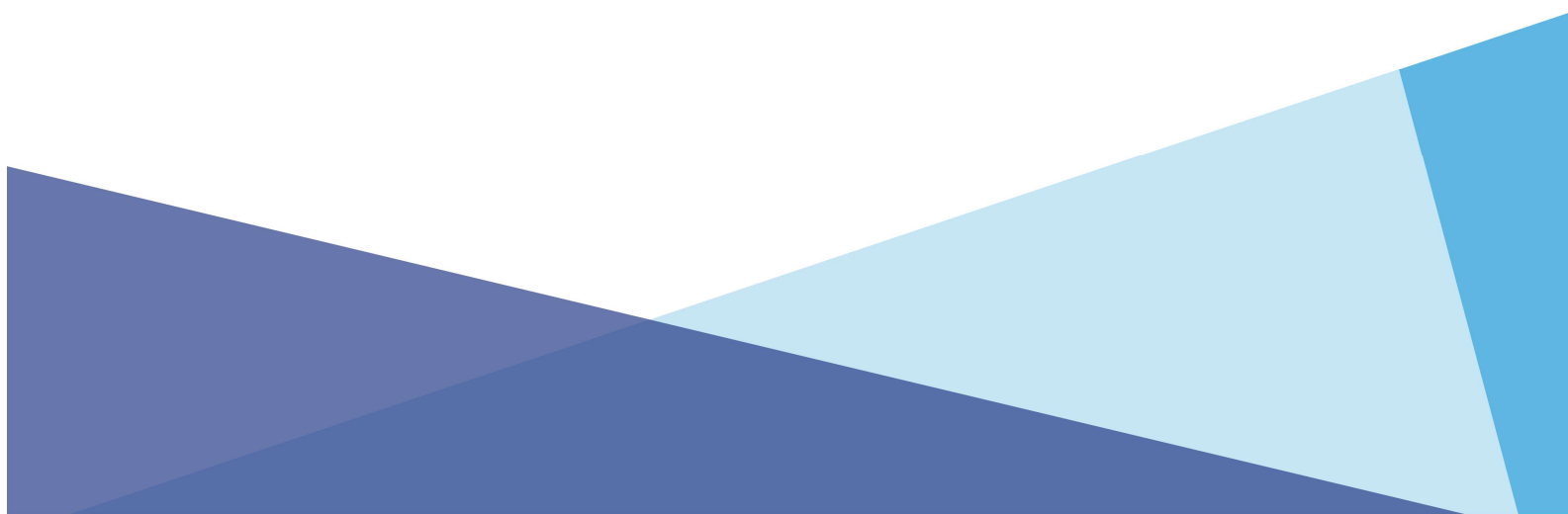


2022

XIV INFORME

**Panorama de Inversión
Española en Iberoamérica**



LLYC



**YO
AMÉRICA
LATINA**

**LA FIRMA DE
COMUNICACIÓN
LÍDER CON MÁS
DE 1.000
PROFESIONALES
EN 12 PAÍSES**

llorenteycuenca.com

ÍNDICE

INTRODUCCION de Igor Galo. Director técnico del Informe de Inversión española en Iberoamérica de IE Business School

INFORME EJECUTIVO de Juan Carlos Martínez Lázaro, Profesor de Economía de IE University

ANÁLISIS CUALITATIVO.
LA VISION DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLA

1. Presencia en Iberoamérica en 2021
2. Entorno económico
3. Previsiones de inversión 2022
4. Ventajas y riesgos para los inversores en Iberoamérica
5. Metrópolis iberoamericanas
6. Inversión española en Iberoamérica e innovación
7. Ficha técnica

ANÁLISIS CUALITATIVO.
AMÉRICA LATINA: VISIONES INSTITUCIONALES, EMPRESARIALES Y PERIODÍSTICAS



Editor IE BUSINESS SCHOOL
Departamento de Comunicación
Dirección editorial: Igor Galo. (Director asociado comunicación IE UNIVERSITY para América Latina)
C/ de María de Molina, 11-13. 28006 Madrid.
Tel. 915 68 96 00 / www.ie.edu



Igor Galo

Director técnico del Informe de Inversión española en Iberoamérica y director asociado de comunicación de IE University para Latinoamérica

Tras un 2019 en el que, a causa de la pandemia de la covid19, no fue posible desarrollar el Informe sobre el Panorama de Inversión Española en Iberoamérica, volvemos a presentar los resultados de esta encuesta realizada entre más de 100 CEO de empresas españolas presentes en la región.

Esta decimocuarta edición, resultado de una iniciativa conjunta entre Casa de América, LLYC e Iberia, actualiza los datos y el análisis tras dos años en los que el mundo, y también Iberoamérica, ha tenido que lidiar con eventos que han puesto a prueba la resiliencia de los ciudadanos, las sociedades, las empresas, la economía y los estados. La pandemia ha supuesto un verdadero test de stress en todos los ámbitos de nuestras vidas, desde el educativo hasta el político, sin olvidar el económico.

Desde la última ocasión en la que realizamos la encuesta, América Latina no solo ha superado una pandemia. También ha sido testigo de varios procesos electorales y cambios de gobierno, la mayor parte de los casos dentro de un exitoso marco democrático pero con gran polarización social. Igualmente está buscando un nuevo papel en un panorama geopolítico cada vez más complejo y reflexionando sobre un nuevo contrato social que permita cohesionar sus sociedades. La región afronta realidades que exigen cambios en muchos ámbitos, desde el avance hacia una sociedad con menos desigualdades que permita hacer despegar el potencial de Iberoamérica, hasta la creación de nuevos modelos que permitan un desarrollo sostenible e inclusivo.

Las empresas españolas son parte importante de estos procesos. Con alrededor de 150.000 millones de euros, España es el segundo mayor inversor en la región. El camino que comenzaron las grandes multinacionales a finales del siglo pasado, es recorrido cada vez con mayor frecuencia por medianas y pequeñas empresas, en un ramo de actividades cada vez más amplio. Desde la agricultura hasta la industria automotriz o aeronáutica, pasando por el

turismo, la ingeniería, la construcción o las nuevas tecnologías.

No quiero olvidarme tampoco de destacar el creciente número de emprendedores y start ups españolas que, apoyados en las redes de comunicación, ven Iberoamérica como una extensión del propio mercado interno y están creando, junto a sus pares latinoamericanos, un verdadero mercado digital global con base en la lengua española.

España concentra en la región un tercio de todas sus inversiones en el exterior. Según el boletín Flujos de Inversiones Españolas en el Exterior de 2020 publicado por la Secretaría de Estado de Comercio, México, Brasil, Chile, Colombia, Uruguay y Argentina fueron los principales destinos de inversión.

Los datos de inversión española en el exterior están documentados al detalle y accesibles en Internet gracias al excelente trabajo del Icx y otros organismos públicos. Por eso hemos querido, desde el comienzo de esta serie de reportes, ahondar en aspectos de otra índole para conocer los sentimientos y la visión de futuro que sobre Iberoamérica tienen las empresas españolas, así como tratar de descubrir si la región ofrece algo más que dividendos. Como, por ejemplo, capital innovador que luego puedan utilizar en todos sus mercados.

Los resultados, les adelanto, indican que las relaciones de mutuo beneficio entre las empresas españolas e Iberoamérica son extraordinariamente sólidas, y con toda probabilidad lo seguirán siendo.

Los datos concretos se detallan en las siguientes páginas de este informe y son analizados al detalle por el economista y profesor de IE University, además de director de este informe, Juan Carlos Martínez Lázaro.

Por último, solo nos queda agradecer un año más a todas las empresas que han participado, y que desde el arranque de este en 2008 son ya más de 300, así como a nuestros socios Casa de América, LLYC e Iberia, institución y empresas que llevan Iberoamérica en su ADN.

INFORME EJECUTIVO

2022: Panorama de Inversión Española en Iberoamérica



Juan Carlos Martínez Lázaro

Profesor de economía de IE University

Marzo de 2022

Tras el parón de 2021 por la pandemia, volvemos a publicar el Informe sobre Inversión española en Iberoamérica que venimos elaborando desde 2008. La principal conclusión es que, durante 2022, el 77% de las empresas encuestadas piensan aumentar sus inversiones en la región, un porcentaje superior al del 65% obtenido en 2020, mientras que el sólo el 20% apuesta por mantenerlas y el 3% las reducirán. Si sólo nos centramos en la Pymes, los porcentajes son muy similares: las que aumentarán sus inversiones en 2022 son el 79%, frente al 18% que las mantendrán.

Tras un 2019 de estancamiento económico en el que el PIB sólo aumentó en un 0,4%, las proyecciones apuntaban a que Iberoamérica crecería en torno al 1,6% en 2020, gracias al mejor tono de la economía nortea-

mericana por la relajación de la política monetaria y las baja tasas de desempleo. Pero en marzo llegó el Covid y cambió todo el panorama. Desde el punto de vista sanitario, los efectos en la región fueron terribles, debido a unos ya de por sí débiles sistemas sanitarios que se colapsaron completamente. Y, desde el punto de vista económico, la pandemia produjo una contracción económica del 7%, la mayor del planeta y la mayor de la que se tiene constancia desde que existen registros fiables.

El 77% de las empresas piensan aumentar sus inversiones en la región.

En 2021, gracias a la llegada de las vacunas y a la recuperación de la economía mundial, el PIB experimentó un fuerte rebote hasta cifras que rondaron el 6,8%, permitiendo recuperar parte de lo perdido durante el año anterior. Pero recientemente, el FMI estimó que el crecimiento en 2022 sería solamente del 2,4%, una cifra sensiblemente más baja que la que tendrá cualquier otra parte del mundo. Es decir, el efecto rebote de 2021, no parece que vaya a tener mucha continuidad durante este año. Esta falta de tracción económica viene motivada por el fuerte aumento de las tasas de inflación, por el consiguiente endurecimiento de las políticas monetarias por parte de los bancos centrales y por un clima social y político muy complicado en varios países.

A pesar de este panorama complejo, la gran mayoría de las empresas es-

pañolas van a seguir incrementando sus inversiones en Iberoamérica, en un porcentaje incluso superior al que registramos en 2020. Probablemente, esto es debido a que muchas de las inversiones que se planeaban entonces, no se pudieron llevar a cabo por la llegada de la pandemia. Ahora, que podríamos estar ante el final de ésta, esas inversiones se retoman.

También puede sorprender que la situación económica que perciben las empresas españolas para este año sea menos mala que la que creían que habría en 2020. En este sentido, el 41% de las encuestadas piensan que la situación económica mundial afectará positivamente a la región y el 51% que lo hará de forma negativa, cuando estos porcentajes eran del 20% y 67% respectivamente, en 2020. Es decir, la situación económica no se percibe tan negativa con antes de la pandemia, lo que podría ser contradictorio con el escaso crecimiento que se espera para este año. No obstante, creemos que este menor pesimismo podría ser un indicio de que, aunque todavía hay problemas importantes, lo peor podría ya haber pasado.

Aun así, la percepción sobre la situación económica que afrontarán las economías Iberoamericanas empeora en muchos países. Panamá será el país que tendrá una mejor situación económica en 2022, seguido de Costa Rica, República Dominicana y Uruguay. La opinión sobre el desempeño de Colombia, que en 2020 era el mejor, desciende hasta la quinta posición, probablemente debido a las incertidumbres que plantea su proceso electoral. Chile, mejora con respecto a 2020, aunque persisten dudas sobre el rumbo económico que seguirá la recién estrenada presidencia de Gabriel Boric.

Con respecto a las perspectivas de las dos mayores economías de la región, la opinión de las empresas españolas no es muy favorable. Brasil afronta un año complicado por sus elecciones presidenciales, su alto nivel de deuda pública y el freno en su crecimiento por la intensa subida de los tipos de interés que ha aplicado su banco central para frenar una inflación que ya supera los dos dígitos. México, por su parte, podría ser la economía más expuesta al cambio de rumbo de la política monetaria de la Fed, pero también la que más se beneficiase del crecimiento que se espera de la economía norteamericana.

Tal vez por ello, México vuelve a ser el país en el que más empresas españolas piensan aumentar sus inversiones durante 2022, seguido por Perú, Brasil, Chile, Colombia y República Dominicana. En el resto de los países, el número de empresas que tienen previsto incrementar sus inversiones es sólo algo superior a las que mantendrán sus negocios estables este año.

Inversiones que se materializarán en su mayor parte (52%) combinando el crecimiento orgánico con adquisiciones, frente al 47% que se harán solamente en base a crecimiento orgánico. Un porcentaje muy similar al que observamos en las Pymes, 50% frente a 49%, lo que rompe la tendencia de años anteriores cuando eran mayoría las empresas que pensaban crecer desarrollando únicamente sus negocios ya existentes.

Como viene siendo habitual, el atractivo de los mercados internos es la mayor ventaja que encuentran las empresas españolas a la hora de invertir, pero el porcentaje de las empresas que así piensan sigue descendiendo y se sitúa en el 64%, debido a las dificultades económicas que se esperan. También

México vuelve a ser el país en el que más empresas españolas piensan aumentar sus inversiones durante 2022, seguido por Perú, Brasil, Chile, Colombia y República Dominicana.

son menos las empresas que ven la competitividad como una ventaja significativa, pero sorprende gratamente que la mano de obra cualificada, que tradicionalmente era la característica menos valorada, se sitúa este año en tercer lugar con el 31%.

A pesar del panorama de incertidumbre económica y social que se vislumbra, los riesgos/amenazas que perciben los inversores españoles se mantienen estables, siendo la principal preocupación la inestabilidad política, seguida por la desaceleración económica y la inseguridad jurídica.

En cambio, sube ligeramente, del 74% al 77%, el porcentaje de compañías que opinan que en los tres próximos años, la facturación de sus negocios iberoamericanos aumentará, mientras que las piensan que crecerá en Estados Unidos y Canadá disminuye levemente y en Asia cae veinte puntos, del 66% al 46%. En la Unión Europea, en cambio, aumenta hasta el 73%, debido a la recuperación que se espera de la economía comunitaria, gracias entre otros factores, a la llegada de los fondos europeos, aunque la invasión rusa a Ucrania podría cambiarlo todo.

También se mantiene por debajo de 50%, por segundo año consecutivo, el número de grandes empresas y de Pymes que creen que las cifras de sus negocios iberoamericanos serán superiores a los que obtendrán en España en el plazo de tres años. Tras estos datos, volvemos a encontrar el pesimismo sobre la evolución económica de la región en el medio plazo y la consolidación de la recuperación de la economía española, gracias a la llegada de los fondos europeos.

Una vez más, y van siete años consecutivos, Ciudad de México, es la ciudad más atractiva para que las empresas españolas instalen sus operaciones centrales en la región, seguida como siempre por Miami, Bogotá y Santiago. La ciudad norteamericana sigue siendo la urbe preferida por los directivos españoles para residir, por delante de Ciudad de Panamá, pese a que ésta, se considera una ciudad segura y con una buena calidad para la vida familiar.

Por último, hemos vuelto a preguntar a las empresas españolas por sus políticas de innovación y aumentan del 16% al 26% las que aplican sus innovaciones en sus filiales iberoamericanas antes que en su matriz española, aunque siguen siendo mayoría las que las introducen primero en España. También siguen siendo mayoritarias, las que han exportado alguna innovación desde sus filiales iberoamericanas a sus casas matrices en España.

En 2022, la actividad económica continuará recuperándose en Iberoamérica. Las notables tasas de vacunación y la posible *gripalización* del Covid-19, podrían dar por superada la crisis sanitaria. Además, los altos precios de las materias primas, que siguen subiendo por la guerra que Rusia ha desencadenado en Ucrania, pueden, paradójicamente, mejorar los saldos

comerciales y fiscales de la mayoría de las economías de Sudamérica. Por su parte, la cuenca del Caribe y algunos países de Centroamérica deberían beneficiarse por la recuperación de los flujos turísticos.

Pero no conviene olvidar que hay factores que podrían complicar e incluso truncar esa recuperación, como la intensidad y la velocidad de la normalización monetaria en Estados Unidos y la evolución de la guerra en Ucrania. También habrá que estar muy atentos al incremento de la polarización social y política que puede producirse como consecuencia del aumento de la pobreza y de la pobreza extrema durante la pandemia, que ha hecho retroceder estos índices a niveles de hace tres lustros. En este sentido, conviene recordar que Colombia y Brasil afrontan este año elecciones presidenciales que, a fecha de hoy, presentan un pronóstico incierto debido a esa mayor polarización.

