

4.4. Negocios en América Latina

La singularidad de la expansión de los negocios españoles en América Latina

Aunque España ha invertido históricamente en América Latina, durante los años noventa se produjeron dos circunstancias especiales que dieron lugar al protagonismo que hoy en día cuentan las empresas españolas en la región.

En primer lugar, la liberalización empuja a las empresas españolas a ganar tamaño para no ser absorbidas por un mundo que se globalizaba. En un momento de crisis en la región, las empresas de nuestro país perciben el nivel de riesgo de forma diferente y toman la decisión de invertir en la zona.

Por otro lado, los gobiernos de la región acometieron numerosos procesos de privatización de servicios públicos en el campo de la energía, las comunicaciones e incluso los servicios financieros.

“A partir de principios de la década de los noventa se produjo una expansión en el extranjero, tras una oleada de fusiones, reestructuraciones y privatizaciones que mejoraron la masa crítica de Repsol, Endesa y los grandes bancos, BBVA y Santander, entre otros. Sus adquisiciones en el exterior han convertido a estas empresas, y a algunas otras, en actores internacionales importantes. Nueve empresas españolas figuran en el ranking Fortune Global 500 de las mayores empresas del mundo elaborado en base a los ingresos de 2006 (10 años antes no figuraba ninguna), una menos que Italia pero aún muchas menos que las 38 de Francia y las 37 de Alemania.”

William Chislett⁸⁹

Ambas circunstancias llevaron a las empresas a fuertes inversiones en la región, que les aportó valor, influencia y visibilidad en los mercados internacionales.

Evolución de la inversión y presencia de empresas españolas en la región

Según el Real Instituto Elcano, a finales de 2006 el stock de inversión directa de las empresas españolas en América Latina era, según la estimación de la banda superior, de 84.832 millo-

nes de euros y según la banda inferior de 60.000 millones de euros.

Gran parte de esta inversión, cerca del 84% del stock de la inversión extranjera directa española en América Latina a finales de 2006, se concentraba en telecomunicaciones, intermediación financiera, petróleo y derivados y electricidad, gas y agua, sectores básicos que forman parte de la calidad de vida de las sociedades de la región.

De 1993 a 2000, América Latina fue el destino del 61% de la inversión neta total durante ese periodo, que se situó en una media de 13.100 millones de euros al año sin incluir las Entidades de Propósito Especial, frente al 22,5% destinado a la UE-15 y el 9% destinado a EEUU y Canadá.

Estos mismos datos avalan que solo los Estados Unidos, que presenta una economía doce veces superior a la de España y que tiene en América Latina su “patio trasero”, invirtió más en esa región. Durante la segunda fase de inversiones, de 2001 a 2006, en que la inversión neta total alcanzó una media de 26.800 millones de euros al año, el porcentaje representado por América Latina fue del 16%, el de la UE-15 del 67% y el de EE UU y Canadá del 6,4%.

El 61% de las 414 empresas están presentes en América Latina a través de una única sociedad, mientras que 12 empresas o grupos de empresas (el 3% del total) cuentan con más de 50 participadas en la zona.

Las dos terceras partes de estas compañías españolas se encuentran presentes en un solo país, en tanto que algo más del 20% lo están en dos o en tres países latinoamericanos. Dos terceras partes de las sociedades participadas están radicadas en México, Chile, Argentina, y Brasil.

Una región atractiva para la inversión internacional

Cerca de las tres cuartas partes de las participadas pertenecen a compañías españolas con más de 1.000 millones de euros de facturación, cifra que se sitúa por encima de los 15.000 millones de euros en el 25% de los casos.

⁸⁹ Autor de tres libros para el Real Instituto Elcano y ex corresponsal de *The Times* en Madrid (1975 a 1978) y del *Financial Times* en México (1978 a 1984)

Incidentes durante la Cumbre Iberoamericana

La XVII Cumbre Iberoamericana, celebrada en Santiago de Chile, entre los días 8 y 10 de noviembre de 2007, acaparó los titulares de los medios de comunicación como consecuencia del incidente protagonizado por el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, y el Rey de España. Sin lugar a dudas, ese incidente va a pesar en la futura dinámica de las Cumbres, por cuanto que los motivos que lo han provocado suponen la defensa de una estrategia de desarrollo populista y nacionalista en los recursos naturales.

Celestino del Arenal, Catedrático de Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense de Madrid. Noviembre de 2007.

El presidente de la CEOE atribuyó las acusaciones de Chávez a que éste se sintió "señalado" por el llamamiento de los empresarios iberoamericanos a los gobernantes de algunos países a que establezcan reglas de juego claras y garanticen la seguridad jurídica que necesitan las inversiones. La Declaración aprobada por los presidentes de organizaciones empresariales de América Latina expresaba "su profunda preocupación por el aumento de la inseguridad política y jurídica, así como los ataques a la iniciativa privada en algunos países".

