



Universidad Nacional de Rosario  
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales  
Licenciatura en Relaciones Internacionales

# TESINA:

Las empresas multinacionales argentinas en el  
contexto latinoamericano del siglo XXI

**Autor: Felipe Soraires**

Legajo: S-1605/5

Director: Dr. José Fernández Alonso

Fecha: Septiembre de 2015

## Índice

Agradecimientos.....	1
ÍNDICE DE ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS Y SIGLAS .....	2
Introducción .....	4
Capítulo I: La situación de las EMNs argentinas en el contexto latinoamericano del siglo XXI.....	13
1.1. Las primeras olas de internacionalización.....	14
1.2. La situación de la IED en el siglo XXI: la tercer ola de internacionalización .....	15
1.3. Olas de IED en los países en desarrollo .....	16
1.4. Argentina en el contexto latinoamericano del siglo XXI .....	17
1.5. Las multilatinas.....	21
1.6. Las empresas multinacionales argentinas en el siglo XXI .....	23
1.7. A modo de recapitulación.....	29
Capítulo II: El rol del Estado en la internacionalización de las empresas argentinas .....	30
2.1. Las políticas de promoción de emisión de IED en los PED .....	31
2.2. Argentina en el siglo XXI.....	34
2.2.1. Instituciones de promoción de inversiones .....	35
2.2.2. Incentivos a las inversiones .....	37
2.2.3. Negociación y firma de Acuerdos Internacionales de Inversión (AII).....	39
2.2.4. Defensa de intereses de empresas nacionales en controversias en el extranjero .....	40
2.3. A modo de recapitulación.....	43
Capítulo III: Las estrategias corporativas de las EMNs argentinas .....	45
3.1. Fases de internacionalización de las empresas argentinas.....	46
3.1.1. Fase agroexportadora con industrialización incipiente (fines S XIX – 1930s): las empresas argentinas, pioneras en la región.....	47
3.1.2. Fase de industrialización sustitutiva de importaciones (ISI) (1930s- fines 1970s) .....	48
3.1.3. Fase de apertura con reestructuración y globalización (fines 70´s – inicios siglo XXI) ..	49
3.2. La internacionalización de empresas argentinas en el siglo XXI.....	54
3.3. La expansión de las multilatinas de la región.....	57
3.3.1. La expansión de las multilatinas brasileñas .....	58
3.3.2. La expansión de las multilatinas mexicanas .....	60
3.3.3. La expansión de las multilatinas chilenas.....	62
3.4. A modo de recapitulación.....	64

4. Conclusiones finales.....	65
Referencias bibliográficas .....	69

## **Agradecimientos**

Al llegar al final de esta etapa no tengo más que palabras de agradecimiento para todas aquellas personas que de algún u otro modo estuvieron apoyándome en este recorrido.

A mis padres fundamentalmente, quienes desde el primer momento en que les anuncié que había decidido estudiar esta tan hermosa como compleja carrera me brindaron su apoyo incondicional.

A mis hermanos, mi abuelo, amigos, compañeros de clase, por el acompañamiento cotidiano, por apoyar en todo momento, especialmente en los difíciles, que no fueron pocos a lo largo de estos años.

Estoy seguro que todos ellos disfrutaban tanto como yo de la alegría de culminar esta etapa y comenzar nuevos proyectos.

## ÍNDICE DE ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS Y SIGLAS

ADI	Agencia de Desarrollo de Inversiones.
AII	Acuerdos Internacionales de Inversión.
ANDI	Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones.
ApexBrasil	Agencia Brasileira de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
BancoMext	Banco Nacional de Comercio Exterior de México.
BCG	<i>Boston Consulting Group.</i>
BNDES	<i>Banco Nacional do Desenvolvimento.</i>
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
EMN	Empresas Multinacionales.
EPI	Economía Política Internacional.
FMI	Fondo Monetario Internacional.
IED	Inversión extranjera directa.
ISI	Industrialización por sustitución de importaciones.
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
MRECIC	Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.
NAFTA	Tratado de Libre Comercio de América del Norte.
PD	Países desarrollados.
PED	Países en desarrollo.
PEI	Política Económica Internacional.
PEIED	Promoción de emisión de inversión extranjera directa.

