de las fronteras españolas. En su foco más próximo: el compromiso de contribuir a optimizar el sistema de telecomunicaciones en la región y, sobre todo, de reducir esa brecha digital existente entre ciudadanos *on* y ciudadanos *off*, garantizando el derecho de todos a estar siempre conectados desde cualquier lugar del mundo y en cualquier momento.

## Damián Kantor / Gabriela Samela

Periodistas del suplemento económico del diario Clarín (Argentina)

# Vaca muerta, la meca del gas

La producción energética es una de las mayores apuestas de la Argentina. A pesar de las dificultades financieras y económicas, el país redobla los esfuerzos para atraer inversiones para explotar Vaca Muerta, uno de los mayores reservorios de petróleo y gas no convencional del mundo. “Vaca Muerta ya no es una promesa, es una realidad en la que hay invertidos miles de millones de dólares”, dijo recientemente Gastón Remy, CEO de la filial local de Vista, una petrolera que juntó dinero para desarrollar proyectos allí, en la zona sur del país sudamericano.

Los entendidos coinciden en que Vaca Muerta es un manantial energético casi inagotable. Se trata de una colosal fuente de combustibles no convencionales (sobre todo de gas), hundidos sobre una superficie de unos 30.000 kilómetros cuadrados, que abarca casi la totalidad de la provincia de Neuquén, parte de Mendoza, La Pampa y Río Negro. Pero los mismos expertos explican que la existencia de recursos no implica mayor oferta. “Desarrollar Vaca Muerta requiere de una inversión anual de US\$20.000 millones”, aclara Gerardo Rabinovich, del Instituto General Mosconi, especializado en energía.

Desde la asunción de Mauricio Macri a la presidencia, en diciembre de 2015, la Argentina modificó el marco regulatorio para captar inversiones a largo plazo, considerados cruciales para abastecer la demanda interna de petróleo y gas y también exportar. Según Remy, actualmente “solo el 2% de Vaca Muerta está siendo explotado comercialmente”, por lo que queda resto para desarrollar y expandir la producción. Dijo también que la actual administración generó cierto marco jurídico para que las empresas petroleras puedan invertir, sin temor a

mayores sobresaltos. “Creemos que es una decisión que también adoptarán todos los partidos políticos, lo que está en juego es el crecimiento de la industria y el país”, añadió.

En sintonía, el gobierno local cree que la Argentina tiene condiciones para ser exportador y que dentro de 5 años la energía podría generar un saldo positivo de US\$15.000 millones. Roberto Carniser, director del área de Energía de la Universidad de Austral y consultor especializado con más de 20 años de trayectoria, señala que 2018 fue un punto de inflexión en la explotación de Vaca Muerta y que su desarrollo se produce “en forma similar al de los Estados Unidos”, la principal potencia en hidrocarburos no convencionales del mundo. La tendencia en la producción energética en el país sudamericano cambió a partir de la llegada del actual gobierno de Mauricio Macri, que impulsó un nuevo margo regulatorio para favorecer a la industria petrolera y gasífera.

Estudios privados coinciden que el gas tiene un potencial enorme, tanto para la Argentina como para los inversores. En rigor, el 77% de los recursos de Vaca Muerta es gas no convencional. Y es la principal apuesta de las petroleras, con un doble objetivo: por un lado, abastecer la demanda interna de la Argentina y por otro, exportar los excedentes al exterior, cada vez más rentables. La razón es simple: el consumo de gas es estacional. “En la Argentina existe un déficit en el invierno de entre 20 y 30 millones de m<sup>3</sup> diarios. Pero en el verano sobran entre 15 y 20 millones”, remarca el titular de la consultora Oleum-petra, Luis Stinco. “En invierno falta gas y siempre va a faltar. Los recursos gasíferos en Vaca Muerta existen, pero la cantidad efectiva depende de las

inversiones que se efectúen”, intercede el consultor Daniel Gerold, de G&G Energy Consulting.

Carniser, de la Universidad Austral, compara el proceso argentino con el de Australia, y lo grafica del siguiente modo: “Se redujeron los costos de producción. Y el shale gas tiene destino de exportación. En la actualidad, el gobierno liberó las exportaciones, siguiendo la misma ruta que los Estados Unidos y algo similar a lo que hizo Australia, que es el segundo exportador de gas en el mundo”. Este experto cree que con la actual tendencia, en “2030 la Argentina pasaría de producir 130 millones de m<sup>3</sup> diarios a 300 millones”.