Pese a que fueron las arremetidas de Chávez y Néstor Kirchner contra los empresarios las que levantaron la polvareda en la Cumbre Iberoamericana, fueron casi peores, según Díaz, las del presidente ecuatoriano, Rafael Correa, pronunciadas el jueves. Correa se refirió a los patronos como "carroñeros" y les acusó de estar robando a los ciudadanos, según el relato del presidente de la CEOE.

Diario *El País*, 11 de noviembre de 2007.

Fuente: Fundación Carolina y el Diario *El País*.com

Madrid es la principal comunidad autónoma de origen de las empresas españolas con presencia en América Latina, al concentrar el 37% del total, frente al 25% de Cataluña. Estas dos regiones, junto con el País Vasco y la Co-

munidad Valenciana, suman más del 80% del total de compañías con filiales o participadas en América Latina.

Cuestionamientos sobre la presencia de las empresas españolas

En un principio, cuando comenzaron las inversiones españolas, éstas eran bien recibidas, como oposición al modelo anglosajón clásicamente visto como prepotente. Posteriormente, y con ocasión de los enfrentamientos con los nuevos gobiernos durante la renegociación de los contratos, la imagen de las compañías españolas ha sufrido un cierto deterioro. En la actualidad, se podría decir que hay sectores políticos y sociales en América Latina que se cuestionan el papel de las empresas españolas en la región.

Por un lado, las críticas se refieren a los procesos de privatización que llevaron a las empresas españolas a Latinoamérica. Las circunstancias políticas y económicas de la región en aquel momento dan pie a la acusación de falta de legitimidad de aquellos gobiernos, ausencia de transparencia en las licitaciones, o que los procesos se realizaron en sectores exentos de competencia real.

Las privatizaciones hacen que servicios básicos pasen de manos públicas a empresas extranjeras cuyas tarifas y calidad en el servicio se ponen en cuestión⁹⁰. Todo ello a pesar de que el servicio se ha extendido. Se trata de sectores estratégicos, cuya privatización provoca un cierto sentimiento de pérdida nacional.

Además, la escalada del precio de las materias primas ayuda a que gobiernos de corte nacionalista⁹¹ cuestionen ya no la acción en sí de las compañías españolas, sino el papel del sector privado en la economía. Más aún en el caso de empresas extranjeras y de gran tamaño.

Experiencias anteriores

Esta situación y la historia de la región potencian lo que Hirschman⁹² denomina los "obstáculos cognitivos al desarrollo". En los países latino-

⁹⁰ No parece que haya críticas en los servicios, aunque sí en los que se quejan de la atención al cliente

⁹¹ Susanne Gratius (2007) La "tercera ola populista" de América Latina. "Pese a sus connotaciones negativas, el populismo latinoamericano no es un sinónimo de autoritarismo, sino que se sitúa en la 'zona gris' entre democracia y autoritarismo y utiliza ambos conceptos para mantenerse en el poder. De este modo, entra en la amplia categoría de hybrid regimes, pero con una serie de características específicas que le distinguen de regímenes híbridos no populistas: 1) la ausencia de una ideología y/o de un programa político, 2) la relación directa entre líder y pueblo a través de una estructura vertical de poder; 3) la llegada al poder de outsiders con un discurso antioligárquico, 4) altos niveles de apoyo popular y la inclusión de los marginados, 5) el debilitamiento de las instituciones democráticas y, particularmente, de los checks and balances"

⁹² Hirschman, A.O. (1971): *A Bias for Hope*, Yale University Press, New Haven. Hirschman, A.O. (1981): *Essays in Trespassing. Economics to Politics and Beyond*, Cambridge University Press, Cambridge. Noya, J. (2003): *La imagen de España en América Latina. Resultados del Latinobarómetro 2003*, RIE, Madrid

americanos se infravaloran los efectos positivos de las inversiones por las dificultades de las sociedades en desarrollo para percibir los cambios en marcha que pueden llevar a una situación mejor⁹³. Es lo que Hirschman en otro momento califica también de complejo de fracaso o “fracasomanía”. Se produce un círculo vicioso en el que el desarrollo es bloqueado por esas actitudes fatalistas que se convierten en profecías que se autocumplen.

El círculo vicioso es producto de otra disonancia inicial, la existente entre la autoimagen de los países latinoamericanos y las percepciones de la inversión española. No se acaba de asimilar la información sobre los efectos positivos de las inversiones porque no resulta congruente con la propia experiencia y la percepción de uno mismo.

