

LA CASA BLANCA AÚN BUSCA FIRMAR EL ALCA

# EEUU descarta a Zapatero como aliado comercial en Latinoamérica

Madrid y Washington coinciden en su estrategia política para América Latina: aumentar la seguridad jurídica y la estabilidad. Pero trabajan por intereses económicos distintos.

MIRIAM GIDRÓN. Madrid

La relación transatlántica no termina de cuajar. Los gobiernos de George Bush y José Luis Rodríguez Zapatero continúan buscando fórmulas para aumentar la cooperación con el fin de sellar definitivamente las heridas provocadas por la retirada en 2004 del apoyo militar español a la ofensiva estadounidense en Irak. América Latina, el *patio trasero* de EEUU, se presenta como un escenario óptimo para buscar el acercamiento (ver EXPANSIÓN del 13 de julio), aunque desde Washington se percibe con menos interés que desde este lado del Océano Atlántico.

En el plano político, España se ofrece como mediador entre la Administración de George Bush y los gobiernos más rebeldes a las doctrinas de libre mercado que propone EEUU, como Bolivia y Venezuela, países que los expertos califican de populistas por prometer soluciones utópicas al subdesarrollo. "Nuestros intereses políticos en esta región son similares: aumentar la estabilidad política y la seguridad jurídica. Tanto España como EEUU queremos establecer en estos países las mismas reglas del juego", asegura Jim Wilson, consejero comercial de la Embajada de EEUU en España. "En cambio, desde el punto de vista comercial, cada país trabaja por sus propios intereses", apunta.

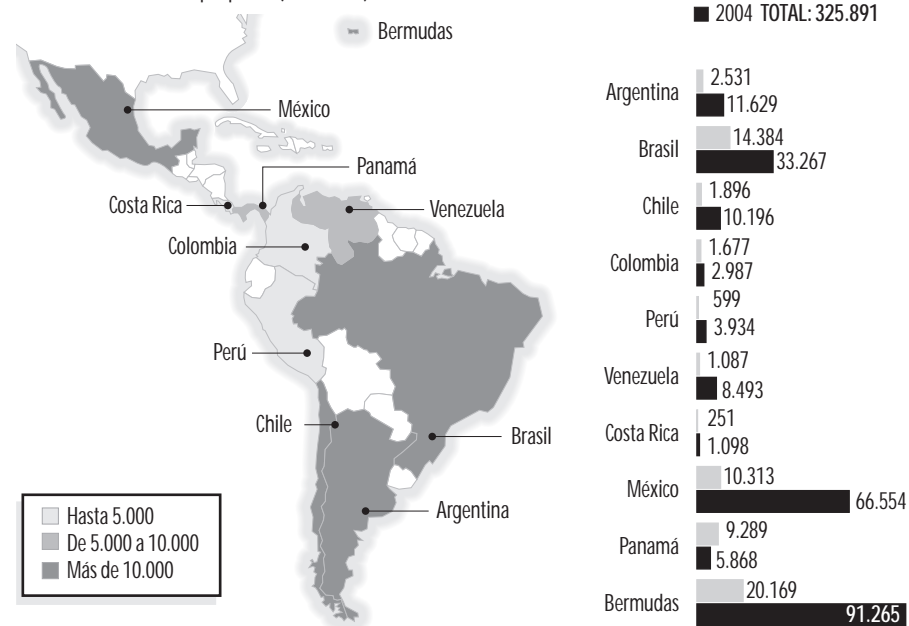
## Lazos económicos

Washington aspira a crear un único mercado que abarque todo el continente, un proyecto que se conoce como Acuerdo de Libre Comercio para las Américas (ALCA). Pero el último encuentro entre los líderes americanos en Mar de Plata (Argentina) en noviembre pasado puso de manifiesto que los gobiernos latinoamericanos más destacados están en contra de un acuerdo continental.

"Brasil, que arrastra al resto de América Latina, no apuesta por el ALCA. No obstante, este acuerdo no está muerto, sino paralizado hasta más adelante. De momento, los brasileños luchan por defender sus intereses

## Los negocios de EEUU en su 'patio trasero'

Inversión directa de EEUU por países (1990-2004), en millones de dólares.



FUENTE: Embajada de EEUU en España

EXPANSIÓN

en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), señala Wilson.

Mientras, la Administración Bush se ha centrado en firmar acuerdos bilaterales con sus vecinos del sur (Chile, México, Centroamérica, República Dominicana y, recientemente, Colombia y Perú). Las empresas norteamericanas contribuyen a estrechar los lazos económicos por medio de sus inversiones en Latinoamérica, que en

## Bush ha firmado acuerdos bilaterales con algunos países a la espera de que resucite el ALCA

2004 ascendieron a más de 325.000 millones de dólares (unos 254.000 millones de euros), según los datos oficiales, lo que coloca a EEUU como el principal inversor en la región (ver gráfico). Mientras, las firmas españolas pugnan con las de matriz holandesa por el segundo puesto.

"La evolución de las inversiones estadounidenses en América Latina es acorde a las que se dirigen al resto del mundo. Tras producirse un descenso en 2001, el volumen actual se ha recuperado", afirma el diplomático,

que conoce bien la realidad latinoamericana tras haber trabajado durante cuatro años en Argentina, coincidiendo con la crisis económica del país.