ProChile	Dirección de Promoción de Exportaciones de Chile.
SOBEET	<i>Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e Globalização Econômica.</i>
SUINV	Subsecretaría de Desarrollo de Inversiones.
TBI	Tratados Bilaterales de Inversión.
TDT	Tratados de Doble Tributación.
TLC	Tratados de Libre Comercio.
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
VCC	Centro Vale de Inversión Internacional Sustentable de la Universidad deColumbia

## Introducción

Los avances tecnológicos, en las comunicaciones y el transporte han tenido grandes consecuencias para la economía internacional. La competencia por la obtención de mayores porciones de mercado ha generado que la internacionalización de la producción se convierta, en la práctica, en una necesidad para muchas empresas. La internacionalización es vista no sólo como una manera de aumentar las ganancias o el prestigio de la empresa, sino como una cuestión de supervivencia en el mundo globalizado. Esto se constituye en uno de los hechos más relevantes que caracterizan la coyuntura mundial. Es así como los flujos de inversión extranjera directa (IED) han adquirido cada vez una mayor importancia, constituyéndose en motores de la integración económica mundial, superando en términos absolutos y relativos a las transacciones comerciales (Sauvant, 2008).

Históricamente, las corrientes de IED han tenido como principales protagonistas a los países desarrollados (PD). Vehiculizadas a través de sus empresas multinacionales (EMN), estos países han desempeñado el rol de grandes inversores, ya sea con inversiones dirigidas hacia otros PD – corrientes de tipo Norte-Norte-, o bien, hacia los países en desarrollo (PED) –corrientes Norte-Sur-. En los inicios del siglo XXI, esta tendencia parece haber sido revertida o, al menos, mostrado cierta flexibilidad. Esto se debe a que muchos PED son cada vez mayores protagonistas en la emisión de IED. Desde los inicios del siglo XXI, los flujos de IED de tipo Sur-Sur y Sur-Norte se han sumado a los flujos tradicionales originados en países del Norte. La IED emitida desde los países emergentes, vehiculizada a través de sus empresas multinacionales, ha alcanzado el 39% de los flujos totales de IED en el 2013 (UNCTAD, 2014).

América Latina no ha quedado atrás, sino que más bien ha sido protagonista de esta tendencia. Es por ello que una gran cantidad de empresas originarias de estos países se han convertido en líderes de sus sectores, compitiendo en muchas ocasiones de igual a igual frente a grandes empresas de PD. Estas empresas multinacionales originarias de países de América Latina, son las “empresas multilatinas”, según la denominación otorgada por Santiso (2008), o “translatinas”, concepto acuñado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2005:17). Ejemplos como Petrobras, Cemex, América Móvil, Vale, Embraer, Latam, entre otras, demuestran que éstas se han convertido en protagonistas de unos mercados mundiales cada vez más competitivos, que tiene a los PED con un renovado protagonismo.

La República Argentina, pionera en la región en lo que refiere a la internacionalización de sus empresas, con antecedentes que se remontan a fines del siglo XIX y principios del XX, se muestra en los tiempos actuales en una posición relegada, con relativamente pocas empresas con IED. He aquí, pues el objetivo general de esta tesis: analizar el desempeño de las EMN de origen argentino en el contexto latinoamericano del siglo XXI.

En función del objetivo general recién planteado, se formularon los siguientes objetivos específicos: 1) indagar el rol desarrollado por el Estado argentino en el proceso de internacionalización de empresas argentinas; 2) escrutar los principales rasgos de la estrategia de internacionalización de dichas empresas; 3) contrastar el caso argentino con las experiencias de las EMNs originarias de Brasil, México y Chile.

Para el desarrollo de los objetivos planteados, se articuló un marco teórico-conceptual cuyos principales elementos son mencionados a continuación.

Tal como plantea Actis (2014:112), las interpretaciones respecto al rol de las EMNs han sido de naturaleza muy diversa, arraigadas en las distintas corrientes teóricas/filosóficas de la Ciencia Política, la Economía o las Relaciones Internacionales. Todas estas disciplinas han buscado darle una explicación al funcionamiento y la expansión de las EMN, así como sus consecuencias económicas y políticas. Se coincide con el autor cuando sostiene que ninguna de estas disciplinas puede, de forma individual, aprehender el fenómeno en su totalidad. Es por esta razón que resulta necesario un abordaje multidisciplinario, que capte la compleja interrelación de la actividad económica y la política en el nivel de los asuntos internacionales, lo que constituye el objetivo último de la Economía Política Internacional (EPI). Robert Gilpin define a la EPI como “la dinámica y recíproca interacción en las relaciones internacionales en la búsqueda de la riqueza y el poder” (Gilpin, 1975:43).