La responsabilidad corporativa como palanca promotora de confianza

“La confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de la acción de un otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no-control del otro y del tiempo”.

Laurence Cornu, La confianza en las relaciones pedagógicas

Una de las principales fuentes de valor para las empresas es la confianza. Su importancia es aún más crítica en situaciones donde puede llegar a cuestionarse la legitimidad. Para definir los atributos de base en la construcción de confianza en las relaciones empresariales, podemos apoyarnos en la del último barómetro global de confianza de Edelman, presentado en enero de 2008, donde se señalaba que tras la calidad y el valor de los servicios, la identificación de factores basados en atributos relacionados con la reputación y las responsabilidades corporativas eran críticos para generar el activo.

Cuando estos atributos se proyectan a nivel local podemos encontrar factores centrales de las políticas de responsabilidad corporativa como son la creación y satisfacción de puestos de trabajo locales, un buen comportamiento social y ambiental y el respeto a la identidad y costumbres locales.

“Es preciso recuperar el prestigio y afecto social de la ciudadanía latinoamericana. Superar la desconfianza, el hastío social y

convertirse en empresas propias y queridas, comprometidas y responsables con la sociedad latinoamericana. De la misma manera que las empresas noruegas han acreditado una imagen internacional de defensa y respeto a los derechos humanos en todo el mundo. De la misma manera que las empresas suecas han acreditado una imagen de empresas ecológicas en todo el mundo, las empresas españolas en Latinoamérica deben construir una imagen de responsabilidad social con los pueblos de Latinoamérica”.

América Latina: de pozo de pérdidas a inversión rentable. Warthon Universia. Diciembre 2006.

Herramienta de escucha

El concepto de responsabilidad social corporativa puede aportar mucho para el restablecimiento de una situación más favorable para las compañías españolas en América Latina. Uno de los valores principales se encuentra en la creación de capacidades para escuchar a públicos en mercados con circunstancias muy diversas a las de sus sedes centrales.

En la medida que la escucha es capaz de ofrecer información para la definición de respuestas más adecuadas a los entornos locales, éstas tendrán más éxito y crearán nuevas capacidades para generar capacidades competitivas. Escuchar a los públicos y actuar de acuerdo con la realidad local forma parte de lo que se entiende por una gestión avanzada.

“Compartir la misma lengua no se traduce en que el mercado latinoamericano sea una extensión del mercado español. Las compañías deberían evitar los errores de las compañías de los años noventa. Ahora ya no somos los españoles los que vamos a imponer nuestro método de trabajo. Debemos aprender a trabajar desde allí”.

Juan Carlos Martínez-Lázaro, profesor del Instituto de Empresa.

Como palancas se han identificado las siguientes:

■ Impulso a la calidad y el alcance de la prestación de los servicios

La principal responsabilidad de las empresas con las sociedades a las que atienden es la prestación de servicios que satisfacen necesidades. Aunque la situación económica de la zona ha mejorado, la percepción sobre la prestación de servicios y su control se ha deteriorado de forma considerable.

93 Alloza, A. y Noya, J. Proyecto ENEAS

Cuadro de aspectos⁹⁴

Atributos de la percepción del proceso de privatizaciones

Positivo	Negativo
Capitales nuevos Tecnología y modelos de gestión Mejoras en calidad y servicio de productos y servicios existentes	Pérdida de puestos de trabajo Pérdida de soberanía Aparición de monopolios Corrupción política

Atributos de la percepción del proceso de compra de empresas

Positivo	Negativo
Capitales nuevos Tecnología y modelos de gestión Mejoras en calidad y servicio de productos y servicios existentes Reducciones menos acusadas de plantillas/puestos de trabajo	Erosión del orgullo nacional Competencia para empresas locales

“La gran asignatura pendiente es la reconstrucción de la imagen de la marca española, que pasa por construir percepciones de mayor calidad, confianza, innovación y buen valor, sin perder los valores idiosincrásicos”.

Ramón Casilda⁹⁵

■ Desarrollo de políticas y estándares de comportamiento globales
Las compañías españolas han aprendido a desarrollar sistemas de gestión estandarizados en procedimientos de actuación desde hace relativamente poco tiempo.

Los primeros sistemas de gestión se ajustaban a las legislaciones locales de los emplazamientos en los que se implantaban. Sin embargo, a partir de 2000 las revisiones de los sistemas de gestión certificados por terceros elevaron su nivel de exigencia para extender protocolos de acción uniforme en toda la compañía.

Aunque el avance es notable, existen asimetrías entre los niveles de implantación de sistemas de gestión de calidad y medio ambiente entre España y Latinoamérica.