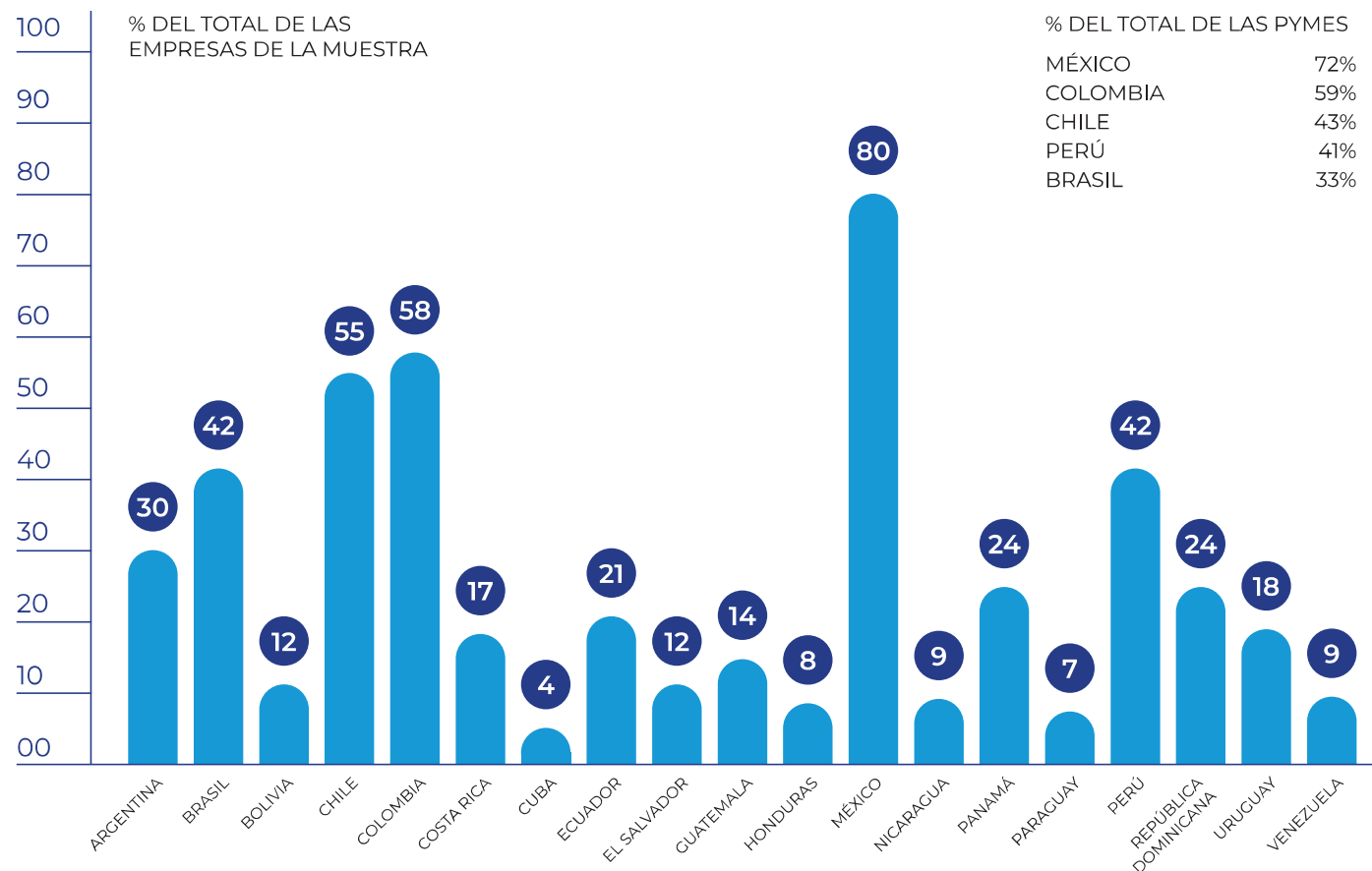
En cualquier caso y, a pesar de que intuyen un entorno económico, político y social menos favorable del que les gustaría, y de que algunos riesgos como la guerra en Ucrania cotizan al alza, la mayoría de las grandes empresas y de las Pymes españolas, aumentarán sus inversiones en 2022, lo que constata que, superada la pandemia, siguen manteniendo su apuesta inversora en Iberoamérica.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

La visión de las empresas españolas

1. PRESENCIA EN IBEROAMÉRICA EN 2021

Porcentaje de empresas españolas con inversiones, presencia comercial, exportaciones o intereses comerciales en los siguientes países durante 2021



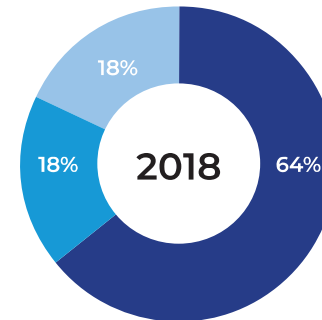
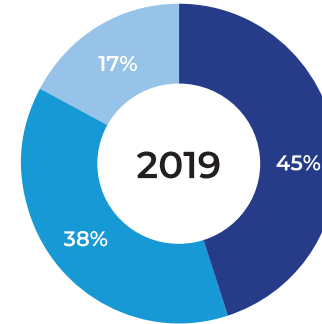
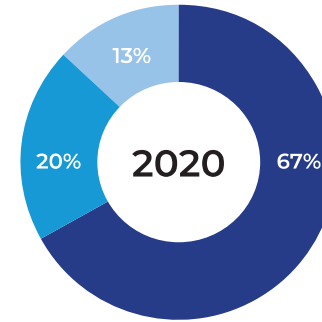
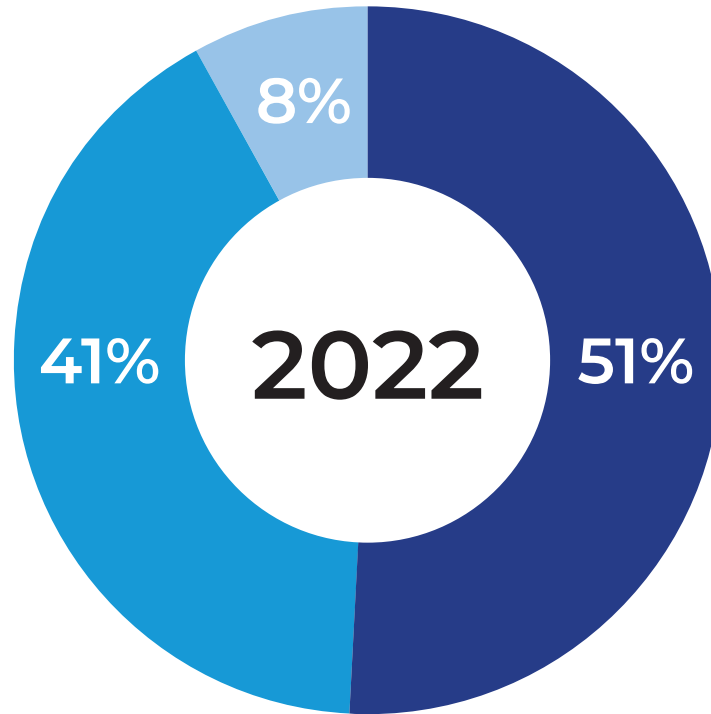
México sigue siendo con diferencia el país con mayor número de grandes

empresas y de Pymes españolas. En Brasil, Chile, Colombia, Argentina y Pe-

rú, también hay muchas empresas españolas operando.

2. ENTORNO ECONÓMICO

Influencia del entorno económico mundial en la región

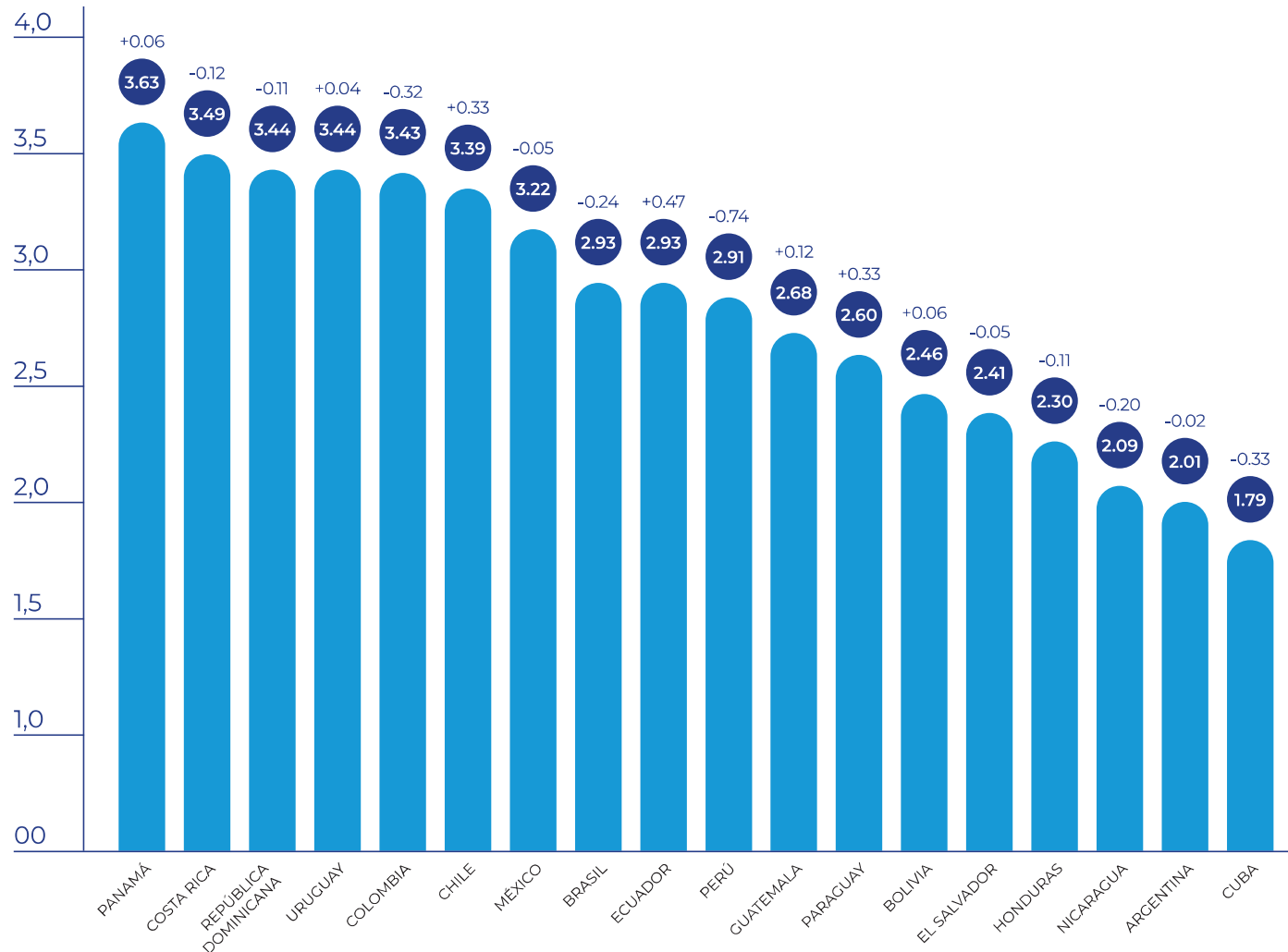


A pesar de que la recuperación económica de la región está llena de incertidumbres, las empresas españolas mejoran su percepción sobre el desempeño económico con respecto a cómo pensaban en 2020. Aun así, el 51% de las encuestadas creen que Iberoamérica se verá afecta-

da negativamente por la situación de la economía global, un porcentaje inferior al 65% de hace dos años. Las que ven con optimismo la situación aumentan del 20% al 41%, debido probablemente a que muchas compañías creen que lo peor de la crisis podría ya haber pasado.

- Va a afectar positivamente
- Va a afectar negativamente
- No se verá afectada

¿Cuál es su visión/análisis de la situación económica general durante 2022 en cada uno de los siguientes países? (Escala 0/4. 0=Muy mala, 4=Muy buena)



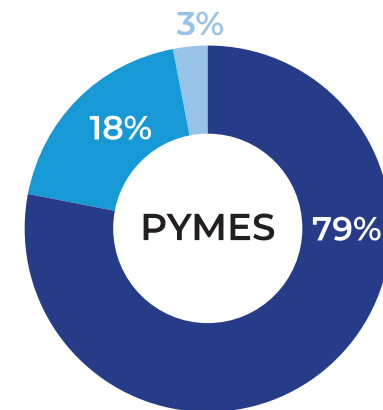
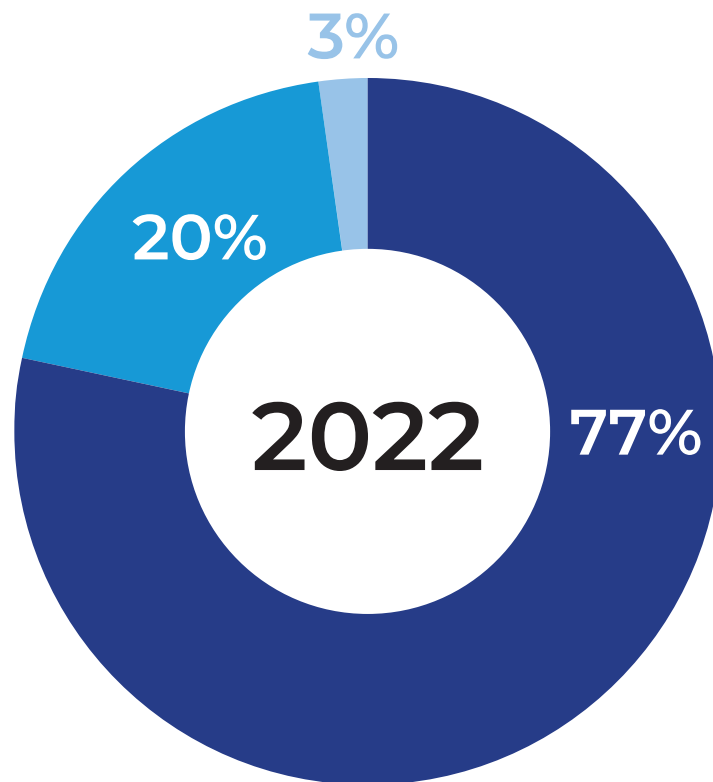
Según las empresas encuestadas, en 2022, Panamá será la economía que tenga un mejor desempeño económico, seguida de Costa Rica, República Domi-

nicana y Uruguay. De las grandes economías de la Región, Colombia y Chile ocupan las posiciones intermedias, mientras que las perspectivas económicas en Bra-

sil y Perú se deterioran notablemente. Salvo contadas excepciones, vuelve a disminuir la percepción sobre el desempeño económico de todos los países.

3. PREVISIONES DE INVERSIÓN DE 2022

¿Tiene su empresa previsto aumentar, mantener o disminuir sus inversiones en Iberoamérica en 2022?

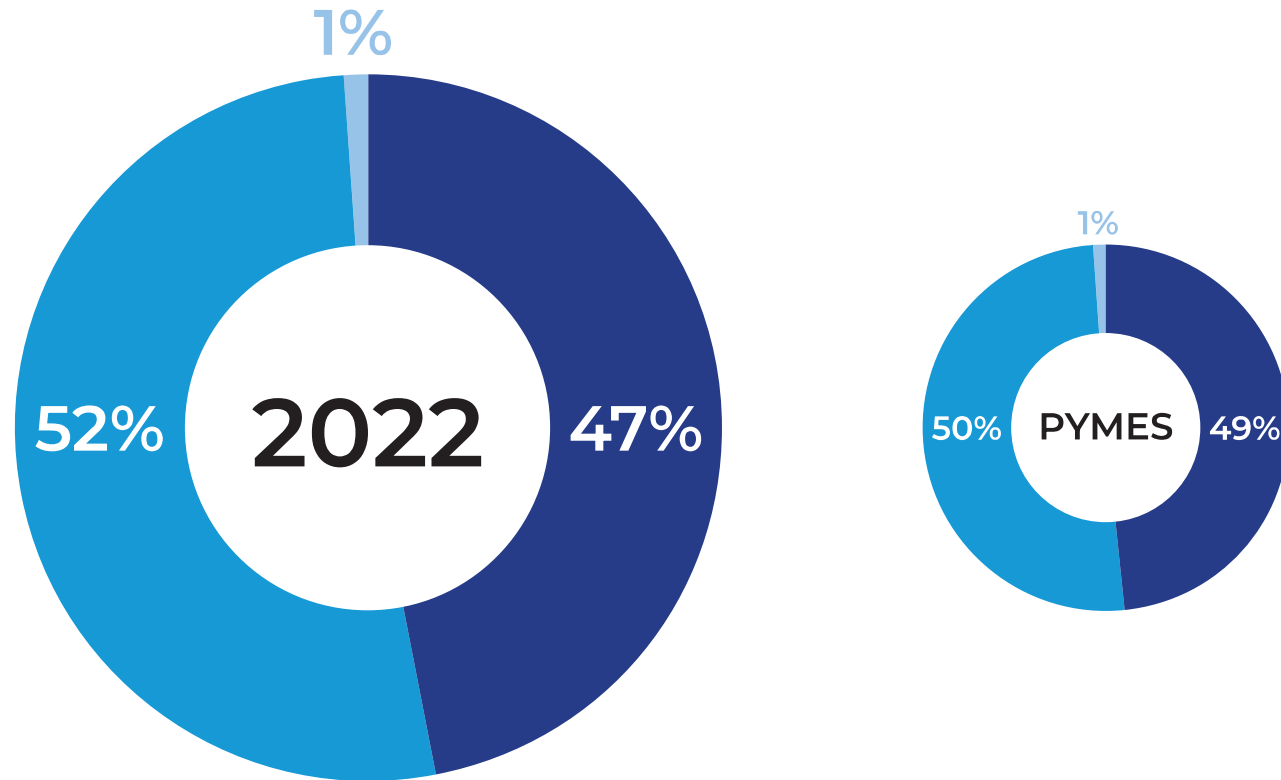


- Mantendrán inversiones
- Aumentarán sus inversiones
- Disminuirán inversiones

Tendencias de inversión 2022



¿Qué tipo de inversión/crecimiento tienen previsto en 2022 en Iberoamérica?