La mayoría de los estudios acerca de la relación entre las EMNs con los gobiernos de sus países de origen, se dividen en alguna de las tres posiciones básicas sobre el vínculo entre la economía y la política que plantea Gilpin (1976): la liberal (u ortodoxa), la marxista (o radical) y la mercantilista (también realista, neomercantilista o nacionalista).

Los liberales difieren de las otras dos corrientes de pensamiento en cuanto a la interpretación de la naturaleza de las relaciones económicas internacionales, a las cuales las califican como armoniosas, mientras que para las otras corrientes éstas son conflictivas. Además, la corriente liberal explica la expansión internacional de las empresas exclusivamente desde los incentivos

económicos que éstas adquieren. Se percibe al Estado como necesariamente predatorio y al sector privado dedicado inherentemente a la búsqueda de beneficios (Rodrik, 2013). Así, la EMN se constituye en el actor principal al momento de explicar la internacionalización del capital, y su expansión hacia terceros mercados depende de las condiciones que éstas tengan para competir y adaptarse en esos mercados (Actis, 2014). De esta forma, se desestima la vinculación entre la EMN y el país de origen de ésta.

Desde la tesis marxista, en tanto, se plantea que las EMNs son la máxima expresión de la explotación capitalista y el imperialismo. Los actores principales para esta corriente de pensamiento son las clases sociales. Entonces, la vinculación entre política y economía se observa en la política exterior de los Estados, que es vista como un mero reflejo de los intereses expansionistas de la clase capitalista dominante (Gilpin, 1976).

La corriente mercantilista o realista cuestiona tanto la tesis liberal como la marxista, debido al hecho de que ambas subordinan la política a la economía. Esta línea de pensamiento pone énfasis en el Estado nación y en la estrecha identidad de intereses entre éste y las EMNs que allí se originan (Gilpin, 1976). Rodrik (2013) reivindica a esta corriente al plantear que se debe pensar al mercantilismo “como una forma diferente de organizar la relación entre el Estado y la economía”. Además, agrega que la misma “ofrece una visión corporativista en la cual el Estado y las empresas privadas son aliados y cooperan en busca de objetivos comunes, como el crecimiento de la economía nacional o del poderío del país”.

Desde este punto de vista, y según lo sostenido por Actis (2012), la noción de “internacionalización” de la empresa destaca el componente nacional del capital, considerando que la nacionalidad de la empresa no se pierde por el hecho de expandirse fronteras afuera del Estado de origen. En este sentido, se advierte que toda empresa tiene una base nacional, que es determinada por su casa matriz o por la nacionalidad de sus accionistas. La internacionalización de capitales, entonces, debe ser entendida dentro del patrón de las relaciones interestatales, ya que como sostiene Gilpin (1975:38) “las actividades económicas son fundamentales en la batalla por el poder entre las naciones”.

Se considera que estas premisas de Gilpin en torno al trasfondo de poder en las estrategias de internacionalización, resultan las más adecuadas para analizar la relación entre el Estado y el desempeño de las empresas argentinas, el cual constituye uno de los objetivos específicos de esta tesina.

Sin embargo, más allá de la gran relevancia que tiene el vínculo entre la empresa y el Estado, no se debe subestimar la importancia de las variables netamente económicas para la comprensión de las EMNs. En ese sentido, se entiende que al momento de explicar las estrategias de internacionalización del capital es necesario también tener en consideración los incentivos ofrecidos por el mercado, así como las ventajas que necesariamente deben tener las empresas para decidir realizar IED.

Es por esta razón que la perspectiva analítica para analizar las estrategias de internacionalización de empresas argentinas toma como base los análisis de Dunning (1973; 1988; 1993; 2006) con su paradigma ecléctico. Esta perspectiva teórica sigue siendo necesaria para el análisis de las EMNs, pero refleja fundamentalmente las experiencias de compañías transnacionales de los PD en el período 1960-1990 (Rivera Urrutia, 2014:22). Habida cuenta de que la complejidad del fenómeno abordado impide escrutarlo desde un solo enfoque teórico, la tesina recurre a aportes complementarios provenientes de otras escuelas de pensamiento dentro del ámbito económico.

Tales el caso de la Escuela de Uppsala, cuya versión original fue propuesta por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); y la teoría LLL (*linkage, leverage, learning*<sup>1</sup>) propuesta por Mathews (2006). A continuación, se describirán algunas de las contribuciones que estas teorías aportan para la mejor comprensión de las EMNs, sin perjuicio de abordarlo con mayor profundidad en el desarrollo de esta tesina.