Las compañías han comenzado el desarrollo de políticas que permiten la homogeneiza-

Opinión en Argentina sobre los servicios privatizados

Según el informe 2008 sobre la Responsabilidad Social de la empresa española en Latinoamérica, en el caso del sector eléctrico, más de la mitad de los encuestados en Argentina opinan que debe consolidarse la línea para el sector eléctrico y casi dos tercios opinan de igual manera para el sector del gas natural. Respecto al sector petrolero, un 45% opta por hacer cambios profundos.

El informe resalta que de los resultados se puede desprender que “existen partidarios de una renacionalización de los servicios y a veces se interpretan las encuestas como favorables hacia una vuelta atrás en ese campo. Sin embargo, debe interpretarse la opinión como una necesidad de otorgarle al Estado un rol más activo en el control de los mismos y no, al menos en los subsectores de la energía eléctrica y el gas natural, en la propiedad y la gestión”.

⁹⁴ Alloza, A y Noya, J. (2004), Capital disonante: la imagen de las inversiones españolas en América Latina. Real Instituto de Estudios Elcano

⁹⁵ Casilda Bejar, Ramón (2002), La década dorada, Universidad de Alcalá

ción de procedimientos de actuación local en su operativa fuera de España.

■ **Relación y diálogo con la sociedad civil local**
El conocimiento de la realidad local a través del diálogo con la sociedad civil es también clave. Los riesgos de contestación social han llevado en muchos casos a considerar que la posición más favorable es la de “perfil bajo”, limitando el diálogo al terreno de la regulación, clientes y consumidores y programas de filantropía.

Las empresas españolas han adoptado como propio el término “glocal” para referirse a una compañía con estándares globales que trata de adaptarse a la realidad local.

El desarrollo de capacidades de diálogo y relación con la sociedad civil se ha mostrado crítico. El proyecto ENEAS⁹⁶ del Real Instituto de Estudios Elcano analiza los comportamientos relacionales que promueven capacidades en este sentido. En este trabajo se apunta como deseable que las empresas españolas realicen esfuerzos, entre otros, en las siguientes direcciones:

- Conocer la cultura, las costumbres y la realidad del país.
- Mayor comunicación y transparencia de lo invertido, en qué condiciones, traducido en obras realizadas y empleos generados.
- Mayor aprovechamiento de los códigos culturales para una comunicación más cercana y franca.
- Aporte de know-how.
- Mayor participación en organizaciones empresariales locales.
- Actividades filantrópicas.
- Dar al empleado local el mismo tratamiento que al español.
- Incorporar personal local a puestos de responsabilidad.
- Generar empleo y mejor remunerado.
- Establecer una imagen y relación de proximidad.
- Realizar inversiones productivas que generen fuentes de trabajo.
- Promover la investigación y el desarrollo.

La apertura y el diálogo tienen especial y diferente relevancia según las zonas. Según Alloza y Noya⁹⁷ “habría varias dimensiones en las que podemos diferenciar a los seis países motivo de estudio. En primer lugar, la receptividad hacia la inversión española opera desigualmente en los planos emocional y racional”.

Caso telefónica. Seguimiento de la experiencia cliente

Telefónica trata de situar al cliente en el centro de la organización, y para medir el resultado de estas políticas desarrolla estudios que permiten conocer cuáles son las instancias claves que marcan la experiencia de los clientes de la compañía. Entre ellos, cabría mencionar los siguientes:

- Estrategias de comercialización
- Tarifas
- Productos y servicios
- Publicidad
- Canales de venta
- Provisión del servicio
- Funcionamiento
- Facturación
- Atención al cliente
- Servicio técnico

Para Telefónica, la satisfacción general del cliente es fruto de la suma de experiencias en las diferentes instancias. Por lo tanto, para garantizarla es imprescindible que todas las áreas involucradas en la relación de la compañía con el cliente estén perfectamente coordinadas y alineadas.

Hay que tener en cuenta que los aspectos emocionales son más relevantes en países como Argentina que en otros como Brasil. Además, el peso de la contribución sectorial a la imagen de la inversión es muy desigual. La percepción de españolidad es mayor en sectores como la telefonía o la banca que en otros como la construcción o las eléctricas.

	ISO 9000	ISO 14001
España	57.552(4)	11.125(3)
Argentina	7.934	862
Chile	2.565	375
Colombia	6.271	296
Perú	576	83
México	4.636	409

⁹⁶ Conclusiones del Proyecto Eneas del Real Instituto de Estudios Elcano. Investigación realizada por Inner, Strategic Market Research. El Proyecto Eneas estuvo financiado por el BBVA, BSCH, Dragados, Endesa, Grupo Ferrivial, Iberdrola, Repsol YPF y Telefónica. Área: América Latina / Imagen de España – DT N° 6/2004

⁹⁷ Conclusiones del Proyecto Eneas del Real Instituto de Estudios Elcano.