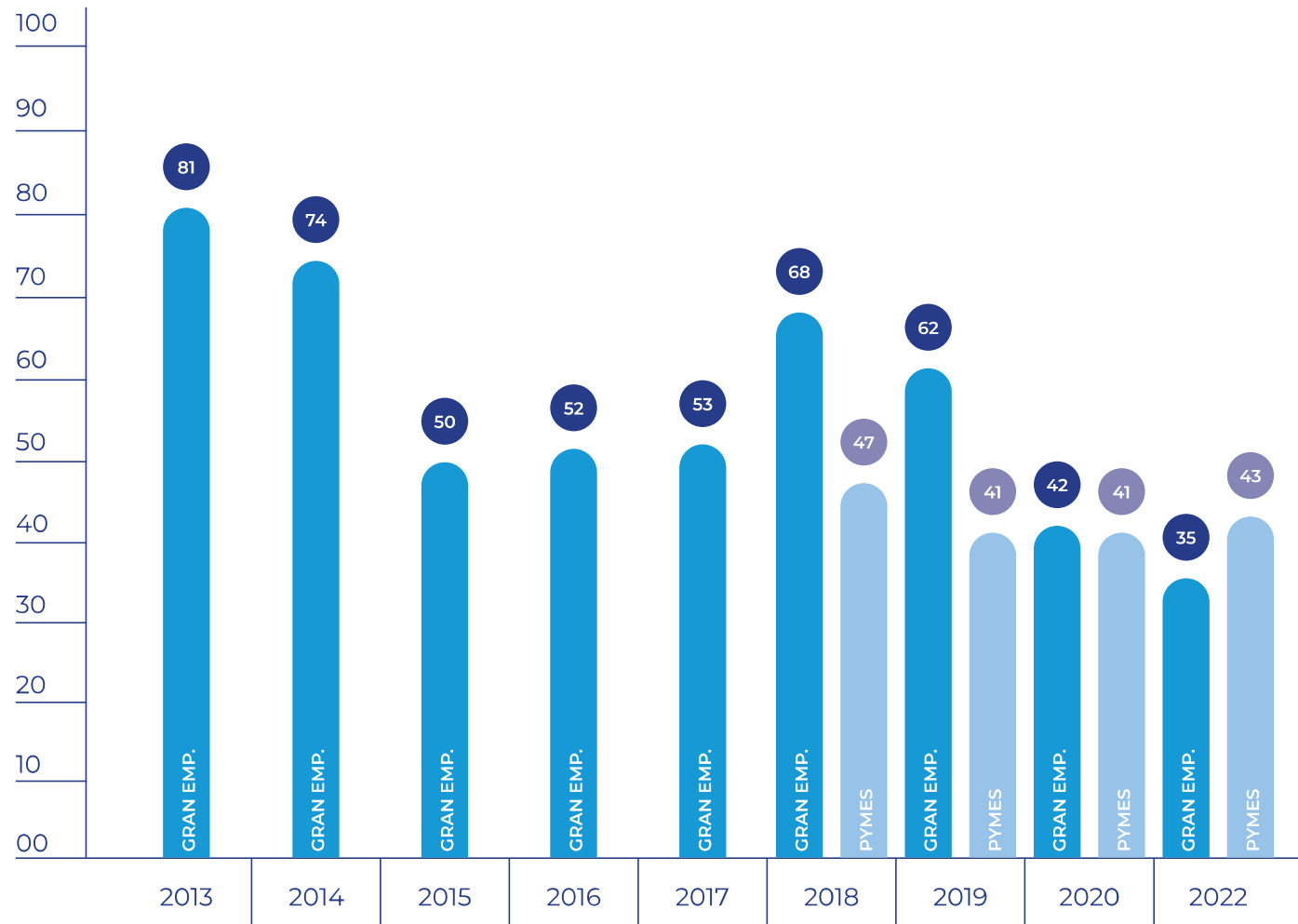


El porcentaje de empresas que piensan aumentar sus inversiones combinando adquisiciones y crecimiento orgánico aumenta sustancialmente del 34% al 52% mientras que disminuye la que

piensan crecer exclusivamente de manera orgánica. Pymes y grandes empresas siguen actuando en este sentido de forma similar.

- Orgánico y adquisiciones
- Crecimiento orgánico
- Adquisiciones

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

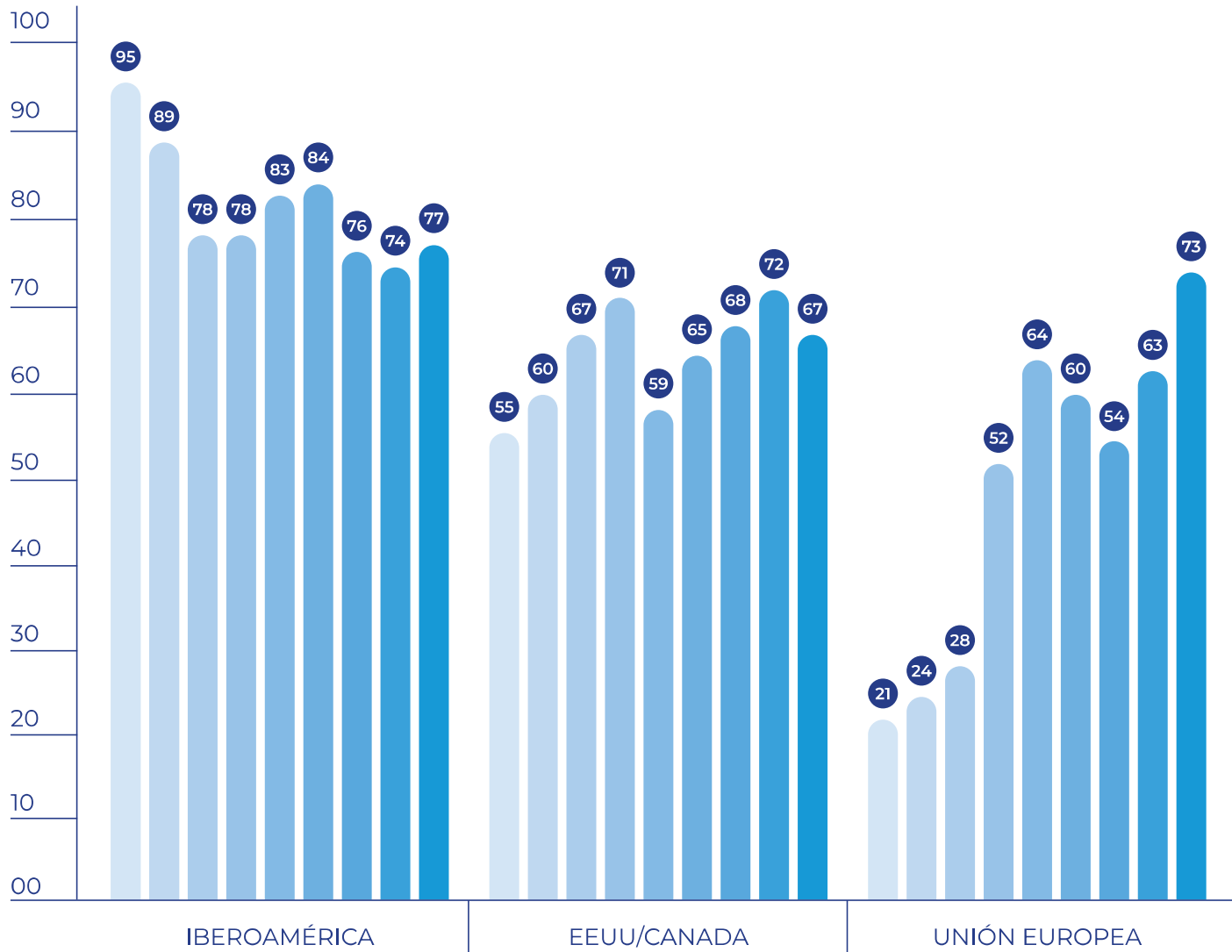


El porcentaje de las encuestadas que creen que sus negocios iberoamericanos superarán al que tienen en España en el medio plazo continúa disminu-

yendo. Las dificultades a las que se enfrentarán muchas economías de la región en el proceso de recuperación de la pandemia, y las buenas perspectivas

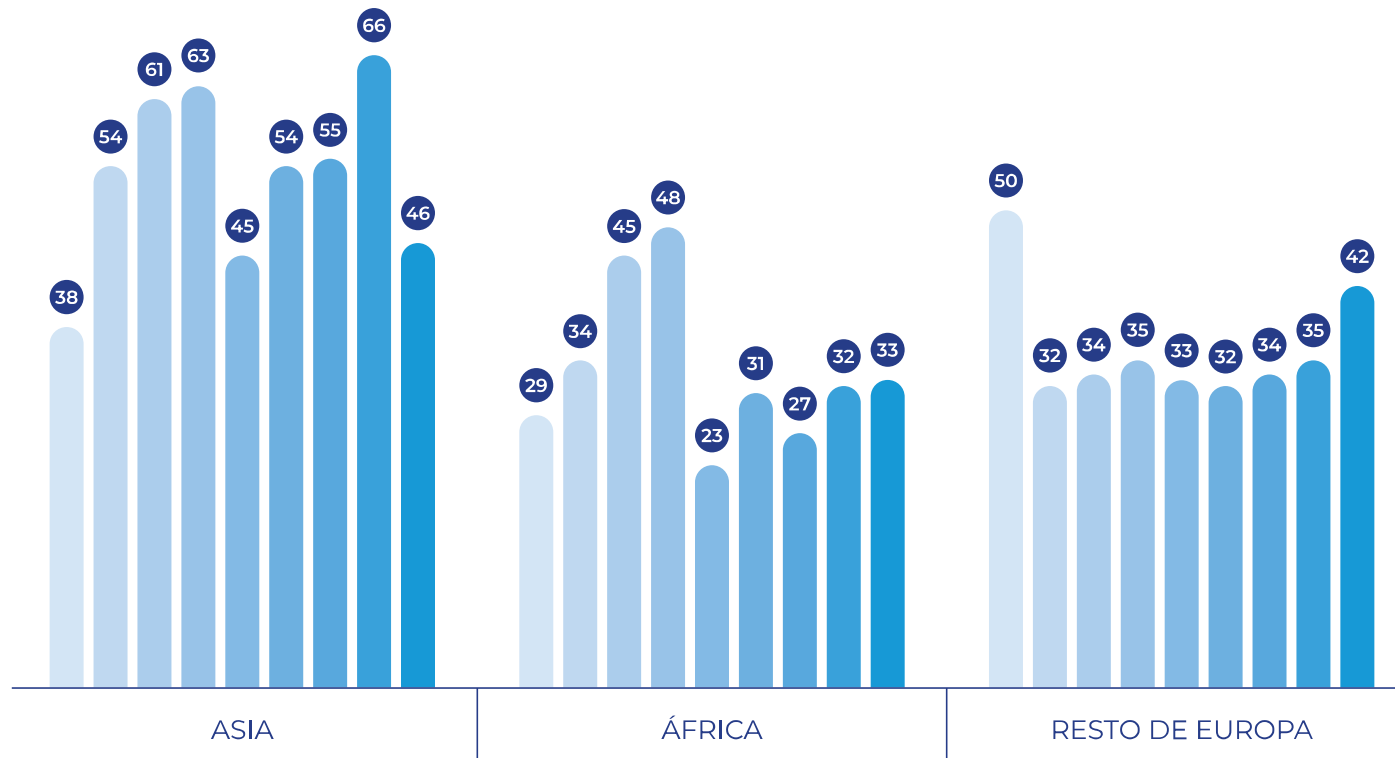
que tiene la economía española con la llegada de los fondos europeos, parecen ser las causas de tendencia

En los próximo tres años, su facturación aumentará en:



LAS PYMES ESPERAN AUMENTAR SU FACTURACIÓN EN:

IBEROAMÉRICA	86%	●	2013
EEUU/CANADA	77%	●	2014
UNIÓN EUROPEA	67%	●	2015
ASIA	44%	●	2016
ÁFRICA	40%	●	2017
		●	2018
		●	2019
		●	2020
		●	2022



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 2022?

MERCADO INTERNO

64% (-13)

COMPETITIVIDAD

36% (+0)

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA
VENTAJOSA**

28% (+0)

ACUERDO LIBRE COMERCIO

23% (+8)

ACCESO MATERIAS PRIMAS

25% (+12)

**MANO DE OBRA
CUALIFICADA**

31% (+20)

Aunque el mercado interno vuelve a ser la principal ventaja competitiva que encuentran las empresas españolas en la región, su porcentaje sigue disminu-

yendo. Una vez más, el pesimismo sobre el desempeño económico durante este año pasa factura. En cambio, sorprendente gratamente que la mano de

obra cualificada aumenta de notablemente y un tercio de las encuestadas ya la considera como un factor atractivo para la inversión española.

Señale cuáles son, para su empresa, las principales amenazas/riesgos para sus inversiones.
(En paréntesis, diferencia respecto al 2020).

INESTABILIDAD POLÍTICA	ARGENTINA PERÚ CHILE	27% (-1)
DESACELERACIÓN ECONÓMICA	CHILE MÉXICO	19% (-3)
INSEGURIDAD JURÍDICA	MÉXICO PERÚ ARGENTINA	18% (-1)
TIPO DE CAMBIO	ARGENTINA BRASIL	16% (+0)
INSEGURIDAD CIUDADANA	MÉXICO	11% (-3)
INFRAESTRUCTURAS DEFICIENTES	CHILE ECUADOR	8% (+5)

Los riesgos para las inversiones en la región se mantienen más o menos en los mismos niveles y no aumentarán

significativamente durante 2022. La inestabilidad política es el mayor riesgo que perciben las empresas espa-

ñolas seguidas por la desaceleración económica, la inestabilidad jurídica y el tipo de cambio.

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?

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

1º CIUDAD DE MÉXICO

2º MIAMI

3º BOGOTÁ

4º SANTIAGO DE CHILE

	Seguridad	Conectividad aérea	Calidad de vida familiar	Ocio	
BOGOTÁ	●	●	●	●	4 (-1)
BUENOS AIRES	●	●	●	●●	5 (+0)
CIUDAD DE PANAMÁ	●●	●●	●●	●	7 (+1)
LIMA	●	●	●	●	4 (-1)
CIUDAD DE MÉXICO		●●	●	●●	5 (+0)
MIAMI	●●	●●	●●	●●	8 (+0)
SAO PAULO	●	●●	●	●	5 (+0)
SANTIAGO DE CHILE	●●	●	●●	●	6 (+1)

● Valoración crecientemente positiva

●● Valoración muy buena

Tras la pandemia, Ciudad de México sigue siendo la metrópolis más atractiva para que las empresas españolas localicen su base de operaciones en la

región por ser la capital del país donde más empresas operan y por tener buenas conexiones aéreas. También Miami, seguida por Ciudad de Panamá

vuelven a ser los destinos mejor valorados por los directivos españoles para residir y trasladarse con la familia.

6. INVERSIÓN ESPAÑOLA EN IBEROAMÉRICA E INNOVACIÓN

Respecto a las innovaciones en productos y servicios de su empresa. ¿Cómo las implementan en Iberoamérica respecto a España?

SIMULTANEAMENTE EN IBEROAMÉRICA Y ESPAÑA

33% (-10)

EN OCASIONES, ANTES EN IBEROAMÉRICA QUE EN ESPAÑA

26% (+10)

ANTES EN ESPAÑA

41% (+0)

¿Han desarrollado alguna innovación en productos y servicios en Iberoamérica que hayan importado a España?

SÍ

53%

NO

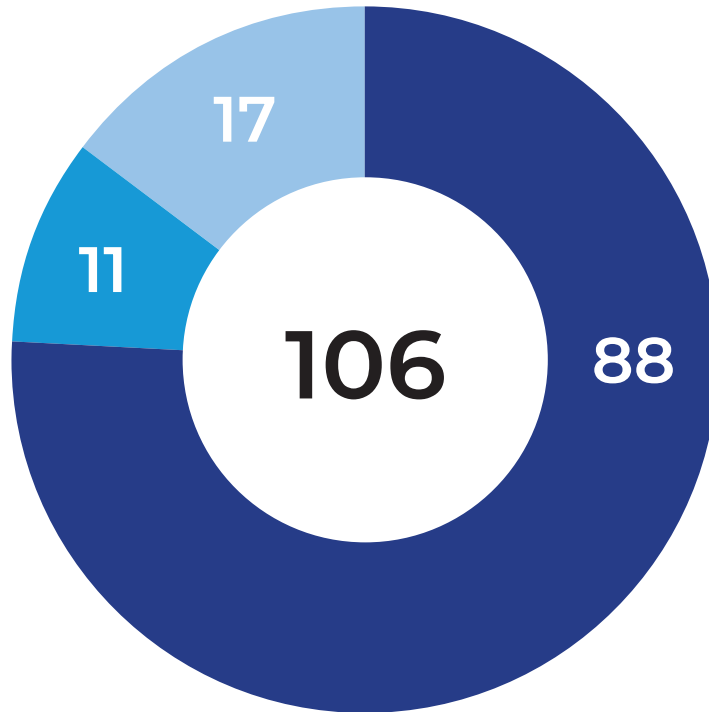
47%

Volvemos a preguntar a las empresas españolas por sus políticas de innovación. Aunque siguen siendo mayoría las que lo hacen antes en España, au-

menta en diez puntos el porcentaje de las implementan antes innovaciones en sus filiales iberoamericanas que en sus casas matrices en España.