La producción de los recursos gasíferos genera otras posibilidades, explica Carniser. “El gas natural de Vaca Muerta es muy rico en líquidos, como propano, butano y etano. Son todos *commodities* muy valiosos a nivel mundial”, subraya. De todos modos, el polo productivo del gas argentino está en las etapas iniciales, al menos con miras a los mercados internacionales. El especialista Rabinovich explica que para el despegue definitivo se requieren “inversiones en transporte, licuefacción (conversión del gas en líquido para su almacenamiento y transporte), buques metaneros y, sobre todo, llegar a los mercados con precios competitivos. En Europa, el millón de BTU se paga US\$7 y en Japón, entre 8 y US\$9. En la actualidad, la producción local parte de un costo de US\$4 en boca de pozo, a lo que hay que agregar todo el resto”.

Sea como fuere, la Argentina es considerada uno de los cuatro países del mundo que explotan comercialmente hidrocarburos no convencionales y las estrategias oficiales y privadas se encaminan a consolidar la tendencia.



## Carla Paz Vargas

Editora de Economía y Dinero Diario El Deber (Bolivia)

# Españoles, con más posibilidades de inversión en Bolivia

Bolivia lleva más de una década creciendo a un promedio anual del 5%. El incremento de los precios de las materias primas explica en parte el aumento de los ingresos, pero el éxito de la política macroeconómica en el corazón de Sudamérica responde a varios factores. Actualmente, los temas que preocupan a los bolivianos son la expansión de la deuda externa y las elecciones presidenciales, aunque el Gobierno boliviano justifique que los créditos se destinan a la inversión en infraestructura vial.

El Gobierno estima en 4,7% el Producto Interno Bruto (PIB) de 2018. Además, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) prevé que para este año alcance un 4,3%, siendo superior a la tasa del 1,7% que se proyecta para América Latina y el Caribe.

Si desgregamos el PIB por las actividades económica que más han crecido en el último año y por ende, representan oportunidades de inversión se evidencia el énfasis en servicios financieros y seguros (7,7%), agroindustria y pecuaria (6,6%), gas y petróleo (6,3%) y construcción (6%).

¿Existen condiciones en Bolivia para las inversiones europeas? Las empresas españolas son las que tienen mayores posibilidades de inversión en Bolivia, primero por el idioma y luego por las similitudes culturales. Asimismo, España ha sido el punto de entrada de bolivianos a Europa, lo que permite que los inversionistas españoles conozcan el mercado antes de llegar al país y establecer vínculos comerciales de ida y vuelta. Para el académico José Gabriel Espinoza, los perfiles de consumo son similares en América Latina, entonces, pese a que el mercado boliviano es pequeño, por su ubicación estratégica, permite

ingresar a grandes mercados como Argentina y Brasil.

Una gran ventaja es la estabilidad macroeconómica fuerte y la economía boliviana es de las más fuertes de la región, mientras en los países vecinos se dieron fuertes devaluaciones, Bolivia es de los pocos países en Sudamérica que mantiene las cuentas en orden, lo que permite planificación a largo a plazo.

Además, hubo varios negocios fructíferos de inversiones que provienen de España. La constructora española Ceinsa-Incoydesa hizo un excelente trabajo en la vía Palos Blancos-Entre Ríos. "El inconveniente es el estado de la política que afecta las decisiones de inversión, pero si se les brinda garantías se pueden generar excelentes negocios", señala el economista Luis Fernando García.

Entre los contras hay que ver la logística, es difícil exportar a España o de ahí al mercado europeo, otro gran problema es el creciente costo laboral, que aunque menor que en otros países, va muy rápido a la convergencia de costos laborales con otras regiones sin ofrecer los beneficios de ellas como infraestructura, capital humano y conectividad. Finalmente, la sobre-regulación que afecta a todas las empresas instaladas en Bolivia en el día a día. La normativa no ha cambiado, pero sí la forma de aplicación de ella que se ha vuelto muy restrictiva y hasta 'policial', factores que son negativos, considera Espinoza.