Dunning (1973) sostiene que la producción internacional está determinada por la articulación de ventajas competitivas específicas de la firma (ventajas de propiedad), ventajas comparativas existentes en el país anfitrión (ventajas de localización), y ventajas obtenidas por la generación de activos al interior de la firma en lugar de obtenerlos de los mercados (ventajas de internalización).

El modelo OLI articula las ventajas de propiedad<sup>2</sup>(O), las cuales se basan en el tipo de activos productivos, financieros o tecnológicos que disponga la firma –ventajas en cuanto a calidad de los productos, tecnologías, organizacionales, formas de producir-. Las ventajas de localización (L), que pueden ser naturales –disponibilidad de recursos-, adquiridas o acumuladas –capacidades manufactureras o de infraestructura- o creadas políticamente –reservas de mercado-. Ambas ventajas varían a lo largo del tiempo, a la vez que interactúan, redefiniéndose de manera permanente. Las ventajas de internalización (I) derivan generalmente del carácter estratégico de los

---

<sup>1</sup> Vinculación, apalancamiento, aprendizaje.

<sup>2</sup> *ownership*, en inglés.

activos productivos y tecnológicos de la empresa, o bien de la dificultad de organizar el proceso productivo a través del mercado. La empresa decidirá invertir y localizar su producción en un mercado específico cuando los costos de incorporación y organización de una unidad productiva propia dentro de la red de activos de la firma sean menores a la transferencia de las capacidades a un productor local (Kosacoff y Porta, 1997:16).

En cuanto a las estrategias de las empresas al momento de la internacionalización de la producción, Dunning (1988) identificó tres motivos por los cuales una firma está dispuesta a invertir en el extranjero:

- **Búsqueda de mercados:** se trata aprovechar y explotar el mercado interno del país receptor y/o los mercados vecinos. Para realizar este tipo de inversiones es necesario analizar el tamaño y la tasa de crecimiento de dicho mercado, considerar el tipo de vinculación necesaria con los clientes y proveedores, determinar si es necesario adaptar los productos y servicios a los gustos y requerimientos de dicho mercado, tener en cuenta las regulaciones propias del país receptor.

- **Búsqueda de recursos:** el acceso a recursos naturales y mano de obra constituye el atractivo fundamental para este tipo de IED, la cual generalmente va orientada hacia a la exportación.

- **Búsqueda de eficiencia:** se busca la racionalización de la producción, economías de escala, la especialización del proceso de producción, a través de la localización en países con una estructura económica y niveles de ingreso similares.

Dunning (1993) añade un cuarto motivo al que denomina como “búsqueda de activos estratégicos”, los cuales permiten ampliar las posibilidades competitivas de la EMN en el mercado internacional. Un ejemplo de esta estrategia puede ser la adquisición una empresa reconocida a nivel nacional/regional/mundial como estrategia para elevar el *status* de la firma compradora.

Por su parte, la Escuela de Uppsala, también denominada “modelo del proceso de internacionalización”, tiene entre sus obras más reconocidas a las que elaboraron Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) y posteriormente Johanson y Vahlne (1977, 1990). Esta corriente de pensamiento interpreta al fenómeno de la internacionalización como un proceso gradual que se da a lo largo del tiempo. La internacionalización se produce a través del aprendizaje obtenido a través de una serie de etapas sucesivas e implican un grado de compromiso cada vez mayor de la empresa en sus operaciones internacionales.

Johanson y Vahlne (1977,1990) tienen una visión dinámica de la internacionalización, en el sentido que observan la existencia de una interacción permanente entre el desarrollo de conocimientos sobre los mercados y las operaciones internacionales, por un lado, y un compromiso creciente de recursos hacia estos mercados, por el otro.

La teoría LLL de Mathews (2006) es el aporte más recientemente planteado entre las perspectivas teóricas aquí utilizadas. El autor se enfoca en las empresas de países emergentes, particularmente de los países de Asia-Pacífico, pero se considera que en muchos aspectos este modelo es aplicable al caso latinoamericano. El autor se basa en la premisa de que la globalización es un proceso complejo, y que los cambios en la economía internacional están generando nuevas oportunidades para que los países –hasta entonces considerados- periféricos las puedan aprovechar.

Según los aportes de Mathews, la expansión internacional de las firmas no depende de posesiones previas de recursos, sino que es el propio proceso de internacionalización el que les permite acceder a recursos que de otra manera no estarían disponibles. De esta manera, las empresas multinacionales de PED utilizan estrategias de vinculación y apalancamiento –como fusiones y adquisiciones- para aprovechar recursos presentes alrededor del mundo y la repetición de éstas generan un aprendizaje que mejora las capacidades de la empresa. Esto fue lo que facilitó la expansión acelerada de las EMNs emergentes en comparación con las tradicionales. Además, agrega que estas empresas han sabido expandirse rápidamente mediante grandes innovaciones organizacionales, las cuales constituyen un importante activo en la adaptación a las características de la economía global emergente.