7. FICHA TÉCNICA

Encuesta realizada entre septiembre y diciembre 2021



POBLACIÓN

- Cotizadas en el mercado continuo
- Cotizadas en el IBEX
- Multinacionales y PYMES con presencia en Iberoamérica

IBEX 35

1. ACS-IRIDIUM
2. BBVA
3. CIE AUTOMOTIVE
4. IAG

5. IBERDROLA
6. MAPRE
7. MELIA
8. NATURGY

9. SABADELL
10. SANTANDER
11. TELEFONICA

OTRAS COTIZADAS

- | | | |
|-----------------------|------------------|--------------|
| 1. ABENGOA | 7. CAF | 13. GIGAS |
| 2. ADOLFO DOMINGUEZ | 8. CUATROOCHENTA | 14. IZERTIS |
| 3. AIRTIFICIAL-INYPSA | 9. DOMINION | 15. NEXTIL |
| 4. APPLUS | 10. EURONA | 16. NH GROUP |
| 5. ATRYS HEALTH | 11. FACEPHI | 17. PROSEGUR |
| 6. AZCOYEN GROUP | 12. FAES FARMA | |

OTRAS EMPRESAS

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------|--|
| 1. ABERTIS | 27. GRUPO CAMPUS TRAINING | 53. RIU HOTELS |
| 2. AENOR | 28. GRUPO CONSENTINO | 54. ROBERTO VERINO |
| 3. ALTEN ENERGIAS RENOVABLES | 29. GRUPO EMPRESAS AZVI SL | 55. S2 GRUPO |
| 4. AQUALIA | 30. GRUPO GLOBAL EXCHANGE | 56. SENER |
| 5. ASTILLEROS CANARIOS | 31. GRUPO NUEVO PESCANOVA | 57. SFERA JOVEN-EL CORTE INGLES |
| 6. AUREN | 32. GRUPO ORENES SL | 58. SISTEPLANT |
| 7. AUXADI | 33. GRUPO PIKOLIN | 59. SUANFARMA |
| 8. AYESA | 34. GRUPO TECOPY | 60. SUMA MOVIL |
| 9. BABEL | 35. GTM | 61. SUPRACAFE |
| 10. BLUETAB SOLUTIONS | 36. HORMIGONES NALON | 62. TECNICAS Y PROYECTO S.S |
| 11. CABIFY | 37. IBERMATIVA | 63. TENDAM |
| 12. CANTABRIALABS | 38. INFRACA | 64. TINSA |
| 13. CCC | 39. IN-STORE MEDIA GROUP | 65. TOP DOCTORS |
| 14. CLIMATETRADE | 40. LABORATORIO LARRASA | 66. TSK ELECTRONICA Y ELECTRICIDAD |
| 15. COINTIER CONCESIONES | 41. LABORATORIOS HIPRA | 67. TV UP MEDIA TELECOM |
| 16. CORPORACION HIJOS DE RIVERA | 42. LANTANIA | 68. UDON |
| 17. DESTINIA | 43. LOGISFASHION | 69. UMILES GROUP |
| 18. ECOHOTELPROJECTS | 44. NEXUS | 70. URBASER S.A. |
| 19. ENERTIS SOLAS | 45. NUBA | 71. VELAE LEGAL GROUP |
| 20. EGINE POWER COMONENTS, GE | 46. OESIA | 72. VIAJES EL CORTE INGLÉS |
| 21. EPTISA | 47. OLIVIA | 73. WINTRAC COMUNICACIONES INTE-
LIGENTES |
| 22. FULLSTEP NETWORKS | 48. ONTIER | 74. X-ELIO |
| 23. GESVALT | 49. POWERTIS | 75. ZAMORA COMPANY |
| 24. GLOBAL ENERGY SERVICES | 50. PROTECMEDIA | |
| 25. GLOBALVIA INVERSIONES | 51. REMARESS LEGAL | |
| 26. GONVARRI INDUSTRIES | 52. RENFE | |

IE INSIGHTS,

the thought leadership publication of IE University that provides expertise and opinion on the issues and topics that matter to you today.



ie.edu/insights

ANÁLISIS CUALITATIVO

América latina: visiones institucionales, empresariales y periodísticas

ENRIQUE OJEDA VILA	23
JOSE ANTONIO LLORENTE	24
VICTOR MONEO	26
TRINIDAD JIMÉNEZ GARCÍA-HERRERA	28
MARÍA XIMENA DURÁN SANÍN	30
ESTEFANIA LATERZA	32
DANTE MOSSI	34
ALBERTO ALMENDRES	35
MANUEL MARTOS	37
OSCAR SÁEZ	39
ÁNGEL LÓPEZ	41
D. LUIS FURNELLS	42
JUAN DE ANTONIO	44
FRANCISCO MUCIÑO	46
VICENTE NUNES	48



Enrique Ojeda Vila

Director General de la Casa de América

Por una recuperación económica sostenible y equitativa en el espacio Iberoamericano

Es para mí una verdadera satisfacción, como director general de la Casa de América, mantener la colaboración intensa entre esta institución y el IE Business School, que dura ya casi catorce años. Tengo que destacar la estrecha relación que hemos mantenido en torno al informe Panorama de inversión española en Iberoamérica, que se presentó en esta Casa desde su segunda edición, en el año 2008. Ha sido muy interesante para nosotros seguir el crecimiento y la proyección de un informe que, a día de hoy, es una investigación muy sólida y que supone un punto de referencia para los investigadores, periodistas y empresarios de la región.

Sin duda, tomar el pulso cada año a las empresas españolas presentes en América Latina resulta fundamental para completar el análisis de las relaciones

en la región iberoamericana. Y me atrevo a decir que este año, más que nunca, los resultados de la encuesta razonablemente optimistas (las compañías han mejorado su presencia y plantean seguir invirtiendo en prácticamente todos los países) son más importantes que nunca tras la crisis pandémica en la región, una de las más afectadas del planeta, en la que se han amplificado muchos de los problemas estructurales y se ha fracturado el tejido social y productivo. Estamos ahora en un momento clave en el que la recuperación debería ser fuerte, inclusiva y sostenible. Y las empresas tienen un papel fundamental en este proceso si apostamos por aprovechar un momento tan delicado para mejorar las estructuras macroeconómicas y pensamos en nuevos mecanismos que incidan en conformar una sociedad más equitativa.

La región vive tiempos políticos complejos en los que la ciudadanía está pidiendo actualizar el contrato social para restaurar la confianza en los sistemas democráticos y en las instituciones. El correlato empresarial debe ser coherente con esta filosofía de recuperación y los espacios macroeconómicos sostenibles y adaptables ayudarán a dicha recuperación. Las empresas deben aprovechar esta oportunidad para repensar su función en torno a tres ejes transversales que resultan insoslayables ahora: la atención al cambio climático y la recuperación verde, la transformación digital y la dimensión de género. Ojalá sea esta coyuntura tan compleja una oportunidad de replantear estructuras para que la región salga fortalecida o al menos mejore sustancialmente sus desigualdades.

Este informe, como en todas las ocasiones anteriores (salvo el año pasado por motivos obvios), se presentará en un acto público en la Casa de América, que busca ser siempre un espacio de reflexión plural sobre la realidad iberoamericana. Miramos al pasado, claro, pero también miramos al presente y al futuro tratando de estar pegados a la agenda y de dar cuenta “en tiempo real” de lo que está pasando en la región y en los actores políticos que se relacionan con ella. Así que tendremos un debate abierto entre empresarios que apuestan por América Latina, en el que se podrán plantear los retos, las dificultades, las inquietudes reales con las que se enfrentan en el día a día. Esperamos que la Casa de América siga siendo un espacio común de intercambio de ideas y que la tan deseada recuperación, sostenible y basada en la equidad, sea posible en el corto plazo. Aquí estaremos para dar cuenta y celebrarlo.



Jose Antonio Llorente

Presidente y socio fundador de LLYC

Latinoamérica sin pausa

La pandemia no ha alterado demasiado ni el tablero ni la disposición de las piezas del nuevo orden mundial, pero la decisión de Putin de invadir Ucrania sí cambia el panorama global y aconseja una definición del marco relacional España - América Latina o Iberoamérica, como se prefiera, con cierta perspectiva. Las querellas comerciales, el desplazamiento de la toma de decisiones hacia el este, la atomización del anterior orden bipolar o el enésimo recalentamiento de la guerra fría parecen haber devastado los principios de la diplomacia y la política exterior tal como los conocíamos en el siglo pasado. Vivimos en un mundo incierto y volátil. Si las alianzas políticas locales se pueden dar la vuelta o romperse de un día para otro, en el ámbito internacional ya es prácticamente imposible saber dónde termina el espejismo y empieza la realidad. O viceversa.

Fenómenos como el populismo, la polarización o el descrédito de las instituciones han alterado también los contenidos, las reglas y hasta la etiqueta de las relaciones internacionales. Ha habido cierto repliegue de la política hacia su dimensión más localista, como si meter la cabeza debajo del ala pudiera corregir una globalización tecnológica y del todo imparabable. La pan-

demia puede haber agravado esas tendencias, pero en buena parte se venían aplicando antes y todo parece indicar que seguirán condicionando la agenda cuando finalmente consigamos pasar la página de la covid.

Y sin embargo la pandemia ha agravado los riesgos económicos y la urgencia de la inclusión social en toda Latinoamérica y también en España. La salida de las distintas crisis nacionales necesita de medidas y consensos apremiantes de puertas adentro, pero también de marcos multilaterales conjuntos más allá de sus respectivos continentes. Resulta evidente que los pilares geoestratégicos de España son la Unión Europea y la OTAN, pero quedarse solo en ese lado del espacio geopolítico sería insuficiente y lastraría nuestro futuro. A América Latina y el Caribe le ocurre

América Latina y el Caribe precisan de una respuesta continental unida, con espacios comunes para la recuperación y el entendimiento.

Vivimos en un mundo mucho menos predecible y más agitado que nunca.

igual. Precisa de una respuesta continental unida, con espacios comunes para la recuperación y el entendimiento. Ha comenzado además a voltear la mirada al otro lado del Pacífico, lo que puede ser una oportunidad tan respetable como plausible. Pero si a cambio diese la espalda al Atlántico, y diluyese su vocación de presencia e influencia europea, estaría renunciando a una parte no menor de su recuperación y su futuro.

Es cierto que vivimos en un mundo mucho menos predecible y más agitado que nunca. Más líquido, según la terminología al uso. Se ha perdido estabilidad y la fecha de caducidad de las distintas alianzas tiende a ser más y más breve. Aun así, se mantienen algunas grandes conexiones internacionales de fondo, un auténtico oasis y todo un asidero en esta época convulsa. Entre esas afinidades electivas, sin duda la que reúne a los latinoamericanos con los españoles y los portu-

La superación de la pandemia supone una oportunidad excepcional y trascendente para redoblar esa enriquecedora doble dimensión y ese futuro compartido entre América y Europa.

güeses es de las más acendradas e indelebles. Americanos por un lado y europeos por el otro, solo completamos nuestras identidades, nuestra razón de ser y nuestro futuro cuando actuamos juntos y nos sentimos cerca. Por eso la superación de la pandemia supone una oportunidad tan excepcional como trascendente para redoblar esa enriquecedora doble dimensión y ese futuro compartido.

De entrada, hay una indiscutible prevalencia comercial en ambas direcciones. Antes de la covid, las exportaciones de España a Latinoamérica ascendían a más de 15.000 millones de euros, y las inversas se acercaban a los 17.000 millones de euros. Unas y otras se habían más que duplicado en los últimos diez años, pero el efecto de la pandemia ha restado una cuarta parte de las exportaciones españolas y casi un veinte por ciento de las latinoamericanas. Así que el primer objetivo de esa necesaria interrelación debería ser la recuperación de los anteriores flujos de intercambio lo antes posible, tanto de la balanza comercial recíproca como de las inversiones. España se ha consolidado con claridad como el

segundo país inversor en toda Latinoamérica, solo por detrás de Estados Unidos. Una tercera parte de las inversiones españolas se dirigen a América Latina. Representan unos 146.000 millones de euros en un proceso satisfactorio para las dos partes, y encuentran un estimulante correlato en unas crecientes inversiones latinoamericanas en España.

No se trata solo de consolidar un marco comercial o inversor lo más fluido posible, sino de fijar una colaboración estrecha que permita modernizar el tejido productivo y potenciar especialmente la innovación en los distintos países latinoamericanos. Los efectos económicos derivados de la covid han aumentado los riesgos de ralentización del desarrollo social. Podrían retrasar indefinidamente la incorporación de las nuevas tecnologías al tejido económico y productivo de todos nuestros países. La digitalización es una de las prioridades recurrentes de los fondos europeos para la recuperación en España, y esa misma prioridad debería extenderse también a Latinoamérica. En la medida en que sepamos construir esa corriente digitalizadora de doble dirección, “latinoiberoamericana”, nuestro protagonismo ante las nuevas formas de vida social y económica del siglo XXI será más decidido y próspero.

América Latina reúne las condiciones idóneas para subirse en marcha a la carrera de la digitalización y la inteligencia artificial.

América Latina reúne las condiciones idóneas para subirse en marcha a la carrera de la digitalización y la inteligencia artificial. Sus países siguen conformando sociedades jóvenes, están inmersos en un proceso de fuerte urbanización y desarrollo de infraestructuras, y cuentan con un enorme potencial de crecimiento en el sector servicios. La tecnología puede ser el gran catalizador de todas esas oportunidades, siempre que sepamos mirar de otra manera y con los ojos del futuro. Se ha hablado ya de un necesario eje de progreso en torno a la educación, la ocupación, la productividad y la competitividad de Latinoamérica e Iberia. Son los pilares sobre los que construir una comunidad latinoamericana real mucho más equitativa, inclusiva e igualitaria. Nuestros países han sufrido mucho durante la pandemia, pero si en adelante volvemos a “jalar parejo” y compartimos un mismo afán tecnológico, es probable que entre todos consigamos hacer del presente siglo el más latino de todos. Putin, sin querer, nos está dando una nueva oportunidad.



Victor Moneo

Director de Ventas de Iberia para América Latina

Mucho más que viajes: lo que la aviación une

A todos los implicados en el sector del turismo nos une un mismo afán: que el mundo vuelva a girar y potenciar el relevante papel que juega a nivel mundial como una de las principales fuentes de ocio, riqueza y conocimiento.

La segunda parte del año pasado ya supuso un punto de inflexión y, en el caso de Iberia, podemos afirmar que vivimos nuestro despegue hacia la recuperación.

Sin duda, la palabra que más hemos repetido a lo largo de estos meses ha sido “recuperación” porque durante esta crisis hemos demostrado, más que nunca, nuestro compromiso con la conectividad como factor clave para estimular el mercado, incentivar la demanda y, en definitiva, reactivar la economía. Mantuvimos esa mínima conectividad en el peor momento y, a medida que se han ido levantando las restricciones y se ha ido desplegando el programa de vacunación, seguimos apostando por la recuperación de rutas y servicios y también por el aumento de frecuencias.

Esta crisis también nos ha servido para reinventarnos con humildad, siendo capaces de responder con agilidad y flexibilidad a este escenario in-

cierto y cambiante. Al mismo tiempo, nos ha recordado que además de viajar por placer o trabajo, la aviación presta un servicio vital al mundo: trajimos material sanitario cuando más falta hacía en España, transportamos más de seis millones de vacunas contra la COVID a distintos puntos del mundo, devolvimos a sus hogares a los clientes varados en cerca de 70 vuelos de repatriación a 22 países (de los que 40 han sido con dis-

La aviación presta un servicio vital al mundo: trajimos material sanitario cuando hacía falta, transportamos más de seis millones de vacunas contra la COVID y realizamos durante la pandemia 40 vuelos de repatriación con América Latina.

tintos países de América Latina) o, más recientemente, hicimos envíos a países como Haití dentro de nuestra colaboración con UNICEF.

Destacable ha sido también el negocio de la carga –a través de IAG Cargo– que ha jugado un papel clave para respaldar el regreso de los vuelos de pasajeros a gran escala, proporcionando ingresos adicionales a las principales rutas y cuyos resultados financieros en 2021 así lo avalan con un aumento del 30 por ciento en comparación con 2020.

Llegar hasta aquí no ha sido una tarea fácil. A día de hoy, desde Iberia podemos decir con mucho orgullo que hemos recuperado prácticamente el 100% de nuestra red global de destinos pre-pandemia. Si bien, la incertidumbre nos sigue acompañando. Todo parece indicar que el impacto de Ómicron está siendo y será menor del esperado -aunque sin duda que ha ralentizado el ritmo de recuperación- y, cuando ya veíamos con cierto optimismo la temporada de verano, el conflicto bélico en Ucrania ha vuelto a poner al mundo en jaque y, de nuevo, tendremos que analizar y revisar todas las previsiones.

En la decisión de las empresas españolas de invertir en América Latina siempre han influido, como no puede ser de otra manera, los lazos históricos y culturales que van mucho más allá de compartir una misma lengua. Somos muchas las compañías –especialmente las de sectores como servicios públicos, turismo, telecomunicaciones y banca– que hemos hecho de América Latina nuestra razón de ser.