La incertidumbre y la poca seguridad jurídica siguen como tareas pendientes. El investigador económico Julio Linares señala que los antecedentes muestran que la Inversión Extranjera Directa en Bolivia (IED) es de las más bajas del continente. Por eso, las empresas extranjeras sólo invierten en minería e hidrocarburos, siendo

además socias del Estado. Luego son muy cuidadosos en otro tipo de inversiones y apuestan a duopolios como el de la comunicación móvil.

Hay todavía una gran capacidad productiva para explotar en Bolivia, existe potencial en alimentos, industria forestal y otros. España en su tiempo fue la segunda mayor inversión extranjera directa en Bolivia, según recuerda José Alberti.

Entre los sectores que están captando más inversiones en Bolivia destacan la producción de alimentos, la tecnología financiera o las denominadas *fintech*, la construcción, el mercado de valores, servicios de salud, consultorías y la gastronomía.

Sin embargo, 2019 es un año de incertidumbre para los bolivianos. No se trata únicamente de las incertezas propias de un año electoral, naturalmente signado por las tensiones e indefiniciones que conlleva la contienda política y que a menudo conducen a comportamientos cautelosos, sobre todo de los agentes económicos. La situación de este año tiene otras peculiaridades, que tienen que ver más con la evolución del proceso político.

Según el criterio de Fundación Milenio, la economía boliviana se ha debilitado y desacelerado. Se crece menos y el costo fiscal es cada vez mayor; los rendimientos del gasto y la inversión pública son decrecientes. Los indicadores reflejan desequilibrios y advierten de riesgos potenciales para la estabilidad macroeconómica. También los indicadores sociales se han deteriorado: la caída de pobreza y desigualdad se ha detenido y hasta es posible que ciertos estratos vulnerables estén recalando por debajo del umbral de pobreza. Las sensaciones de seguridad y optimismo están mutando a un mayor escepticismo acerca del rumbo del país.

Se deben vislumbrar los riesgos externos e internos para la economía boliviana. Entre aquellos, resaltan la volatilidad de los precios de las materias primas y con tendencia a la baja, en un contexto de desaceleración de la economía mundial, además fortalecimiento del dólar, el aumento de las tasas de interés, la recesión en Argentina, el bajo crecimiento en Brasil y las devaluaciones en los mercados vecinos.

Velasco afirma que hoy, por la situación política, algunas empresas podrían esperar definiciones del nuevo gobierno (sea del MAS u otro partido político) principalmente sobre seguridad jurídica. Un tema que ha alejado a la inversión extranjera de Bolivia.



## Cándida Acosta

Editora de Economía de Listín Diario (República Dominicana)

# República Dominicana, cada vez más atractiva al capital foráneo

“República Dominicana lo tiene todo”, así promociona el Ministerio de Turismo a este país caribeño que ha mostrado el mayor crecimiento económico de la región de América Latina y el Caribe. Son muchos los inversionistas que han colocado sus capitales en distintos renglones de la economía que, por demás, tiene acuerdos de libre con Estados Unidos y Centroamérica a través del DR-Cafta; con 27 naciones Europeas vía el Acuerdo de Comercio y Desarrollo (EPA, en inglés) firmado con la Unión Europea, como también con otros 17 de la Comunidad del Caribe (Caricom); y un Alcance Parcial con Panamá.

Los acuerdos comerciales facilitan la inversión en República Dominicana. En 2018 la Inversión Extranjera Directa (IED) superó los US\$2,500 millones, “en línea con el promedio de los últimos ocho años”, según datos oficiales preliminares.

Durante los últimos ocho años, la IED en República Dominicana promedia los US\$2,481.8 millones, tomando en cuenta que en 2010 fue en millones de US\$2,023.7, en 2011 de US\$2,276.7, en 2012 de US\$3,142.4 millones, en 2013 de US\$1,990.5, en 2014 de US\$2,208.5 millones, en 2015 de US\$2,204.9, en 2016 de US\$2,406.7 y en 2017 de US\$3,570 y en 2018 de US\$2,513 millones, según informes del Banco Central, que dan cuenta del interés del capital extranjero en prácticamente todos los sectores de bienes y servicios.