La opinión de los españoles con respecto al desempeño de las empresas españolas en América Latina

La Fundación Carolina y su centro de estudios realizaron un estudio en 2006 entre la población española sobre la percepción de la acción de las empresas españolas en la región. Según este estudio, la empresa española con mayor notoriedad por sus actividades en la región es Repsol YPF (38%) seguida de Telefónica (27%). Muy por debajo en respuesta espontánea se sitúan BBVA (8%), Santander (5%) y Endesa (4%).

La opinión pública española no es unánime en la opinión sobre el papel que desempeñan las compañías españolas en la región. Un 33% considera la nacionalización por parte de los gobiernos latinoamericanos de los servicios o recursos en poder ahora de empresas españolas como legítimos, frente a un 32% que piensa lo contrario. Solo el 17% opina que el gobierno debería intervenir siempre que los países amenacen los intereses de las empresas españolas frente a un 48% que opina que en ningún caso, o solo excepcionalmente, debería hacerlo.

Según el estudio, existe un cierto acuerdo en la opinión pública en torno a la idea de que las empresas españolas actúan en los países de América latina con estándares sociales y ambientales menores que cuando lo hacen en España. Así lo cree el 43% de los ciudadanos frente al 23% que sostiene que actúan en ambos casos con igual nivel de responsabilidad.

Fuente: América Latina y la cooperación al desarrollo en la opinión pública española. Fundación Carolina. Mayo 2007

La coyuntura energética de Chile choca con la iniciativa verde⁹⁸

La probable falta de abastecimiento eléctrico ha obligado a la economía chilena a convivir entre la incertidumbre y la urgente búsqueda de soluciones para salir de este escenario. El mercado local ha centrado sus esperanzas en los proyectos hidroeléctricos que la filial de Endesa en Chile iniciará en la Patagonia chilena y que contemplan un aporte del 15% a la oferta eléctrica. El problema es que los proyectos implican utilizar recursos hídricos que forman parte del patrimonio cultural y turístico del país. El impacto ambiental del proyecto ha propiciado un debate en torno a lo que es verdaderamente prioritario hoy: salir de la coyuntura o preservar el ecosistema.

En 1997 la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA) dio luz verde al proyecto de Ralco, "y a partir de ese año las acciones judiciales y violentas protestas por parte de los indígenas pehuenches se tornaron habituales. Finalmente en 2004, éstos cedieron y permutaron las últimas 50 hectáreas que impedían el llenado del embalse", detalla el profesor Aarón T. Napadensky, arquitecto de la Universidad del Bío-Bío y especialista en asentamientos humanos y territorio de la Cepal, en su estudio *Impactos territoriales del crecimiento económico; infraestructuras de generación eléctrica*.

Hoy Endesa Chile junto con la empresa eléctrica local Colbún S.A, preparan el levantamiento de cinco nuevas hidroeléctricas en la Patagonia chilena. Se trata de dos centrales en el río Pascua, otras dos en el río Baker y una quinta en el río Del Salto. Implicará una inversión estimada de 2.400 millones de dólares. Las compañías prevén la entrega del estudio de impacto ambiental a la CONAMA en el transcurso de este año, con el objetivo de que la infraestructura esté operativa en 2013.

El nuevo proyecto no contempla el desplazamiento de familias indígenas, pero la población del sector ha alzado la voz para alertar sobre sus negativas repercusiones ambientales.

■ Apoyo al fortalecimiento de las instituciones

El apoyo del sector privado al fortalecimiento de las instituciones es una pieza clave para los estados de América Latina. Entre las contribuciones más importantes se sitúa la lucha contra la corrupción. Se-

gún los cálculos del Banco Mundial, la corrupción se apropia de un 5% del PIB mundial.

En el estudio de la Fundación Ecología y Desarrollo y Fundación Carolina, *Negocios limpios, desarrollo global: el rol de las empresas en la lucha internacional contra la corrupción*. Avances

⁹⁸ <http://wharton.universia.net/index.cfm?fa=whatshot&language=Spanish>.

de las empresas del Ibex 35 2005-2007, se señala que el grado de avance de las empresas españolas en este terreno es todavía mejorable.

El estudio también se hace eco de las declaraciones con motivo de la XVII Cumbre Iberoamericana que tuvo lugar en Santiago de Chile en 2007. Los jefes de Estado participantes emitieron un comunicado donde calificaron de indispensable la cooperación entre países para fortalecer los esfuerzos nacionales, regionales e internacionales en la prevención y combate de la corrupción.

Según Transparencia Internacional, de los 21 países latinoamericanos incluidos en su análisis global de la corrupción, 17 se encuentran por debajo del nivel medio mundial. Es decir, cuatro de cada cinco países latinoamericanos son más corruptos que la media global.