Un hecho muy relevante es que, dentro de nuestra red, Iberoamérica ha sido uno de los mercados que más rápidamente se ha recuperado. Un motivo de alegría para una compañía como Iberia que, a pesar de ser europea, su corazón “late” al ritmo de ese continente. Somos el puente natural entre ambas regiones y la aerolínea líder con 17 destinos en 15 países de América Latina, con más de 200 vuelos semanales.

A pesar de ser 2021 un año convulso, hemos operado en torno a un 60% de nuestra capacidad con respecto a 2019 y los mercados con mayor crecimiento han sido México –que actualmente es la metrópoli con el mayor número de frecuencias de todo el continente americano de Iberia–, República Dominicana, Colombia (donde superamos, incluso, la capacidad que ofrecíamos antes de la pandemia) y Argentina.

El apoyo institucional permanente con Iberoamérica ha sido clave para lograr esta recuperación. Muchos de

Somos muchas las compañías que hemos hecho de América Latina nuestra razón de ser.

Iberoamérica ha sido uno de los mercados que más rápidamente se ha recuperado. Somos el puente natural entre ambas regiones y la aerolínea líder con 17 destinos en 15 países de América Latina, con más de 200 vuelos semanales.

estos crecimientos han sido posibles gracias al apoyo y la estrecha colaboración que mantenemos con los Ministerios de Turismo para la promoción de sus países.

En 2022 seguiremos apostando por promover la movilidad de manera segura y responsable, como lo hemos hecho hasta ahora, colocando al cliente en el centro de nuestro negocio. Nadie puede negar que la manera de volar ha cambiado, pero nuestro mensaje seguirá siendo el mismo: “volar es seguro”.

En estos momentos, la tecnología está cumpliendo un papel clave y ha funcionado como un acelerador de la digitalización para llegar a ser una compañía 100% conectada, reactivar la industria y “digitalizar la experiencia de viaje”, por eso, muchas medidas que se han implementado a raíz del COVID han venido para quedarse, sobre todo, por que hacen que el paso del cliente por el aeropuerto sea mucho más cómodo, fluido “contactless” y seguro.

Junto a la digitalización, este año también será el año del relanzamiento de nuestro nuevo servicio a bordo que, lamentablemente, hubo que posponer debido a las medidas sanitarias impuestas por los protocolos COVID y que irá acompañado del estreno del nuevo uniforme de nuestras tripulaciones diseñado por Teresa Helbig.

Tras la retirada anticipada de la flota de Airbus A340 durante la pandemia, actualmente en Iberia operamos toda nuestra red de largo Radio con aviones bimotores un 35 por ciento más eficientes que los cuatrimotores a los que reemplazan.

La renovación de la flota es, sin duda, una de las mayores contribuciones que una aerolínea puede aportar para ser más sostenible, pero no la única; por eso, la sostenibilidad continuará marcando la agenda del sector aéreo en los próximos años. En Iberia, nos hemos comprometido a que nuestras emisiones netas sean cero en el año 2050 por eso llevamos trabajando en iniciativas para ser más eficientes, reducir las emisiones por pasajero y ofrecer una experiencia de viaje más sostenible a nuestros clientes; la diferencia es que ahora la sostenibilidad es un factor determinante en cada decisión que se adopta.

Conseguir un desarrollo sostenible del turismo, es uno de los mayores y más importantes retos que afronta América Latina, pero, al mismo tiempo, puede ser también una gran oportunidad para explorar otras vías y así lo están enfocando muchos de sus países al poner en valor –además de su riqueza patrimonial, cultural e histórica– el turismo al aire libre, en contacto con la naturaleza, clave para impulsar un turismo de calidad y sostenible.



Trinidad Jiménez García-Herrera

Directora de Estrategia Global de Asuntos Públicos de Telefónica

Las telecomunicaciones: el motor de crecimiento para Latinoamérica

Existe una coincidencia entre los expertos en señalar la digitalización de la economía como uno de los elementos principales en los que se apoyará la recuperación económica y social, tras la crisis del COVID. Y, junto a ello, tenemos al sector de las telecomunicaciones como el único capaz de transformar el conjunto de la industria productiva. Si asumimos que Latinoamérica es una de las regiones del mundo en la que menos ha crecido la productividad en los últimos 20 años (mientras que en los países en desarrollo la productividad creció en promedio un 3,9% anual, en esta región creció solo un 0,6%), deberíamos coincidir en la necesidad de corregir dicho retraso y apostar por el aumento de la productividad. Si no actuamos con este objetivo, el crecimiento de los próximos 15 años será un 40 y un 50% inferior al de los 15 años precedentes.

Como señalaba, para abordar este reto hay que promover medidas que impulsen el crecimiento basado en la productividad. Pero, además, es la oportunidad de cerrar brechas, seguir reduciendo la pobreza, crear riqueza y avanzar hacia la igualdad de oportunidades. Algo necesario, no sólo por razones de

justicia social, sino para contribuir al crecimiento económico y que éste sea inclusivo y sostenible.

Esta revolución económica que necesita América Latina sólo será posible con la digitalización de todos los sectores productivos. Un avance del 1% en el índice de digitalización genera un incremento de la productividad que se traduce en un crecimiento económico del 0,3%. Principalmente, debido a los impactos directos de las telecomunicaciones, pero de manera particular, por los efectos indirectos sobre otros sectores productivos de la economía. En otras palabras, la digitalización es sinónimo de crecimiento económico, es progreso, es el camino para el desarrollo de América Latina. Digitalizar los procesos productivos, favorecer el emprendimiento y la innovación, incrementar la eficiencia y transparencia de los gobiernos, y lograr el acceso equitativo a la sociedad del conocimiento deben ser prioridades fundamentales para la región.

Avanzar aceleradamente hacia esta cuarta revolución industrial supone todavía enfrentar dos importantes desafíos:

- El primero, el de la conectividad inclusiva. Esto supone lograr el cierre

de la brecha digital y consolidar una infraestructura de telecomunicaciones de primer nivel.

- El segundo desafío es la incorporación intensiva de las TIC en los procesos productivos. En esta revolución tecnológica la industria de las telecomunicaciones es y será un aliado estratégico para el desarrollo y el progreso de América Latina. La infraestructura de telecomunicaciones es, como reconoce el Foro Económico Mundial, la más robusta y extendida de la región. Hoy los servicios de voz están disponibles

En esta revolución tecnológica la industria de las telecomunicaciones es y será un aliado estratégico para el desarrollo y el progreso de América Latina.

Los servicios de voz están disponibles para más del 95% de la población y la cobertura de Internet de banda ancha alcanza al 81% de los latinoamericanos.

para más del 95% de la población y la cobertura de Internet de banda ancha alcanza al 81% de los latinoamericanos, además de la cobertura universal que ofrecen los servicios satelitales.

En los últimos años, la inversión del sector de las telecomunicaciones ha sido significativa, manteniéndose en torno al 20% de los ingresos anuales de la industria. Dentro de los países emergentes, la única industria que alcanza esos niveles es la de petróleo y gas, situándose muy por detrás todos los otros sectores de actividad económica que revisten características comparables. Pero, aun así, necesitamos acelerar el despliegue de redes sostenibles de última generación y desarrollar un ecosistema de tecnologías diversas que permitan ofrecer los mejores servicios a todos los latinoamericanos, ya que la innovación y la digitalización sólo tiene sentido si beneficia a las personas y mejora su calidad de vida. Esa es la vocación de nuestra industria. Incentivar la inversión en redes de conectividad debe ser una prioridad de la política pública, favoreciendo el rol de las empresas e implementando mecanismos de complementariedad y apalan-

camiento a través de instrumentos públicos. Sin embargo, el escenario actual no es el mejor para lograr acelerar las inversiones necesarias. El ingreso medio que cada usuario de telecomunicaciones de América Latina genera es de los más bajos del mundo y los márgenes operacionales son cada vez menores debido, en parte, a la regulación y a obligaciones fiscales, pero también, a los costos crecientes de desplegar redes y a las asimetrías existentes, que generan distorsiones sustanciales en el funcionamiento de los mercados. Además, la pandemia por el COVID-19 ha acentuado aún más estas brechas.

Mientras subsisten deficiencias de cobertura en las zonas rurales, se estima que un 38% de la población que vive en zonas con conectividad, aún no se conecta a internet. Para mejorar esta situación, y lograr una inclusión efectiva, en la que los beneficios de la nueva era digital lleguen a todas las personas, sin dejar a nadie atrás, es necesario repensar el modelo actual e implementar uno basado en tres pilares: la innovación, la cooperación y la sostenibilidad, para así mejorar la percepción de la utilidad de estas tecnologías para los ciudadanos.

En el caso de las zonas rurales, aún sin cobertura, ya hay modelos exitosos

La inversión del sector de las telecomunicaciones ha sido significativa, manteniéndose en torno al 20% de los ingresos anuales de la industria.

en la región promovidos por empresas extranjeras en colaboración con financiación multilateral. Es el caso de Internet para Todos en Perú. Nacida de la alianza entre Telefónica, Meta y los más relevantes bancos de desarrollo de la región (BID Invest y CAF - Banco de Desarrollo de América Latina), Internet para Todos S.A.C. (IpT) inició sus operaciones en el Perú el 1º de mayo de 2019 y, en poco más de dos años, ha expandido la conectividad rural, beneficiando a más de dos millones y medio de personas, del total de seis millones que vivían en zonas sin cobertura de Internet en este país al inicio de este proyecto. En su corto tiempo de existencia, IpT ha recibido diversos reconocimientos a nivel nacional e internacional, tanto por su enfoque innovador, como por su impacto social.

En lo que se refiere a la incorporación de la digitalización en los procesos productivos, todavía también hay mucho que hacer. Latinoamérica es consumidor neto de internet, pero no está generando contenidos, aplicaciones y soluciones locales, ni aprovechando su potencial para la transformación productiva. En este sentido, el segundo desafío es pasar del Internet del consumo al Internet de la producción. En este ámbito, los avances de los últimos años son modestos. Mientras hemos ido cerrando progresivamente la distancia con los países más avanzados en relación con el acceso a Internet, esto no ha ocurrido de la misma forma en lo que respecta al uso productivo de las TIC. La brecha en términos de dispositivos conectados (indicador del desarrollo del IoT) se está profundizando, lo que evidentemente tendrá consecuencias negativas sobre la competitividad de la región. Los indicadores de digitalización dan cuenta de una importante distancia entre América Latina y los

países de la OCDE, y que dicha brecha no se está cerrando. Si se mantienen las actuales tendencias, la brecha hacia el año 2030 con los países desarrollados será incluso mayor.

Avanzar hacia la cuarta revolución industrial es transformar nuestra estructura productiva, incorporar los beneficios de la Inteligencia Artificial, el blockchain, el Big Data, el IoT, el Cloud o la automatización de procesos en cada uno de los ámbitos de la economía. No se trata solo de desarrollar la 'Industria TI' sino, fundamentalmente, de incorporar las soluciones de las nuevas tecnologías digitales a los sectores tradicionales y productivos de la economía: en la agroindustria, la minería, la manufactura, o los servicios. Las tecnologías digitales permiten a las empresas ser más eficientes y maximizar sus beneficios gracias a la modernización de sus procesos, la gestión inteligente de datos e inventarios, el ahorro de energía; o la mejora en la gestión de sus recursos naturales, humanos y de capital. En particular, por su impacto en el empleo, resulta relevante diseñar programas especiales para promover la transformación digital de las microempresas y las pymes.

Las políticas de digitalización tienen que favorecer el crecimiento, sofisticación e internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, así como favorecer también el aterrizaje de inversores extranjeros, en una región con los mimbres básicos de infraestructuras y tecnologías punteros, que permitan hacer crecer sus inversiones de manera sólida y sostenible.

América Latina tiene la oportunidad de situar la digitalización en el centro de su política estratégica y económica y, además, potenciar el capital humano joven, con talento y gran capacidad de innovación y emprendimiento, que

Todos en Perú es una alianza entre Telefónica, BID Invest y CAF-Banco de Desarrollo de América Latina e Internet para Todos S.A.C. (IpT) que inició sus operaciones en el Perú el 2019 y ha llevado conectividad a dos millones de personas.

ahora mismo migra a otros países, y ser capaz de retenerlo para generar valor en sus economías locales. Además, debemos asegurarnos que no dejamos a nadie atrás, con medidas que fomenten la digitalización inclusiva, apoyando la formación en este ámbito de upskilling y reskilling de la fuerza laboral actual. América latina tiene una gran oportunidad por delante y debe apostar por un desarrollo económico de éxito e innovador, basado en una sociedad productiva más digital, inclusiva y sostenible. Y para todo esto, se necesitan políticas regionales integradoras que complementen las deficiencias de diferentes geografías, potencien los casos de éxito y, sobre todo, consigan la fuerza como región para acceder a los mercados que necesitan, así como para potenciar las inversiones extranjeras en países con políticas y regulaciones justas y sostenibles que miren hacia la prosperidad futura.



María Ximena Durán Sanín

Ejecutiva Senior de la Gerencia de CAF para Europa, Asia y Medio Oriente

Acción climática: una nueva oportunidad de inversión para España en América Latina y Caribe

Acontecimientos como la pandemia generada por el Covid-19 o la actual guerra entre Ucrania y Rusia, han puesto en evidencia el enorme grado de interconexión e interdependencia que existe entre las economías del mundo. Es indudable que la desestabilización ambiental, productiva, institucional, social y/o militar de un país, por cercano o lejano que se encuentre, tiene impactos relevantes a escala global, nacional y local. En este sentido, los efectos del cambio climático llevan años poniendo a prueba nuestra capacidad para tomar acciones coordinadas y consensuadas, que requieren de un esquema renovado de cooperación internacional para hacer frente a los retos comunes.

La Unión Europea (UE) ha demostrado ser la región del mundo más comprometida en temas medio ambientales, algo que se ve reflejado en el Pacto Verde Europeo y en los fondos del *Next Generation EU*. También se ha convertido en el mayor proveedor de financiación para la lucha contra el cambio climático en el mundo, apoyan-

do proyectos y actividades en los países en desarrollo para facilitar su transición energética y hacer frente a los efectos adversos del cambio climático.

Este contexto representa una oportunidad histórica para estrechar las relaciones entre España y América Latina y el Caribe, y dar impulso al tejido empresarial en ambos lados del Atlántico. La sostenibilidad y la digitalización son sin duda los elementos que definirán el próximo capítulo en la historia de la humanidad, y la región está llamada a

La región tiene la matriz energética más limpia del mundo y sus características geográficas representan un enorme potencial para el desarrollo de energías renovables.

jugar un papel fundamental tanto en el proceso de transición, como en la nueva era de las energías limpias y economías verdes por múltiples razones:

- En primer lugar, la región tiene la matriz energética más limpia del mundo y sus características geográficas representan un enorme potencial para el desarrollo de energías renovables como la hidroeléctrica, la eólica, la solar y los biocombustibles. (Potencial estimado de energía renovable no convencional del orden de 2.100 TWh; Energía eólica: capacidad instalada de 32.000 MW con potencial desarrollable estimado de 380.000 MW; Energía solar: capacidad instalada de 4.600 MW con potencial desarrollable de + de 150.000 MW)
- En segundo lugar, la región cuenta con grandes dotaciones de los minerales necesarios para el desarrollo de las tecnologías del futuro como baterías, estaciones de carga, movilidad eléctrica, semiconducto-

La región cuenta con grandes dotaciones de los minerales necesarios para el desarrollo de las tecnologías del futuro.

res, entre otros. (67% de las reservas mundiales de litio; 39% de cobre; 32% de níquel y 25% de estaño)

- En tercer lugar, durante la transición seguirá habiendo una alta necesidad de fuentes de energía tradicionales donde América Latina y el Caribe tienen sólidas reservas. (19% de las reservas mundiales de petróleo; 4% de gas y 1,5% de carbón).
- Así mismo, la región es el hogar del 50% de la biodiversidad y del 57% de los bosques primarios del planeta;

Esta combinación de retos y oportunidades evidencia lo que serán las prioridades de desarrollo e inversiones en la región durante los próximos años. Así, es de esperar que se incrementen de forma importante el flujo de recursos hacia el desarrollo de las energías de transición y de las energías renovables, las acciones de conservación ambiental, mejor gestión del recurso hídrico y de residuos sólidos, modernización de los procesos productivos para reducir la huella de carbono, electrificación de los sistemas de transporte, desarrollo de la industria 4.0 e impulso a la digitalización de las pymes, desarrollo de la agricultura y del turismo sostenible, conservación y desarrollo de los bosques y de las zonas costeras y desa-

rollo de espacios urbanos sostenibles, entre otros.

Dentro de este gran abanico de oportunidades, las empresas españolas tienen un enorme potencial, dada su presencia inversora en América Latina y el Caribe y su gran reconocimiento internacional con enormes capacidades técnicas para el desarrollo de proyectos e iniciativas. El sector empresarial español cuenta con un importante recorrido en la curva de aprendizaje y sabe trabajar en esta región tan retadora y cambiante.

Los organismos multilaterales también están contribuyendo a canalizar fondos hacia las regiones de desarrollo y a visibilizar oportunidades de negocio con impacto en las poblaciones locales. En este sentido en CAF —banco de desarrollo de América Latina— estamos implementando una agenda para convertirnos en el banco verde de la región, acompañando a nuestros países miembros a modernizar y poner en marcha planes para alcanzar sus compromisos climáticos, impulsar la reducción de las emisiones de carbono en los procesos productivos y a la par incrementar sus niveles de productividad y competitividad.