A todo esto se suma el compromiso de mejoras que realizan en el país de manera conjunta los sectores público y privado en el Consejo Nacional de Competitividad, una entidad estatal presidida por el presidente de la República y comisionada por los principales dirigentes empresariales y dueños de negocios y que

proyectan un crecimiento importante este año a pesar de la incertidumbre y la volatilidad pronosticada por organismos internacionales para el mercado mundial y especialmente para Estados Unidos, que es el principal socio comercial de República Dominicana. El país ha estado haciendo “diplomacia comercial” en las embajadas y países con los que nunca antes había establecido relaciones como se observa en las negociaciones con la República Popular de China, con visitas a los Emiratos Árabes Unidos, del Canciller Miguel Vargas Maldonado, a Dubái, Qatar y otras naciones ricas.

Desde los años 90s, la inversión española ha sido puntera. Pero a partir de los años 2000 Estados Unidos comenzó a crecer y a ocupar el primer lugar de las inversiones, especialmente en la manufactura, que según especialistas del sector industrial se atribuye a las ventajas contempladas en el acuerdo de libre comercio DR-Cafta. Este crecimiento también tiene mucho que ver con la estabilidad de la macroeconomía, la estabilidad social y la estabilidad política que de manera sostenida exhibe el país, a pesar de las ineficiencias del sector eléctrico y debilidades estructurales que limitan a los productores locales una plena apertura con mayores exportaciones, no así a las multinacionales que han hecho asociatividad o tienen una ganada experiencia en otros mercados internacionales en los sectores de la telecomunicación, el turismo, las zonas francas y el comercio.

Las firmas reconocidas de riesgo país también dan un visto favorecedor a la inversión extranjera en este país. Moody's Investor, Estándard and Poor's (S&P); Ficht Rating, y Global Ratings, muestran la calificación (-BB), y de Ba3, estable en los ranking de riesgo país y

grado de no inversión, según el informe de la Secretaría Ejecutiva del Consejo Monetario Centroamericano, que mantuvo en el segundo trimestre de 2018 la calificación que había otorgado en el primer trimestre del mismo año. La calificación de estas agencias se mantiene estable de forma sostenida desde 2004.

Como se observa, República Dominicana sigue siendo un destino atractivo, no solo por su ubicación geográfica, muy cerca de la costa de La Florida, EE.UU., sino además por las leyes de incentivos que ofrece al sector turístico, al inmobiliario, energía renovable, zonas francas, al desarrollo fronterizo, y facilidades a las operaciones con tecnologías. Tiene una población de 10.7 millones de habitantes y entre sus desafíos se señala la necesidad de reducir los costos de operación en algunos renglones de la industria local, hacer más eficiente el sector eléctrico, agilizar los permisos ambientales, entre otros detalles que no han empañado el crecimiento del flujo de inversiones y han contribuido a mantener el crecimiento sostenido de su producto interno bruto (PIB por encima del potencial de la economía. En 2018 el crecimiento del PIB pasó de 7.1%).

En el Caribe, República Dominicana lidera el flujo de IED, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) (manufactura, servicios de exportación, turismo, electricidad y minería) y las proyecciones de economistas locales es de mejoría, tomando en cuenta los resultados positivos arrojados por el informe del Índice Global de Competitividad 4.0, en 1.8, al pasar de una puntuación de 55.59 en 2017 a 57.40 en 2018, quedando por encima de Ecuador, Guatemala, Nicaragua y Honduras.

El clima de negocios se torna favorable. Se registran aumentos en los préstamos al sector privado y según el Índice de Competitividad Marítima, calculado por la Conferencia de las Naciones Unidas (UNCTAD) en su evaluación a 176 países, ubica a República Dominicana en el puesto 6 de 10 países a escala regional (Panamá, Colombia, México, Argentina, Uruguay y Bahamas).

En el informe “Haciendo Negocios”, del Banco Mundial de 2019, con datos a mayo 2018, el país obtuvo la calificación 102 de 190 países y una puntuación de 61.12 de 100, ligeramente por encima del promedio regional de 59.97.

Actualmente, los reportes de prensa local e internacional son solo una muestra de las nuevas inversiones sólo en el sector hotelero, que pasa de las 80,000 habitaciones.



**IBERIA** 

*Cada día es el primer día*

## Más vuelos para disfrutar de los ritmos de Latinoamérica

Viaja a una gran variedad de destinos y además  
ahora te ofrecemos más vuelos a Montevideo,  
Quito, Lima y Río de Janeiro.

**¡Déjate llevar!**