## Negocios trasatlánticos

Al margen de la rivalidad entre las empresas por conquistar el mercado latinoamericano, "la relación económica entre España y EEUU -la octava y la primera economías del mundo, respectivamente- tiene todavía mucho recorrido", apunta Wilson. En su opinión, EEUU está presente en España desde los años 60 a través de grandes compañías como Coca-Cola, IBM o Ford. Desde la perspectiva española, "lo interesante es que las firmas se diversifiquen geográficamente en el mercado americano y aprovechen su experiencia en concesiones de obra pública, un valor añadido que no abunda en EEUU".

Un consejo que las principales constructoras españolas como Ferrovial o FCC han puesto en práctica. Acerinox, Santander, BBVA, Indra, Gamesa, Applus, Ebro Puleva o SOS Cuétara destacan también entre las firmas pioneras en EEUU. Pero la presencia empresarial sigue siendo insignificante. Del total de inversión procedente de la Unión Europea en

2004, España sólo aportó un 0,5%.

El diplomático reconoce que no es fácil competir en el mercado más rico del mundo, por su gran tamaño y sofisticación. Pone el ejemplo de los vinos españoles, que han conseguido buena reputación pero aún no disponen de recursos financieros suficientes para competir con los chilenos. Pero advierte de que hacerse un hueco en España tampoco es baladí. "El

## EEUU considera que la relación económica con España aún tiene mucho recorrido

tratamiento en las licitaciones no es el mismo para las empresas nacionales que para las extranjeras. La percepción de los inversores es que los contratos de infraestructuras en España se otorgan casi siempre a firmas españolas. Las reglas del juego son claras pero cuando se interpretan, las empresas nacionales tienen prioridad", señala Wilson. Una crítica que el embajador Eduardo Aguirre ha manifestado en más de una ocasión.

Para más información  
[www.iberamericaempresarial.com](http://www.iberamericaempresarial.com)

## OPINIÓN

# China, España y América Latina

Javier Santiso

Economista Jefe y Director Adjunto  
Centro de Desarrollo de la OCDE

Los años noventa tuvieron su burbuja tecnológica. En los años 2000 esta burbuja es asiática. Sin embargo, como el buen cava, puede que ésta no se disipe tan pronto y que la ebriedad dure más de lo usual. La razón es sencilla: la burbuja china es mucho más real que virtual. Su reverberación económica es palpable en todos los rincones del mundo, como señalado por la OCDE. Por toda Europa y Estados Unidos, los sismógrafos empresariales están también registrando de forma continuada esta tectónica china.

En esta recomposición a escala global, se está diseñando un triángulo inédito en el cual España puede jugar un papel clave. Las inversiones masivas de los grupos españoles en América Latina les convierten en interlocutores de primer rango para las empresas chinas que buscan expandir negocios hacia las Américas.

Algunos bancos españoles han entendido perfectamente este potencial. Una entidad como BBVA, que se ha convertido en 2005 en el líder mundial de operaciones de financiación de comercio exterior, está ahora armando una red a través de toda Asia, desde Shanghai hasta Bombay. Esta estrategia no puede ser más acertada en un momento en el cual se están disparando los flujos comerciales entre China y América Latina. Por si fuera poco, el apetito inversor de las multinacionales emergentes chinas la coloca también en una posición idónea para intermediar estas dinámicas corporativas hacia América Latina.

El foco que ha puesto BBVA en Asia va sin embargo más allá de los únicos flujos comerciales, como lo señala el acuerdo concluido con el primer banco chino en 2006 (Bank of China) para canalizar el envío de remesas de los chinos ubicados en Estados Unidos hacia su país de origen. Este acuerdo se extenderá luego a otros países con importantes comunidades chinas en Asia pero también en Europa y en América Latina, en particular en Perú. En total hacia China fluyen 8% del conjunto de las remesas de emigrantes mundiales, un monto equivalente a más de 12.000 millones de dólares.

Un ejemplo también llamativo es el de Telefónica. Este grupo ha dado pasos muy significativos en China. Abrió una oficina en 2005. Poco tiempo después adquirió el 5% de China Netcom por algo más de medio millón de dólares. En 2006, la filial de móviles suscribió acuerdos con los dos principales fabricantes chinos de equipos de telecomunicaciones (Huawei Technologies y ZTE). Más interesante todavía, el grupo español impulsó el desembarco de una multinacional china en América Latina, mediante un acuerdo con Huawei. Hoy en día esta empresa suministra productos para todas las filiales de Telefónica en América Latina.

China seguirá alimentando los tintos de los noticieros. Los viajeros seguirán quedándose deslumbrados por la vertical modernidad de Shanghai y los empresarios occidentales por esa fábrica del mundo que se ha convertido en el oscuro deseo de sus multinacionales.

En 2008 se celebrarán en China los Juegos Olímpicos. Hablaremos entonces más que nunca del *dragón*. Con estos juegos, el desvanecimiento acelerado de los equilibrios heredados del siglo veinte continuará. Para Europa y América Latina, el mensaje resonará todavía más fuerte: ambas regiones sólo seguirán jugando en esta nueva era de globalización llevados también de la mano (in)visible china.

Con la colaboración de



M&amp;B CAPITAL ADVISERS