Las empresas españolas tienen un enorme potencial, dada su presencia inversora en América Latina y el Caribe y su gran reconocimiento internacional con enormes capacidades técnicas.

Nuestro objetivo contempla incrementar el financiamiento verde del 24% en 2020 hasta el 40% en 2026, por lo que se espera destinar durante los próximos 5 años alrededor de 25.000 millones de dólares para operaciones que ayuden a los países de la región a incrementar la resiliencia climática, promover la transición energética, lograr una reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y fortalecer la conservación de los ecosistemas naturales y la biodiversidad.

En conclusión, el principal desafío en América Latina es traducir los compromisos ambientales en proyectos que efectivamente generen una reducción de la emisión de gases de efecto invernadero y que generen todo tipo de externalidades positivas hacia otros sectores y hacia la sociedad en general. En este punto los esfuerzos que podamos hacer para financiar y materializar estos proyectos serán fundamentales. La vasta experiencia del sector empresarial español en cuanto a estudios, desarrollo y ejecución de proyectos y movilización de recursos para la acción climática serán de alto valor agregado para la región.

Las condiciones están dadas para pensar en una asociación más estratégica entre España y Latinoamérica centrada en los retos globales y en las grandes oportunidades que la región ofrece para el sector empresarial europeo.



Estefania Laterza

Viceministra de la Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX),
dependiente del Ministerio de Industria y Comercio (MIC)

Paraguay abre las puertas a las empresas españolas

El Paraguay permanece fuera del radar europeo, pese a sus excepcionales condiciones para la instalación de unidades productivas y a la creciente inversión española en el país.

Por segundo año consecutivo, esta joven república, enclavada en el centro de Sudamérica, se ubicó al frente del ranking de clima de negocios elaborado por la Fundación Getulio Vargas. ¿Coincidencia? No precisamente.

En las últimas décadas Paraguay ha trabajado en la calidad de su democracia y en el fortalecimiento institucional. Y aunque el itinerario escogido ha tenido altas y bajas, la apuesta por este sistema de gobierno se ha mantenido invariable.

En consecuencia, la ciudadanía elige autoridades periódicamente y acepta pacíficamente el veredicto de las urnas, aun cuando esto pueda resultar en un cambio en la orientación ideológica de los administradores electos, pues subintendiendo que, quien sea el siguiente mandatario, respetará los pilares sobre los que se asienta el sistema socioeconómico.

De igual forma, Paraguay ha mantenido una férrea disciplina macroeconómica desde el 2004. Esta ha si-

do clave para acelerar la recuperación tras las mayores catástrofes del milenio, las crisis del 2008 y la pandemia del 2020. También ha añadido valor al clima de negocios, creando condiciones para la expansión económica. De aquí que el PIB nacional haya crecido nueve veces entre el 2000 y 2021, que la pobreza se haya reducido a la mitad y que la inflación se sitúe en una media del 5%, cuando varios países de la región han tenido variaciones de 2, 3 y hasta 4 dígitos.

También ha hecho que la deuda externa se mantenga en un saludable promedio de 9.5% y que, a diferencia de algunos vecinos cercanos, Paraguay haya mantenido armónicos vínculos con organizaciones financieras internacionales, a quienes recurre para discutir propuestas innovadoras y no salvatajes apresurados para evitar colapsos.

Pero la estabilidad y la previsibilidad, por sí solas, no atraen inversiones. Por ello, tras construir una política monetaria afín a sus objetivos y reglas que persiguen la racionalidad en el gasto con topes establecidos por ley para el déficit fiscal, los gobiernos del nuevo milenio se dedicaron a crear incentivos especiales dirigidos al inversionista. Así

irrumpen en el escenario el régimen de maquila, de importación libre de aranceles para bienes de capital y de admisión temporaria. Así también, se generan condiciones ventajosas para la importación de materia prima, garantías diversas, entre otros.

De igual manera Paraguay ha ido fortaleciendo su sistema tributario paraguayo, destacando aquél por su competitividad y sencillez.

Los productos con origen paraguayo tienen acceso libre de impuestos al MERCOSUR, mejorado a otros mercados regionales, al amparo de la ALADI y al mercado ampliado que MERCOSUR ha negociado.

Según el Banco Mundial, el promedio de pagos y contribuciones para una compañía estándar en Paraguay ronda el 35% sobre las ganancias, mientras que en Argentina este número se eleva al 109%, en Brasil orilla el 65% y en Chile el 84%. Además, en Paraguay existe un solo nivel de aplicación de impuestos. En Argentina y Brasil se agregan otros dos niveles correspondientes a las administraciones regional y municipal, a lo que se suman impuestos y retenciones especiales aplicables según la actividad económica desarrollada.

Agregaremos que en Paraguay las libertades económicas son amplias y están resguardadas por ley. Es posible tener cuentas en distintas monedas y operar en uso de ellas, sin trabas. La libre circulación interna e internacional de capitales está asegurada. Las licencias previas y otros mecanismos de control son establecidos excepcional y justificadamente. El tipo de cambio se determina en función de la oferta y la demanda. El "Guaraní" está en vísperas de celebrar su 80 aniversario. Es la única moneda en toda la región que no ha perdido ceros, ni ha sido afectada por depreciaciones disruptivas.

Paraguay se caracteriza, además, por su bono demográfico. 70% de su población tiene menos de 40 años contrastando con países como Uruguay. La fuerza laboral nacional se compone de hombres y mujeres con marcada vocación de servicio, interés en captar habilidades y notable ductilidad. Esta fuerza es plenamente consciente que el camino hacia el bienestar se pavimenta con trabajo y esfuerzo. Los subsidios que en otros Estados han usado como herramienta política, se han aplicado en el Paraguay a situaciones excepcionales, con fecha de expiración.

Vale igualmente mencionar aquí que los productos con origen paragua-

En 2021, por ejemplo, las exportaciones del sector farmacéutico crecieron en un 49,7% y las del sector maderero aumentaron en 54,7%.

yo tienen acceso libre de impuestos al MERCOSUR, mejorado a otros mercados regionales, al amparo de la ALADI y al mercado ampliado que MERCOSUR ha negociado en virtud de su relacionamiento externo. Con esto, las empresas instaladas en Paraguay pueden acceder a mercados de alrededor de 300 millones de potenciales consumidores dentro del MERCOSUR.

Esto explica el aumento sostenido de la inversión y las exportaciones en las últimas décadas. En promedio, la IED ha crecido 12,9% desde el 2004, mientras que las exportaciones han tenido un incremental anual promedio de 9,6%. Llama igualmente la atención el cambio de la configuración del perfil exportador paraguayo, que ha pasado de centrarse en un puñado de productos en estado natural, a dar cabida a un creciente número de manufacturas. En 2021, por ejemplo, las exportaciones del sector farmacéutico crecieron en un 49,7% y las del sector maderero aumentaron en 54,7%. Estos números demuestran que ambos sectores, así como los de las energías y combustibles, textil y confecciones y manufactura liviana, constituyen terreno fértil para inversiones.

La información hasta aquí anotada permite concluir que el Paraguay no

puede ser visto como mero destino de exportaciones. Conviene percibirlo como una plataforma apta para inversiones realizadas en un ambiente simple y desprovisto de complicaciones, desde donde productos y servicios llegan a las góndolas mundiales en condiciones difícilmente mejorables.



Dante Mossi

Presidente del BCIE

Centroamérica, tierra de oportunidades para las empresas españolas

España es socio del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) desde más de veinte años, y que virtud de ello, junto a otros socios extra regionales, ha generado la confianza en los inversionistas que compran nuestros bonos para financiar la infraestructura en Centro América. Es por eso que hoy, el BCIE es la institución financiera mejor calificada de América latina. El BCIE, aglutina, además de España, a países socios como Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Belice, Panamá, México, Colombia, Argentina, Republica Dominicana, Cuba, Corea del Sur y la República de China Taiwán. Y España tiene una ventaja comparativa a otros socios, nos une una lengua común, lo que facilita enormemente la participación de las empresas españolas, y europeas en general, de acceder a este mercado. Es importante recordar, que los países integrantes del Sistema de Integración Centroamericana, Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana son la cuarta economía más grande de América Latina.

El BCIE ha aprobado una estrategia y agenda de trabajo en el financiamiento de la pre inversión e inversión en infraestructura sostenible en Centroamérica, en un paquete de \$15,000 millones en cinco años, que incluye, desde ingeniería de diseños de represas, puertos, carreteras, ferrocarriles, plantas de energía eólicas, solares, de gas, líneas de transmisión, etc., a las respectivas inversiones. Y más recientemente, estamos involucrados en la movilidad eléctrica y buscando suplidores de autobuses, vehículos, motocicletas y ferrocarriles eléctricos. Es evidente que España y Centroamérica, comparten además de una lengua común, rutas aéreas directas con casi todos estos destinos. Ya muchas empresas, son contratistas recurrentes en la cartera de estudios de pre-inversión, y un tanto más en los proyectos de inversión.

Asimismo, dado que tanto España, como Centro América, comparten muchos valores, es que estamos abriendo una oficina en Madrid, cerca de las oficinas del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, para fortalecer el conocimiento de la región en

Europa y de Centro América. Esperamos que para abril 2022 podamos inaugurar esta nueva oficina, que fortalezca la relación comercial y de inversión entre las dos regiones. Asimismo, la presencia del BCIE en Madrid abre las puertas, no solo a España, sino a la Unión Europea, que nos permitirá mejorar los vínculos entre estos dos bloques, que respetamos el ambiente, nos preocupa la migración ilegal, y que valoramos el papel de la mujer en la sociedad en bases igualitarias.

Dado que el BCIE en los últimos cinco años ha logrado duplicar su capacidad en financiamiento de la región a \$3.7 billones en 2021, y que ahora incluye inversiones de mayor envergadura. En esto tenemos una historia de éxito que vale la pena resaltar, ya que, en 2020, presentamos el proyecto del ferrocarril eléctrico metropolitano de San Jose, cuyo proyecto de factibilidad fue financiado por el BCIE a una empresa española, y acudimos a COFIDES, a una audiencia de empresas españolas del sector ferroviario. Hoy, Costa Rica ya está finalizando el proceso de precalificación, y la presencia de empresas españolas es muy evidente. Es necesario replicar el milagro del renacimiento ferroviario de España en la región Centroamericana. Y es que este proyecto del tren eléctrico de San Jose, valorado en \$1.5 billones, marca el retorno de este tipo de inversión, y queremos que las mejores empresas del mundo puedan competir y dar un servicio de calidad, y replicarlo fácilmente en el resto de la región.

El BCIE sigue publicando absolutamente toda oportunidad de negocios, siguiendo su política de acceso de información pública en su sitio web www.bcie.org y esperamos que junto a la nueva oficina en Madrid, abramos un espacio de confianza en la inversión de empresas españolas en Centroamérica.



Alberto Almendres

Presidente Cámara Oficial de Comercio
de España en Perú y CEO Epart Perú

Oportunidades para las empresas españolas en Perú

El año nuevo abre un escenario marcado por la incertidumbre económica mundial al incorporarse nuevas variantes de la pandemia que están tensando la vida empresarial y laboral. Las sucesivas olas no permiten que los países se centren en medidas de reactivación económica sino en mantener la economía en funcionamiento y evitar que todos los sectores se vean afectados por restricciones.

En el Perú nos encontramos una situación similar a la que viven el resto de los países de la región, sumado al ruido social y político que hace más difícil una rápida recuperación. En un momento como este, quiero llamar la atención y reivindicar la inversión española en el Perú en los últimos 30 años donde ha encabezado el liderazgo inversor en el país.

Históricamente, Perú ha sido un país con bajos niveles de stock de capital per cápita en relación a otros países de la región (Chile, México) y países desarrollados (EEUU). Ha ido mejorando su experiencia y sus capacidades de captación y atracción de capitales e inversión extranjera desde los primeros años 90, siendo España el país que ha encabezado la inversión y reinversión

La inversión española contribuyó con unos 40.000 millones de dólares a la economía peruana en el período comprendido entre 1993 y 2019.

en el país en comparación a países como EEUU, Reino Unido, Chile y otros (no consideramos el efecto China por la opacidad de sus datos y su forma geopolítica de invertir en los países de Latinoamérica).

Según el Informe de Inversión Española en el Perú elaborado por la Universidad del Pacífico y liderado por la Cámara Oficial de Comercio de España en Perú, la inversión española contribuyó con unos 40.000 millones de dólares a la economía peruana en el período comprendido entre 1993 y 2019, el equivalente a un 1% anual del PIB del país andino a lo largo del mismo período. Este aporte se sostendría en unos

20.000 millones de dólares en inversión y reinversión directa de las empresas, ya que la inversión se ha caracterizado por reinvertir en el país en lugar de retornar la inversión.

El documento también apunta que la inversión española, a través del incremento del PIB, ha tenido un significativo aporte a la recaudación tributaria del Perú equivalente a 1.400 millones de dólares.

No solo ha sido una inversión económica, empresarial y fiscal sino que ha tenido y tiene un impacto social en el desarrollo del país al haber sido capaz de generar cerca de 1.300.000 empleos directos e indirectos de calidad

En estos años, la inversión española llegó al país en tres grandes "oleadas",

La inversión española ha sido capaz de generar cerca de 1.300.000 empleos directos e indirectos de calidad.

que han acompañado el desarrollo económico del Perú. Al principio llegaron las empresas españolas más grandes interesadas en la privatización de algunos sectores productivos que actúan sobre sectores públicos o masivos y que empezaban a internacionalizar la empresa española. En la segunda oleada, a raíz del desarrollo y crecimiento económico del Perú y la crisis de la construcción en España, llegaron las compañías constructoras y de infraestructura y les acompañaron las empresas auxiliares y las consultoras de ingeniería. Y, por último, con la obligada internacionalización de las empresas españolas han llegado las PYMES.

En este período se ha producido un efecto interesante que, a través del Informe de Inversión española en Perú, hemos querido medir: el impacto de la innovación y transferencia del conocimiento tecnológico de las empresas españolas.

El efecto de la inversión española en la economía peruana no solo se traduce en impactos financieros, fiscales o sociales sino en un impacto en el conocimiento que ha enriquecido y ha cambiado la forma de trabajar de las empresas peruanas. Elementos como nuevos servicios y formas de trabajar la estrategia y los procesos comerciales, el uso de analítica de datos, canales digitales y automatización de actividades en los modelos de negocio, la incorporación de mejores estándares en la gestión del equipo humano o el avance tecnológico en empresas locales son algunos efectos que la inversión española ha generado en la economía peruana.

Hoy en día las empresas españolas se han convertido en empresas peruanas, con equipos locales y con un gran impacto social y económico en el país.

El efecto de la inversión española en la economía peruana no solo se traduce en impactos financieros sino en un impacto en el conocimiento.

En el escenario actual, la inversión española sigue considerando a Perú como un país preferente e interesante para invertir, con una mirada a largo plazo, alejados de los temblores puntuales de la geopolítica peruana y latinoamericana.

Hay una frase de nuestro poeta universal, Federico García Lorca, que quiero compartir para demostrar lo que significa Latinoamérica y en especial Perú para España: “el español que no ha estado en América, no sabe lo que es España”.



Manuel Martos

Executive Director - Group Managing Director NEXTEL Group

Nuestra experiencia inversora en LATAM

Nextil es un grupo, cotizado en la Bolsa de Madrid, dedicado a la producción de tejidos técnicos y prendas para grandes marcas.

Desde 2015, cuando tomó la mayoría de control Sherpa Capital, la estrategia ha sido de proveedor de proximidad, con artículos técnicamente complejos y de alta calidad. Manteniendo una lucha desigual con los grandes productores asiáticos.

Hace dos años se tomó la decisión estratégica de trabajar únicamente con clientes y productos de alto valor añadido, donde el servicio y la calidad son los drivers de crecimiento. Lo que fue una decisión difícil, por la pérdida de volumen de negocio que representó, se convirtió rápidamente en un éxito, mejorando los resultados de manera casi inmediata.

A pesar de ellos, los grandes clientes seguían centrando los mayores volúmenes en Asia. Mientras que con estos proveedores cerraban contratos de suministro y plazos de entrega a largo plazo, con los proveedores de proximidad como Nextil, trabajaban con pedidos a corto plazo de reducido tamaño y sin compromiso a medio plazo.

En 2020 decidimos reorganizar nuestra división de tejidos técnicos. La

situación fabril en Europa y en EE. UU. era insostenible, tanto la mano de obra como la energía hacían muy complicado una mínima competitividad; pero lo que es peor, el ecosistema de empresas auxiliares en el sector, en ambas áreas, estaba desapareciendo, y el conocimiento técnico con ellas. Un negocio sólido se estaba deshaciendo como un azucarillo en un café.

Para ello, lanzamos un proyecto interno que nos permitiese mantener e incrementar nuestro negocio, desplazando la unidad productiva principal a otro país. Establecimos tres premisas básicas, sin ninguna limitación de continente o país: poder mantener certificados de origen norteamericano y europeo de nuestros productos,

Lanzamos un proyecto interno para incrementar nuestro negocio, desplazando la unidad productiva principal a otro país.

bien comunicado y con estructura de costes competitiva frente a nuestros competidores asiáticos. Y por añadidura, que pudiera mantenerse cierta proximidad, al menos, a uno de los dos continentes.