El comunicado de la Cumbre indica la necesidad de unir esfuerzos para establecer un mecanismo de revisión y seguimiento eficiente, transparente, imparcial y no excluyente sobre la Convención de la ONU contra la Corrupción, que complemente los mecanismos regionales e internacionales existentes.

■ Especial atención a las poblaciones vulnerables

El continente vive una situación que hace necesaria la cooperación de todos los actores sociales para mitigar los efectos perversos de la falta de des-

Corrupción según las Naciones Unidas

- Soborno de funcionarios públicos nacionales.
- Soborno de funcionarios públicos extranjeros y de funcionarios de organizaciones internacionales públicas.
- Malversación o peculado, apropiación indebida u otras formas de desviación de bienes por un funcionario público.
- Tráfico de influencias.
- Abuso de funciones.
- Enriquecimiento ilícito.
- Soborno en el sector privado.
- Malversación de bienes en el sector privado.
- Blanqueo del producto de los delitos de corrupción.

arrollo y la inequidad. En cualquier caso, los países de América Latina y el Caribe han logrado notables adelantos hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Al parecer, al menos cinco de las metas de los ODM ya han sido alcanzadas y, respecto a las demás, el progreso ha sido suficientemente rápido como

Fundación de Microfinanzas⁹⁹ de BBVA

En febrero de 2007 se presentó la Fundación de Microfinanzas de BBVA. La nueva fundación, sin ánimo de lucro, contará inicialmente con 200 millones de euros para "promover el acceso al crédito" de la población más desfavorecida y "para facilitar el desarrollo de actividades productivas a pequeña escala".

Francisco González aseguró que el proyecto de BBVA "es absolutamente diferencial en la banca mundial". Además, insistió en que con esta iniciativa "BBVA se convierte en el primer grupo bancario internacional que entra de lleno en las microfinanzas a través de una fundación". La iniciativa se suma a la inversión del grupo en acción social, a la que destinó 55 millones en 2006. La forma de actuar de la Fundación consistirá en tomar participaciones, generalmente mayoritarias, en entidades que trabajan en las microfinanzas.

El objetivo es "crear empresarios, ayudar a los más pobres a poner en marcha su propio negocio, algo muy necesario en una sociedad con tantas desigualdades económicas como la actual", en palabras del actual presidente de BBVA.

La Fundación operará inicialmente en Latinoamérica, donde hay más de 67 millones de personas que viven de las microfinanzas, pero solo el 6,4% de ellas tienen acceso a los servicios financieros.

BBVA ya ha tomado participaciones mayoritarias en Caja Nor y Caja Sur, de Perú, y en la Corporación Mundial de la Mujer de Bogotá y de Medellín, en Colombia.

99 Diario *Cinco Días*, 14 de febrero de 2007

Empresas tecnológicas: el caso de Indra

Con más de quince años en la zona y más de cuatro mil personas empleadas, Indra percibe que en el campo de la tecnología, el origen español de la compañía es una variable neutra. El impulso de los programas de RSC en Indra ha venido motivado por el compromiso de la empresa más allá de las consideraciones coyunturales.

Esta maduración de la visión de la responsabilidad corporativa se encuentra impulsada por el cambio de la estructura internacional de la compañía motivado por las recientes compras llevadas a cabo en los últimos años. Para la definición de la reorientación se han llevado a cabo estudios en México, Brasil, Argentina y Chile sobre sus estructuras de respuesta y los campos de desarrollo. Esta información está apoyando el diseño de una nueva estrategia de acción en el campo de la RSC que tiene como fin definir el rol que tiene que desempeñar la compañía en cada una de las regiones.

La principal aportación de valor de Indra estaba basada en la promoción de la innovación en los públicos a los que atiende. Beatriz Sánchez, directora de RSC en Indra destaca: "La innovación es una palanca pero las necesidades de la región son más básicas y han servido para diseñar nuevas acciones en las que los empleados de la compañía tienen un papel protagonista".

Entre las áreas de riesgo identificadas se encuentra la exposición en temas de corrupción y soborno. Especialmente donde los resultados se van a poder observar en 2008 con el desarrollo de un nuevo código de conducta para la organización a nivel global.

para que el cumplimiento de los objetivos en 2015 sea factible. Sin embargo, los países de la región tienen graves problemas, principalmente en materia de lucha contra la pobreza.

La disminución de las tasas de pobreza en América Latina y el Caribe ha sido solamente marginal.

El 10% en 1990 se redujo hasta el 9% en 2004. Al mismo tiempo, la disparidad en el ingreso en la región sigue siendo la mayor entre todos los países en desarrollo.

