



«No nos debería sorprender que veamos pronto irrumpir con fuerza en Europa y en España, en particular, algunas de estas multinacionales latinas»

La década de las multilatinas

Las riquezas de las naciones están experimentando una transformación inédita. Con el nuevo milenio, los mercados emergentes cobraron un protagonismo económico sin precedentes convirtiéndose en motor de crecimiento, mientras los países OCDE se desplomaban con la crisis abierta en el año 2008. Desde entonces, seguimos presenciando atónitos el auge de los emergentes, mientras las economías europeas quedan sumergidas en la crisis.

Este fenómeno se ha combinado con otro quizá todavía más impactante. A lo largo de la década anterior, las multinacionales de los mercados emergentes emprendieron también una carrera acelerada hacia otros mercados, muchos de ellos también emergentes, y cada vez más también hacia los mercados OCDE. Conforme las economías emergentes, encabezadas por China, India, y Brasil, se asomaban al escenario mundial, sus empresas se fueron internacionalizando buscando hacerse un hueco cada vez mayor en el ajedrez empresarial internacional.

El ascenso de las multilatinas, las multinacionales emergentes de América Latina, se enmarca en este fenómeno más global. Este auge no sólo se limita a Brasil, el integrante latino de los BRIC que ha dejado de ser una promesa de futuro para convertirse en potencia del presente, sino que se está ahora extendiendo a otras economías del continente como México o Argentina, pero también Colombia, Chile o Perú. Si bien la primera década del siglo XXI presenció la emergencia de unas multilatinas volcadas en invertir, sobre todo, en el continente americano, en la presente década, ya están explorando nuevas fronteras asiáticas, africanas o árabes y también europeas.

Este auge no se restringe sólo a los sectores de las materias primas o agroindustriales, como también se piensa frecuentemente. En los ámbitos tecnológicos, algunas multilatinas ya se están asomando como líderes a la imagen de las multilatinas Brighstar o América Móvil en los sectores de las telecomunicaciones; al-

gunas, como la argentina Mercadolibre, ya cotizan en el Nasdaq; otras, como la chilena Sonda, empiezan a expandirse por toda la región.

El auge de las multilatinas invita también a (re)pensar en profundidad las relaciones con Europa y España, muy particularmente como lo hemos argumentado en un libro dedicado al tema de las multinacionales latinas (véase *El auge de las multilatinas*, Madrid, Fundación Carolina y Siglo XXI, 2011). No nos debería sorprender, ante esta dinámica, que veamos pronto irrumpir con fuerza en Europa y en España, en particular, algunas de estas multinacionales latinas. Esto podría constituir una oportunidad para España, que podría transformarse en plataforma de entrada para Europa de las multilatinas (y las start ups latinas). Petrobras está buscando socios en Europa, los bancos brasileños tienen apetito por abrirse paso fuera del país y, desde Chile o México, muchas empresas necesitan o ambicionan diversificar mercados. Por ahora, están aterrizando con matrices en Lisboa, Londres o París. ¿Por qué no imaginar, sin embargo, que, al igual que la mexicana Cemex, la argentina Arcor o la brasileña Gerdau, en su día, no ubiquen estas matrices ahora en Madrid, Barcelona o Bilbao?

El auge de los emergentes y de las multilatinas, en particular, representa a la vez un desafío y una oportunidad. Las relaciones empresariales privilegiadas que España supo tejer en el pasado con América Latina constituyen, sin duda, una base sobre la cual capitalizar. Para ello será necesario (re)pensar las relaciones con el continente, abrirse a sus inversiones, como la propia América Latina hizo con España en el pasado. Al final, el mundo que estamos viendo surgir es un mundo más (re)equilibrado, las relaciones unilaterales de antaño (España invertía en América Latina) se han acabado dejando paso a relaciones más bidireccionales (España sigue invirtiendo en América Latina, pero las multilatinas también invierten e invertirán en Europa). Este nuevo mundo constituye, sin duda, una oportunidad ::

JAVIER SANTISO

es profesor de Economía de la ESADE Business School.
E-mail: javiersantiso@me.com