La única área geográfica que cumple con estos requisitos es Centroamérica, con acuerdos internacionales de comercio que permiten cumplir con el primer requisito. Si compramos la materia prima en el país de destino, podemos fabricar en Centroamérica y devolver el producto acabado con el certificado de origen europeo o norteamericano.

Una vez definido el grupo de países, debíamos seleccionar aquellos que tuvieran el conocimiento y el ecosistema adecuado. Quedando descartados países focalizados en calzado o maquila de confección, centramos la decisión en tres: Guatemala, Honduras y El Salvador. Todos ellos con experiencia en la industria de tejidos de punto, quizás no tan técnicos como nuestro negocio, pero sí con una base sólida de proveedores y personal técnico capaz.

El siguiente paso fue el análisis del grado de seguridad jurídica de cada uno de estos países, historia, manda-

torios existentes y pasados, índices de corrupción, y seguridad ciudadana.

Aunque El Salvador parecía el país más adecuado para nuestra implantación, dado que existe un ecosistema textil muy parecido al que buscamos, el equipo lo descartó por las acciones tomadas por el Gobierno existente durante la pandemia y con posterioridad: prolongación del cierre fabril, más allá del de los países vecinos; encarcelamiento de varios directivos del sector textil, y, sobre todo, la inseguridad jurídica.

Determinados Guatemala y Honduras como países finalistas, entendimos que, siendo países relativamente pequeños en términos comerciales, tenía que existir una pequeña red de contactos, familias o grupos de interés, responsables de la gestión de la industria textil en el país.

Así fue como conocimos el peso de los industriales coreanos y de familias originarias de medio oriente, en la industria textil en ambos países. Los primeros creando organizaciones cerradas, opacas, y que trabajan para marcas de su país de origen o norteamericanas, y las segundas, con capacitación técnica, pero fabricando productos de muy bajo valor añadido.

En este punto, analizamos el aspecto de tamaño del país a nivel de PIB, organización del sector textil, logística, puertos, apoyo de las instituciones y legislación. Según estos criterios es Guatemala el país más adecuado, tanto por acceso a los dos océanos, como sus leyes 29/89 y de Zonas Francas, co-

Según varios criterios Guatemala fue país más adecuado.

Hoy podemos decir que, nuestro futuro pasa por Centroamérica.

mo por el apoyo y seguimiento de sus instituciones para que esta inversión llegara a buen término. Desde su presidente, sus Ministros, Embajadora como el Agregado Comercial, no han escatimado ni escatiman tiempo y energías en ayudarnos en todos los pasos de esta inversión.

Tomada la decisión, y seleccionada la fórmula entre financiamiento externo y recursos propios, no nos fue difícil encontrar a profesionales altamente capacitados en el país, donde desarrollar el proyecto inicialmente, y la producción.

Nuestra inversión ha venido acompañada de una inversión paralela para apoyo a la comunidad, conforme a nuestros valores. Uno de los mayores problemas sociales a los que se enfrenta Centroamérica es la salida de los hombres con familia hacia EE. UU. Personas que, pasados unos pocos años, crean una nueva familia en su país de destino, dejando de aportar fondos a su familia en el país de origen. Lo que provoca un círculo pernicioso, en el que la mujer no puede trabajar por que ha de cuidar de sus hijos, y a su vez, éstos no reciben la alimentación y formación adecuada. Para ello, estamos colaborando con la comunidad para colaborar en la creación de centros de educación y alimentación de estos niños, con el fin de que sus madres puedan trabajar y crear un futuro para su familia.

Hoy podemos decir que, nuestro futuro pasa por Centroamérica y creemos que el futuro de muchas otras empre-

sas del primer mundo también pasa por aquí. La rotura de las cadenas de suministro de Asia ha puesto en cuestión este modelo, saliendo a la luz la necesidad de nuevas cadenas de aprovisionamiento de precio competitivo, pero manteniendo la proximidad.



Oscar Sáez
CEO Softland

Oportunidades de América Latina en el campo de la consultoría tecnológica

América Latina, al igual que el resto del mundo, sufrió las consecuencias del Covid-19, impactando en una aceleración de los procesos de transformación digital, en muchos casos de manera improvisada por la necesidad de mantener las operaciones.

En perspectiva, la región tuvo la necesidad de hacer más inversión en tecnología e innovación, con el objetivo de mitigar las medidas de restricción y continuar con sus operaciones, lo que explica en buena parte la adopción de aplicaciones móviles y sistemas de información soportados en plataformas digitales.

Los contextos políticos, restricciones por nuevas variantes y las necesidades diversas de las compañías hacen que se enfrenten a importantes retos, sin embargo, hay sectores ganadores que demostraron un potencial crecimiento y aprovecharon estas situaciones adversas.

Por ejemplo, en noviembre de 2019, según eMarketer, la proyección de crecimiento del Ecommerce en Latinoa-

mérica para el año 2020 pronosticaba un 12.5% y el crecimiento real durante ese mismo año fue del 63.3%. ¡Esto es 5 veces mayor a la estimación realizada antes de la pandemia!

Por su parte, la mediana empresa (100-499 empleados) tuvo la mayor oportunidad de aceleración económica al mejorar su cadena de suministros y manufactura para poder servir a sectores como el de distribución, retail y consumo.

Oportunidades en consultoría tecnológica

Aunque la dinámica económica y social es diferente para cada país, hoy tenemos la certeza que la digitalización será un elemento central en las acciones inmediatas, pero también en la visión a futuro, de todas las compañías.

La consultoría tecnológica tiene una gran oportunidad para acompañar los procesos de transformación e impulsar la competitividad organizacional. Las tecnologías cada vez más complejas exigen una mayor especialización

y profundidad por lo que se requiere externalizar servicios especializados en los nuevos ecosistemas.

El más inmediato es el derivado del trabajo desde casa y los negocios a distancia fundamentalmente porque el incremento de las interacciones digitales genera nuevas y mayores oportunidades de fraude, ciberataques y sucesos relacionados; la rápida respuesta que han tenido que dar las organizaciones con herramientas abiertas y horizontales, a menudo inapropiadas, las ha hecho vulnerables.

Consecuentemente las compañías en Latinoamérica demandan consultoría en soluciones de seguridad, la autenticación multifactorial ampliada, biometría y herramientas antifraude y seguras

Las compañías en Latinoamérica demandan consultoría en soluciones de seguridad.

de colaboración a distancia que aprovechen la cadena de bloques (blockchain).

En el sector salud vemos que cada vez la atención se acerca más al paciente dondequiera que se encuentre, lo que requiere de tecnología innovadora que permita la recogida de datos de pacientes, el seguimiento y la intervención predictiva.

Sigue siendo una oportunidad para los servicios de tecnología y consultoría, la derivada de la velocidad de cambio de los entornos que requieren capacidades de desarrollo de aplicaciones más flexibles y amplias. Las soluciones de bajo código (Low-Code) posibilitan la automatización de flujos de trabajo y creación de nuevas soluciones con gran ahorro de tiempo y trabajo. Plataformas de “compliance” e incluso de “IoT”, RPA aprovechan la tecnología Low Code.

Otro aspecto no menor en las compañías, y de gran provecho para las consultorías tecnológicas, es el desarrollo del talento con softwares HCM que les permitan adaptarse con agilidad y administrar su recurso humano con eficacia.

La pandemia demostró la adaptabilidad del talento para trabajar de forma remota, por lo que ser más estratégicos, automatizar las tareas manuales, incentivar la comunicación con el personal, reconocer sus capacidades, automatizar la búsqueda y activar la fidelización del personal debería centrarse en una misma plataforma que simplifique la labor de los departamentos de RRHH.

La crisis de la cadena de suministro aumenta la necesidad de flexibilidad logística; la gestión de almacenes, redes de distribución y envío y seguimiento de mercancías con plataformas SaaS son nuevos retos que tendrán que acometer las empresas industriales

La consultora IDC espera que pa-

Latinoamérica ha demostrado que esta región se está convirtiendo en un referente interesante para digitalizar los negocios.

ra estos próximos años las compañías en Latinoamérica impulsen con mayor celeridad la modernización. Se pagará la deuda tecnológica con las pymes al integrar un ERP inteligente, Cloud y seguro como el que provee Softland, y que les permitirá, automatizar los departamentos financieros, comerciales y de marketing para hacer frente a los nuevos retos que se enfrentan.

Como vemos la región latinoamericana tiene escenarios favorables para impulsar el cambio de sistemas heredados u obsoletos hacia el cloud computing, las aplicaciones móviles, la inteligencia artificial, el Machine Learning, el Internet de las Cosas, etc. Todas las ventajas de la transformación digital serán tangibles en aquellas organizaciones que integren esto como parte de su cultura.

Softland, como compañía española haciendo negocios en Latinoamérica desde hace más de 20 años, ha demostrado que esta región se está convirtiendo en un referente interesante para digitalizar los negocios. Hoy más que nunca debemos estar presentes y buscar alianzas colaborativas que nos permitan ser los aliados estratégicos de las compañías latinoamericanas.



Ángel López

CEO de Sofistic,
unidad de ciberseguridad de Cuatroochenta

El reto de la flexibilidad y la adaptación

El rápido avance de la tecnología hace que hoy podamos resolver muchísimos problemas convencionales que limitan el potencial de la operación de empresas e instituciones. Las pocas fronteras que se anteponen al progreso tecnológico son superadas año tras año a un ritmo vertiginoso. Sin embargo, como especialistas y proveedores tecnológicos, para aportar verdadero valor, necesitamos foco en la resolución de una serie de necesidades específicas, necesitamos ser verdaderamente buenos en una serie de soluciones concretas.

Fuimos muy bien recibidos por el sector bancario en algunos países de Latinoamérica: mientras que en España no habíamos logrado acceso a un solo banco de manera directa, en Latinoamérica superamos los 40 bancos como clientes en 5 años.

Nuestro equipo de ciberseguridad pasó más de 8 años especializándose en determinados verticales, en un momento donde la ciberseguridad todavía no tenía el impacto, la popularidad y la extensión que tiene hoy. Tras muchos años tratando de mejorar la ciberseguridad en nuestra región, nos dimos cuenta de que había otros sectores donde la necesidad era más latente, y no eran necesariamente los que predominaban en nuestra área, así que empezamos a explorar otros sectores en otros países, donde los potenciales clientes eran ya conscientes de que necesitaban estos servicios. En particular, fuimos muy bien recibidos por el sector bancario en algunos países de Latinoamérica: mientras que en España no habíamos logrado acceso a un solo banco de manera directa, en Latinoamérica superamos los 40 bancos como clientes en 5 años.

Hoy, con presencia en muy diferentes sectores, como financiero, salud, infraestructuras críticas y otros, a la vez que, en diferentes países, podemos anticiparnos a problemas de seguridad que nuestros clientes tendrán, así como reutilizar la experiencia de lo que sucede en ciertos mercados, hacia todos aquellos donde tenemos presencia. Además,

la presencia en diferentes continentes con diferentes culturas y formas de operar, amplía nuestras perspectivas para disponer de una visión más amplia que cualquier empresa que limite su visibilidad a lo que sucede en un único país.

Además, con personas en diferentes zonas horarias, nos permite disponer de una cobertura continua para la detección de amenazas de seguridad en nuestros clientes, sin la necesidad de realizar horarios nocturnos de baja motivación y productividad, a la vez que tener visibilidad temprana de nuevas amenazas que llegan antes a ciertos países.

Tras nuestra internacionalización en toda Latinoamérica, con oficinas físicas y compañeros trabajando en 4 países diferentes de la región, estamos iniciando las operaciones en Estados Unidos, con idea de replicar los casos de éxito del resto de países, en un mercado donde la innovación tecnológica y su uso en las empresas e instituciones, es de otra magnitud.

El mayor reto es la flexibilidad y la capacidad de adaptación para entender que muchas compañías en diferentes países operan de manera completamente diferente a lo que estamos acostumbrados en nuestro país de origen. Y abrir la perspectiva a entender cómo y por qué se dan esas diferencias nos da la capacidad de evolucionar en nuestros procesos, a la vez que podemos dar un servicio que no impacte en el negocio o la operación actual del cliente, sino de forma positiva

Nuestra internacionalización en Latinoamérica cuenta con oficinas físicas y compañeros trabajando en 4 países diferentes de la región.



D. Luis Furnells

Presidente Ejecutivo Grupo Oesía

La transformación digital y la innovación tecnológica como motor de oportunidades

Gruppo Oesía somos una multinacional española, de capital privado, con sedes en Latinoamérica y en España, dedicados a la ingeniería tecnológica y digital. Somos más de 3.200 profesionales trabajando para 25 países en todo el mundo, generando empleo de calidad y ayudando a crecer a las personas en carreras técnicas.

A lo largo de 45 años de trayectoria hemos innovado en productos y servicios tecnológicos en los ámbitos de la sanidad, la administración pública, la defensa y la seguridad, aeronáutica y espacio, las telecomunicaciones, las finanzas, la logística y el sector industrial.

Un ejemplo de ello es el SIMAF de Brasil, el mayor simulador militar de América Latina. Un sistema que reproduce con precisión todas las condiciones ambientales y las características de todas las entidades presentes en el campo de batalla virtual, eliminando completamente el riesgo medioambiental y utilizando tecnología de inteligencia artificial avanzada que permite emular con total autonomía el com-

portamiento de dichas entidades en el ejercicio de simulación, como si se tratase de unidades reales.

Nuestro centro de operaciones en Latinoamérica se encuentra en Bogotá, y, desde 2014 contamos con una oficina en la ciudad de Lima (Perú).

Para nosotros, Latinoamérica es un mercado de vital importancia por constituir un hub de crecimiento y aprendizaje. América Latina es nuestro aliado natural por idioma, cultura e historia. Con ningún continente, país o región,

A lo largo de 45 años de trayectoria hemos innovado en productos y servicios tecnológicos. Un ejemplo de ello es el SIMAF de Brasil, el mayor simulador militar de América Latina.

nos entendemos mejor. Por ello, desde nuestra experiencia, vemos grandes similitudes entre el mercado español y el latinoamericano, a pesar la distancia que nos separa.

En Latinoamérica, como en España, el ciudadano y las pequeñas y medianas empresas son los eslabones más débiles dentro del proceso de transformación digital. Esta situación de vulnerabilidad y desprotección se ha visto acuciada con la pandemia por Covid-19.

En grupo Oesía estamos convencidos de que la tecnología debe jugar un papel protagonista y de liderazgo en proporcionar marcos de transformación y de crecimiento para todo el sector empresarial.

Durante los últimos años y, muy especialmente, durante estos últimos meses, constatamos que las empresas que se desarrollan en entornos relacionados con la tecnología y que se han visto en la necesidad de reorientar sus inversiones, dirigiéndose a infraestructuras iCloud, han sido pioneras en la implementación de los cambios necesarios orientados a la mejora en la operación, en la gestión y en los resultados.

Esta transformación digital y tecnológica, plantea una serie de retos que pasan por:

- El desarrollo de talento humano. La adquisición de habilidades digitales para elevar la competitividad y productividad laboral a través de profesionales especializados en áreas tecnológicas con énfasis en programación.
- Disminución de la brecha digital. Aprovechar oportunidades como el 5G, facilitando las condiciones de conectividad y de transmisión de datos.
- Apoyo en las colaboraciones entre corporaciones, instituciones gubernamentales y startups. Con la creación de políticas públicas que impulsen la conectividad y las regulaciones en temas de Big Data, Inteligencia Artificial y Blockchain, que mejoren la productividad y la seguridad.
- Incorporación de tecnologías innovadoras para la transformación: cloud computing, almacenamiento de datos (nunca ha sido tan importante acceder a datos completos y consistentes y manejarlos de forma ágil), inteligencia artificial y machine learning, IoT o internet de las cosas y blockchain.
- Visión 360°. Offline y online en una misma página.

En este conjunto de tendencias, hay una que marca la tendencia desde hace algún tiempo. El dato.

Las decisiones basadas en datos condicionan las inversiones y optimizan el trabajo de la empresa, generan

Para nosotros, Latinoamérica es un mercado de vital importancia por constituir un hub de crecimiento y aprendizaje.

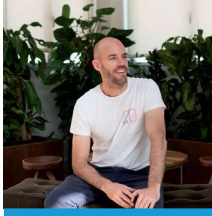
do mejores resultados. Para ello es necesario priorizar la calidad por encima de la cantidad.

De nuevo, los principales desafíos que nos encontramos en la gestión de este tipo de proyectos se relacionan con la infraestructura de TI y volvemos a constatar que la formación y actualización continua de los profesionales es un aspecto clave del éxito. Otras cuestiones sobre las que poner el foco y la mirada constante son el desarrollo de modelos de negocio que soporten el framework ágil; la integraciones y construcción de ecosistemas seguros y bien diseñados; la seguridad de datos y, muy relacionado con esto, la protección de datos personales.

Hablando de protección, merece mención aparte la ciberseguridad, pues trasciende al ámbito empresarial y es que, en gran medida, la libertad y los derechos de los ciudadanos dependen de la seguridad. En concreto, en la sociedad actual, la ciberseguridad es un factor primordial para los Estados.