Entre los colectivos más vulnerables se encuentran:

- En las ciudades, jóvenes desempleados e infancia en riesgo de exclusión.
- En las áreas rurales, las comunidades indígenas y las que se enfrentan al riesgo de desaparición de sus modos tradicionales de sustento.

■ Búsqueda de nuevas formas de cooperación

Una de las principales barreras al avance de la RSC en Latinoamérica es la asimilación de este término a la acción social. Sin embargo, los programas de colaboración en el desarrollo de la comunidad son una pieza clave para el enraizamiento de las empresas en la sociedad local latinoamericana. Diversos trabajos realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo

muestran la relevancia de buscar nuevas formas para desarrollar esta acción con el fin de poder aumentar su eficacia para la comunidad y para las empresas.

En estos últimos años se está produciendo un relanzamiento de la cooperación internacional, impulsada por la Declaración del Milenio y por los Objetivos de Desarrollo del Milenio, lo que se traduce en que los países donantes dedican más recursos a esta tarea. En concreto¹⁰⁰, el Gobierno español ha anunciado que destinará el 0,5% del Producto Interior Bruto en 2008, y el 0,7% en el 2012. En este contexto, es importante innovar las prácticas de cooperación para dar cabida a la solución de nuevos problemas, con nuevos actores e instrumentos.

La Declaración de París sobre la eficacia de la ayuda al desarrollo, suscrita en 2005, establece un nivel de compromisos a cumplir por parte de los países donantes y los países socios antes del año 2010. Estos compromisos o principios clave son: apropiación y liderazgo por parte de los gobiernos locales, alineación con las estrategias de éstos, armonización con los mensajes y políticas, gestión por resultados y corresponsabilidad.

Este nuevo marco invita a introducir las necesarias adaptaciones que el sistema debe afrontar, algunas de las cuales ya se están produciendo. También tiene consecuencias para las empresas tratando de buscar nueva intervención y visibilidad, ya que, de otro modo, su

100 Fundación Carolina, 2007

Impulso a las alianzas público-privadas¹⁰²

El Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008 propone el fomento de iniciativas piloto de asociación público-privada. Dentro de las distintas posibilidades de alianzas, se considera de interés el subgrupo caracterizado por: (1) estar constituidas por, al menos, una agencia de Ayuda Oficial al Desarrollo de un país donante, (2) una o más empresas privadas o parapúblicas, (3) participando en la alianza en actividades relacionadas con su núcleo de actividad, y (4) centradas en servicios básicos con componente tecnológico.

La revisión de los programas de promoción de APPD de los 16 primeros países donantes de Ayuda Oficial al Desarrollo permite establecer que (1) todos los países, salvo Italia, tienen dentro de su política de cooperación para el desarrollo líneas de promoción del sector privado, (2) la mayor parte de las agencias de cooperación de estos países están utilizando alguna modalidad de alianza con el sector privado, y (3) existe una creciente tendencia a potenciar las alianzas donde los compromisos de las partes son mayores y se comparten riesgos y beneficios.

Existen dificultades para la promoción de las APPD en España, como el insuficiente conocimiento mutuo entre las empresas y los otros actores de la cooperación o las distintas prioridades geográficas y sectoriales de las empresas.

Sin embargo, también hay oportunidades, como la existencia de un ambiente propicio, una red importante de oficinas de cooperación en los países en desarrollo, unas líneas presupuestarias de cooperación orientadas a las empresas o, por último, una importante experiencia acumulada a nivel internacional.

retorno en identificación e imagen disminuye considerablemente.

La empresa es cada día un actor más relevante en el sistema de cooperación internacional. Su tradicional participación como contratista en proyectos de desarrollo está evolucionando hacia la configuración de alianzas más estratégicas con las administraciones públicas y las agencias de cooperación para el desarrollo¹⁰¹.

101 Taller de alianzas público-privadas. Fundación Carolina

102 Mataix, Sánchez, Huertas y Lumbreras (2008). Alianzas de cooperación para el desarrollo y alianzas público-privadas: experiencias internacionales y recomendaciones para el caso español, Fundación Carolina 2008

La productividad de las empresas pequeñas y medianas de las cadenas de valor de las grandes empresas de América Latina

Paulina Beato

CATEDRÁTICA DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y ECONOMISTA DEL ESTADO Y TÉCNICA COMERCIAL,
FUE LA COORDINADORA DE LA INICIATIVA SEGIB

Federico Poli

DIRECTOR EN FUNCIONES DEL ÁREA ECONÓMICA DE LA SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA

La Secretaría General Iberoamericana ha desarrollado durante el año 2007 una iniciativa denominada “La responsabilidad social corporativa y la productividad de las cadenas de valor”. Dentro de esta iniciativa se celebraron seis mesas de diálogo en seis países de América Latina¹ con la participación de las autoridades económicas de los respectivos países, una docena de grandes empresas, de las cuales el 50% fueron empresas de capital español, una muestra de pequeñas y medianas empresas de las cadenas de valor de las grandes empresas, y líderes académicos y sindicales. Así pues, cabe destacar la participación de los siguientes grupos de capital de origen español: ACS, Aguas de Barcelona, Endesa, FCC, Iberdrola, Grupo Prisa, Repsol y Telefónica.