Igualmente, la alta capacidad tecnológica de las industrias de defensa, aeronáutica y de espacio española abren grandes posibilidades para los países de Latinoamérica ofreciendo tecnología líder mundial avalada por una capacidad operativa demostrada y trasladable merced a la cercanía cultural que antes mencionaba.

Por todo ello, Latinoamérica es una región estratégica para el sector tecnológico español, con un alto potencial a través de la transferencia de capacidades, conocimiento y desarrollos que ayuden a avanzar a los países de la región en la línea de la digitalización, en beneficio de su competitividad.



Juan de Antonio
CEO de Cabify

El impacto del emprendimiento y la transformación tecnológica en Latinoamérica

En los últimos dos años hemos observado como América Latina está viviendo un auge del emprendimiento tecnológico, algunos le han llamado “la fiebre de los Unicornios”. Una década atrás la región estaba alejada de esta tendencia, pero hoy, las empresas tecnológicas cuentan con el apoyo y el espacio para lograr un crecimiento exponencial.

La transformación digital, acelerada en Latinoamérica debido a la crisis sanitaria, abre enormes oportunidades de crecimiento económico y de mejora de las condiciones sociales y de bienestar de los países de la región. Según el Banco Mundial, 50 millones de adultos probaron soluciones de pago digitales por primera vez durante el primer año de la pandemia. (1) Hay una mayor confianza y apertura a probar soluciones puramente digitales. Es una oportunidad única para que las empresas españolas valoren expandirse en países que anteriormente eran más complejos de penetrar por el elevado uso del dinero en efectivo, por citar un ejemplo.

Los primeros países en los que iniciamos operaciones tan solo meses después de la creación de Cabify en España fueron Chile, México y Perú. De esto hace ya 10 años. Aterrizamos en la región con un servicio muy demandado y, sobre todo, con una visión de futuro muy ambiciosa: hacer de las ciudades mejores lugares para vivir. Somos la primera plataforma de movilidad que se atrevió a transformar la forma tradicional de pedir un auto para movilizarse por Santiago, Ciudad de México y Lima. Ser pionero es siempre un reto porque nuestro servicio en ese momento era muy disruptivo y la penetración de Internet y smartphones estaban muy por debajo de los niveles

Los primeros países en los que iniciamos operaciones en Latinoamérica fueron Chile, México y Perú.

actuales. Además, el concepto de startup tecnológica estaba arrancando en la región con las primeras generaciones de aceleradoras y emprendimientos.

Algunas de las claves más importantes para llevar un producto tecnológico europeo a América Latina son la localización y el entendimiento de cómo el entorno y la cultura condicionan el desarrollo del negocio. En Cabify apostamos por el talento local y nos basamos en su conocimiento del mercado para adaptarnos a las particularidades, retos y oportunidades que cada ciudad ofrece. También, nos aseguramos de tener un compromiso firme con estos mercados y generamos estructuras locales para declarar el 100% de nuestra actividad en cada país. Gracias a esta visión y al vertiginoso avance de la tecnología, hemos logrado un fuerte crecimiento y expansión, e incluso podemos decir que hemos superado una pandemia saliendo reforzados.

En la próxima década, América Latina va a consolidarse como un gran lugar para emprender, crecer y lograr un

impacto. La creatividad y resiliencia latinoamericana empujan a las personas a emprender y adoptar nuevas formas de generar ingresos o ahorros. Existe una gran predisposición para probar “lo nuevo” y los niveles de inversión están dando fe de ello. No es casualidad que justamente en un escenario pandémico Latinoamérica haya recibido \$14,800 millones de dólares de fondos de Venture Capital durante 2021, un incremento del 174%, según un reporte de CBInsights.

En 2021 la región fue el hogar para más de 667 millones de personas. En muchas de las ciudades, los servicios básicos tienen brechas muy amplias si las comparamos con otras realidades como la europea. Hay mucho por hacer y eso supone una oportunidad enorme de crecimiento. Además, la región ha vivido un fuerte impacto del COVID. La tasa actual de desempleo afecta al 10% de la población y, aunque se espera que baje en 2022, los niveles de paro serán superiores al periodo previo a la pandemia, según la OIT. (2) Las cifras son retadoras, pero plantean un escenario de recuperación de efecto tractor para las empresas y también para los emprendimientos tecnológicos.

El mundo se está transformando muy rápidamente al ritmo que marca la tecnología. Latinoamérica puede aprovechar esa velocidad para hacer “leapfrogging”, o mejor dicho saltarse etapas, y pasar de procesos analógicos a la adopción de soluciones puramente digitales como quienes pasaron al smartphone sin haber usado antes Internet en un computador. Otro ejemplo más reciente ha sido la adopción del e-commerce en la región: en los dos últimos años la aplicación de medidas de contingencia por la pandemia llevó a un incremento anual del 66% (3) de las ventas en línea en

Somos la primera plataforma de movilidad que se atrevió a transformar la forma tradicional de pedir un auto para movilizarse por Santiago, Ciudad de México y Lima.

el 2020, marcando un antes y un después para las empresas que cerraron sus tiendas físicas y abrieron las virtuales, o aquellas que sin pasar por el alquiler de un local montaron su propio comercio electrónico.

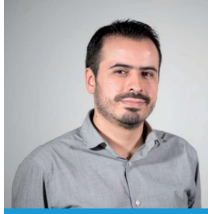
Somos de la opinión que el cambio ha de tener un propósito. Emprender es aún más valioso si tiene un objetivo más allá de obtener un beneficio económico y busca desarrollar iniciativas con propósito a largo plazo, promoviendo cambios de calado que permitan un futuro más sostenible. La tecnología es un facilitador para generar un impacto positivo en la sociedad y en Cabify lo vemos en el día a día contribuyendo a lograr ciudades más sostenibles donde el vehículo particular no sea la única opción para muchos de sus habitantes.

No hay mejor aliado que la tecnología para que América Latina logre dar el gran salto y ponerse a la par de otras regiones del mundo. Los próximos años de recuperación plantean un contexto de más inversión y crecimiento en esta región que dará la bienvenida a todos aquellos proyectos que contribuyan a resolver los retos de la siguiente década.

1. “El aumento de la inclusión financiera digital durante la pandemia de COVID-19”, Banco Mundial (2022).

2. “El desempleo en América Latina bajará en 2022, aunque seguirá más alto que antes de la pandemia”, Naciones Unidas (2022).

3. “El comercio electrónico en la región creció 66% en 2020 y llegó a US\$66.765 millones, según cifras de Euromonitor Internacional”, La República (2021).



Francisco Muciño

Director online de la revista Alto Nivel

México, tierra de oportunidades para las startups españolas

Si algo ha dejado claro la pandemia, es que la tecnología ya no puede ser considerada un lujo, sino una necesidad para las empresas y la vida diaria de las personas. La aparición del virus obligó a muchos a trabajar a distancia, hacer transacciones vía remota, comprar a través de internet y a invertir en el equipamiento necesario para mejorar la productividad.

Aunque la emergencia sanitaria dejó al descubierto las carencias y la poca preparación que había entre las personas y lo negocios para un escenario como este, también nos demuestra todas las oportunidades que existen para satisfacer estas necesidades, cotidianas y emergentes, a través de la tecnología. Y cientos de startups en México ya pusieron manos a la obra.

Al cierre de 2021 existen siete startups mexicanas que ya son consideradas como empresas unicornio (con una valuación de mil millones de dólares o más), y que ya están resolviendo necesidades, como hacer los pagos con tarjeta más accesibles para las pymes, adquirir un auto seminuevo, obtener financiamientos que son difíciles de conseguir en la banca tradicional, invertir en criptomonedas, comprar en línea, etcétera.

Por supuesto, estas oportunidades no existen solamente para las startups mexicanas, sino para todas las que quieran incursionar a un mercado atractivo por su bono demográfico y su ubicación como el de nuestro país. España puede aprovechar su larga experiencia en negocios con México y Latinoamérica para que más startups participen en un ecosistema en efervescencia y que ofrece varias vertientes de negocio.

¿Cuáles son las oportunidades de las startups españolas en México? Podemos empezar con la más evidente: el sector Fintech. En los últimos años han surgido múltiples empresas de soluciones financieras digitales en el país, algunas con un tamaño de operaciones considerable, y que demuestran que este segmento está alcanzando su nivel de madurez.

De acuerdo con el Fintech Radar 2021 de Finovista, existen 512 startups Fintech fundadas y operando en México, unas 123 más que el año anterior. De este universo, un 59% dijo que la pandemia tuvo un impacto positivo en su negocio, pues los usuarios e ingresos se incrementaron. Los principales modelos de negocio de las Fintech en México

son: Cuotas por transacción (31% de encuestados), Software as a Service (22%) y tasas de interés (20%).

A la mayoría de los clientes que atienden son: Personas bancarizadas (34%), Pymes bancarizadas (19%) y grandes empresas financieras (18%). No obstante, existe un amplio sector de población relegado por los servicios financieros tradicionales y que representa una gran oportunidad para nuevos emprendimientos. Solamente un 47% de los adultos en México tienen una cuenta con un banco o institución financiera regulada, 31% tienen algún crédito y 25%, un seguro.

Otro sector que ofrece muchas oportunidades está en el e-commerce o comercio en línea. Según la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), en 2020 el e-commerce aumentó un 81% con respecto a 2019. Nuestro

El sector fintech mexicano ofrece muchas posibilidades a la inversión española.

país “descubrió” el comercio en línea durante la pandemia y ha tenido un crecimiento exponencial que aún no alcanza su techo. Se espera que en los próximos cinco años se triplique el volumen de ventas en México y América Latina.

Para competir con los grandes jugadores del e-commerce, las startups tendrán que usar tecnologías emergentes como inteligencia artificial, realidad aumentada o búsqueda por voz para entregar una mejor experiencia a los clientes y así participar en este gran mercado en ascenso.

Si el e-commerce es un gran sector para las startups, la logística no se queda atrás. Ahora los retailers tienen que hacer miles de entregas en distintos puntos a la fecha acordada, lo que supone un gran reto para satisfacer a los clientes que prefieren comprar en línea antes que ir al centro comercial. Esta es una gran oportunidad para los emprendimientos tecnológicos en un sector con mucha demanda en servicios de última milla.

La pandemia también puso al descubierto la fragilidad del sistema de salud mexicano. Los hospitales públicos requieren de más inversión pública, mientras que los privados se vieron rebasados en los momentos más críticos de contagios. Por si fuera poco, el país también enfrenta una escasez de me-

Según la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), en 2020 el e-commerce aumentó un 81% con respecto a 2019.

dicamentos en el sector público y las familias tienen que desembolsar más para cuidar su salud. Sin duda hay múltiples oportunidades para las empresas de telemedicina, medicamentos genéricos y cuidado de la salud que pueden aliviar las necesidades del país.

Con la salud viene aparejado el bienestar. Una buena condición física y mental cobró mucha más importancia durante la pandemia y las personas buscarán alimentos y rutinas más saludables. Las startups que ofrezcan estas soluciones y brinden apoyo psicológico tienen un gran potencial.

Por último, pero no menos importante, la educación en línea continuará como una gran tendencia en 2022 y los años siguientes, aún después de la pandemia. Grandes jugadores del sector EdTech ya están en México y han visto la gran veta de crecimiento en México. Cuatro de cada 10 mexicanos prefieren la educación mixta y un 35% en línea, según “Educación en línea en México 2021” de la Asociación de Internet México y OCCMundial. Muchas personas están interesadas en continuar sus estudios para obtener un mejor empleo o sueldo, o aprender un oficio.

2022 sin duda será un año retador, como lo han sido los dos anteriores. Pero no cabe duda de que hay un horizonte de oportunidades para las startups en España. El atractivo mexicano no estriba solamente en su población y cercanía con Estados Unidos, también es el lugar de nacimiento de nuevos ‘unicornios’ y el trampolín para saltar a otros territorios. ¿El próximo unicornio español nacerá en México? Habrá que verlo, pero las condiciones están dadas.



Vicente Nunes

Editor ejecutivo del Correio Braziliense

Vuelve la confianza para invertir en Brasil

Brasil atraviesa un momento crítico particular, combinando la crisis política con un escenario económico desastroso. Es innegable que el país tiene un potencial inmenso, pero los últimos tres años de gobierno de Bolsonaro y la pandemia más grave en un siglo han empujado cuesta abajo a la nación más grande de América Latina. Brasil vive una tormenta perfecta. Y, ciertamente, la agitación que aqueja a todos no cesará hasta las elecciones presidenciales previstas para octubre próximo.

Afortunadamente, los gobiernos pasan. Por lo tanto, los inversores deberían estar atentos a Brasil. Las oportunidades en el país son enormes, ya sea en infraestructura (puerto, aeropuertos, carreteras, telefonía y ferrocarriles), como en finanzas, industria, comercio minorista y agroindustria. Es innegable cómo, aún con todos los descuidos políticos y malas decisiones en la economía, segmentos importantes han logrado sobrevivir y crecer, generando empleos e ingresos.

Desde 2014, el Producto Interno Bruto (PIB) de Brasil alterna recesiones y bajo crecimiento. En la última década, la tasa promedio de expansión de

la economía estuvo por debajo del 1%. No es nada para un país que necesita avanzar al menos un 3% anual durante mucho tiempo para reducir sus graves males sociales. En este contexto, las inversiones son fundamentales. Sobre todo, los extranjeros, ya que Brasil no tiene suficientes ahorros internos para cubrir sus necesidades de capital.

En el pasado reciente, Brasil ha dado importantes evidencias de que, con una política económica responsable, inflación bajo control y previsibilidad, puede crecer con inclusión social. Este es el verdadero crecimiento que necesita el país, dadas las enormes desigualdades entre ricos y pobres. A lo largo de una década, más de 50 millones de personas, la cuarta parte de la

Las oportunidades en el país son enormes, ya sea en, como en finanzas, industria, comercio minorista y agroindustria.

población y el equivalente a casi una de España, se incorporaron al mercado de consumo.

Los brasileños están ansiosos por estos tiempos de bienestar social. Hay una necesidad de consumo reprimido y de mejores servicios. Por lo tanto, quienes vengan al país seguramente tendrán un retorno garantizado. Basta con que el próximo gobierno desempolve la arena política, reduzca la polarización y adopte las medidas adecuadas para sacar a la economía del atolladero. No hay necesidad de reinventar la rueda. Las condiciones están dadas y todos saben lo que hay que hacer, empezando por la reforma fiscal.

Los más atrevidos dicen que Brasil no es para amateurs. Es verdad. Sin embargo, a pesar de todos los perances, las instituciones funcionan, la democracia se consolida y hay seguridad jurídica en los contratos. No ha habido noticias, en los últimos años, de incumplimientos de contratos que hayan perjudicado a los inversores. Al contrario. Los tribunales han desempeñado un papel clave para garantizar que se cumplan los acuerdos. Más que eso: los negocios extranjeros en Brasil se encuentran entre los más rentables entre

los activos de las multinacionales que operan en el país.

Otro factor que juega a favor de los inversores internacionales: los activos brasileños son baratos. Hay mano de obra calificada disponible en el mercado. Aquellos que estén dispuestos a dirigir recursos a Brasil no se arrepentirán, siempre que las opciones sean buenas y la planificación adecuada. El probable cambio de gobierno en el país, como muestran todas las encuestas de intención de voto, abrirá una serie de oportunidades para los dueños del dinero. El que llegue primero tendrá la fiesta.

No se puede negar, todavía, que el Congreso, a pesar de las crisis generadas por el gobierno, se ha mostrado bastante reformista. En 2019 aprobó la reforma de la Seguridad Social y avaló numerosas micro reformas económicas que eliminaron importantes obstáculos para la marcha de los negocios. La perspectiva es que el futuro Poder Legislativo también esté a favor de propuestas que impulsen la economía, pues todo se encamina hacia una composición de centroizquierda en la boleta ganadora.

El último año fue de espera. No en vano, la inversión extranjera directa (IED), medida por el Banco Central, cayó a la mitad con respecto a 2020. Los próximos meses, a su vez, serán relevantes para que el capital tenga la noción exacta de que Brasil saldrá de las

Las instituciones funcionan, la democracia se consolida y hay seguridad jurídica en los contratos.

El congreso aprobó en 2019 aprobó la reforma de la Seguridad Social y avaló numerosas micro reformas económicas que eliminaron importantes obstáculos para la marcha de los negocios.

urnas. Sin duda será un país dispuesto a reconstruir, con más oportunidades para todos y menos animosidad. La educación jugará un papel protagónico en este proceso, ya que la economía necesita recuperar la productividad perdida, estamos en el mismo nivel que hace 30 años.

Más: el capital nacional está dispuesto a asociarse, ya que tiene la comprensión exacta de la importancia de aliados fuertes y con capacidad de inversión. El respeto por el medio ambiente se está convirtiendo en la regla. Los que no se adapten serán retirados del mercado en un proceso de selección natural. Es del juego. De todos modos, después de la tormenta (de alta inflación, altas tasas de interés, desempleo récord y pobreza inaceptable), la confianza volverá con todo. El miedo dará paso a la esperanza. Sí, Brasil tiene un camino.



IBERIA
Cada día es el primer día

Comprometidos con América Latina

Compromiso es seguir conectando a millones de personas y unir las culturas de dos continentes. Es seguir estando ahí cuando más falta hace. Compromiso es innovar para abrir la puerta a un futuro más sostenible y responsable con la sociedad. Compromiso es mantener la ilusión del primer día conectando Europa con América Latina.