Los problemas

La gran proporción de empresas no incorporadas a los procesos formales. Éste fue el problema más destacado por la mayor parte de los presentes en todas las mesas de diálogo. Algunas pequeñas empresas no conocen los procesos de formalización, ni los beneficios que proporcionan. En otros casos, las empresas no se incorporan a los circuitos formales porque los costes de tal incorporación son mayores que los beneficios.

La formación de los equipos directivos. Una característica típica de la pequeña y mediana empresa es la escasa especialización de sus directivos, debido a

que se ven obligados a realizar funciones administrativas, financieras, comerciales y técnicas. La cuestión relevante es la búsqueda de fórmulas para que la pequeña y mediana empresa tengan acceso a los conocimientos y técnicas especializadas sin perder su carácter de pequeña.

La ausencia de sistemas de calidad y de certificación de productos y servicios. Muchas de las empresas de tamaño mediano carecen de sistemas integrales de calidad y no disponen de certificados de la calidad. Ello provoca que la gran empresa no puede alcanzar determinadas certificaciones de calidad a causa de la ausencia de estos sistemas en algunos eslabones de la cadena de valor. Además, la ausencia de sistemas de calidad genera retrasos imprevistos en los plazos de entrega de los productos y servicios y deteriora la imagen de gran empresa.

Los obstáculos para la financiación. La escasa capacidad financiera de las pequeñas y medianas empresas fue uno de los temas más discutidos en Argentina, Colombia, Perú y Chile. Con respecto al tema de capital de trabajo, las pequeñas empresas insistieron en que la práctica de pago aplazado a más de 120 días de algunas grandes empresas, además de generar ahogos financieros a las pequeñas y medianas empresas, acaba encareciendo el producto final. Un obstáculo para obtener financiación a largo plazo se deriva de la dificultad de preparar y ve-

¹ Los países en los que se han celebrado mesas de diálogo son: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú

rificar la información que demandan las instituciones financieras para otorgar esta financiación.

La escasa utilización de las tecnologías de la información.

Otro de los factores señalados como responsables de la baja productividad de las pequeñas y medianas empresas es la falta de acceso y el conocimiento de las tecnologías de la información. Por ejemplo, en Chile, en la mayor parte de las pequeñas empresas disponen de un ordenador por cada cinco trabajadores, mientras que en las empresas medianas esta proporción se eleva a un ordenador por cada 2,8 trabajadores.

La limitada capacitación técnica de los algunos colectivos.

Las empresas eléctricas, de sistemas de telecomunicaciones y de sistemas de información mostraron preocupación por la escasez de trabajadores con formación técnica suficiente para mantener, conservar y reparar con rapidez, seguridad y eficiencia las instalaciones. Este problema fue resaltado como especialmente grave en las zonas rurales de Colombia y Perú, y también, aunque con menor intensidad, en Chile.

Las lecciones y recomendaciones

Primera. La mayor parte de las empresas participantes en la mesa de diálogo desarrollan o desarrollaron acciones para mejorar la productividad y fortalecer sus cadenas de valor. Tales iniciativas sólo en unos pocos

casos se han instrumentado a través de programas con plazos, objetivos, presupuestos, criterios de acceso e indicadores bien definidos.

Segunda. Los programas son necesarios para aumentar la competitividad y productividad de la propia empresa líder, pues el rezago en productividad de algún eslabón incide en toda ella, especialmente en la empresa líder.

Tercera. Los programas liderados por empresas vendedoras de servicios eléctricos, financieros y de telefonía son eficaces para que los clientes de estas empresas aumenten la capacitación de sus gestores, incorporen tecnologías de ahorro energético y dispongan de acceso a tecnologías de la información.

Cuarta. En ciertos problemas, como la no incorporación de las empresas a circuitos formales o la escasa aplicación de normas internacionales de calidad, el apoyo de las políticas públicas y los programas conjuntos entre varias empresas son recomendables.

Quinta. El control y seguimiento de la alta dirección, los inversores y la comunidad es condición necesaria para el éxito de los programas. Además, estos programas necesitan una estructura interna de incentivos adecuada. La integración de los programas y los compromisos de responsabilidad social es, asimismo, recomendable.