Si bien Mathews presenta a su teoría como una alternativa al paradigma ecléctico de Dunning, coincidimos con éste último cuando sostiene que se trata de un enfoque complementario. Dunning (2006) reconoce que algunas de las ventajas de propiedad de las firmas provienen de la internacionalización, y que las mismas pueden ser diferentes de las ventajas competitivas de las EMN tradicionales. De todas maneras, el autor destaca que todas las EMNs deben poseer algún tipo de recurso, capacidad o acceso preferencial a mercados que estén protegidos o aumentados a través de la IED, con lo cual la vigencia del modelo OLI se mantiene.

En concordancia con las teorizaciones arriba comentadas, la tesina recurre a otros conceptos conexos para el desarrollo de los objetivos e hipótesis de investigación. Buena parte de ellos son presentados a continuación, no obstante, algunos otros son desarrollados oportunamente en el transcurso del trabajo en aras de facilitar la lectura.

Se comienza inicialmente con el concepto de inversión extranjera directa (IED). Al respecto, podemos resaltar la existencia de variadas definiciones. El Fondo Monetario Internacional (FMI) se refiere a la IED como aquella operación que: “se da cuando un inversionista residente (inversionista directo), tiene como objetivo obtener una participación duradera en una empresa residente en otra economía o país (empresa de inversión directa). El concepto de participación duradera implica la existencia de una relación a largo plazo entre el inversor directo y la empresa, así como un grado significativo de influencia del inversor en la dirección de la empresa. Se define como empresa de inversión directa a toda aquella constituida o no en sociedad, en la cual un inversionista directo posee 10% o más de las acciones ordinarias o su equivalente” (FMI, 1994: 359). Krugman y Obstfeld (2001), agregan que la característica distintiva de la IED es que no sólo implica una transferencia de recursos, sino también la adquisición del control. Es decir, la filial no solamente tiene una obligación financiera hacia la empresa materna, sino que es parte de la misma estructura organizativa.

En su gran mayoría, las inversiones extranjeras directas son vehiculizadas mediante el accionar de las Empresas Multinacionales (EMN), por medio de sus filiales en terceros países. Gilpin (1987:248) define a la empresa multinacional como aquella firma que posee y maneja unidades económicas en dos o más países. Es una empresa en la cual la propiedad, el manejo, la producción y las actividades de venta se extienden a través de diversas jurisdicciones nacionales. El objetivo principal de las EMN es asegurar la producción menos costosa posible de bienes para los mercados mundiales, adquiriendo emplazamientos más eficientes y obteniendo concesiones impositivas por parte de los gobiernos anfitriones.

En concordancia con los objetivos generales y específicos y los elementos teórico-conceptuales planteados, se propone la hipótesis del trabajo. La misma sostiene que *el desempeño poco satisfactorio de las EMNs de origen argentino se debe tanto a factores provenientes de la órbita gubernamental como de las estrategias corporativas adoptadas por dichas empresas*. En ese sentido, se sostiene que el escaso desarrollo de políticas públicas específicas para el apoyo a la internacionalización de empresas y la marcada falta de acompañamiento del gobierno argentino a las multinacionales originadas en el país, es uno de los principales factores de la situación actual de las EMNs argentinas. Por otra parte, y como agravante de ello, las estrategias empresariales de quienes dirigían o dirigen a las empresas líderes del país no permitieron que éstas se incorporaran exitosamente a la “ola multilatiná” de principios del siglo XXI, o más bien, ha generado que la cantidad de EMNs argentinas sean escasas en comparación.

La elección del tema se basa en considerar que el hecho de contar con EMNs que sean protagonistas en el mercado global resulta de gran importancia para la estrategia de desarrollo de un país. Se buscará dar cuenta de las implicancias que tiene para el país contar con EMNs de origen local, además de los diversos efectos que éstas generan en la economía del país. El estudio de las EMNs argentinas en el siglo XXI brindará la posibilidad de realizar un diagnóstico de la situación de las mismas y dar cuenta de las posibilidades de progreso que aún se pueden realizar en este ámbito. Además, el estudio de las multinacionales argentinas adquiere relevancia dada la escasez de bibliografía especializada en el tema. De esta manera se busca contribuir a la ampliación de los conocimientos en la materia y así intentar progresar en este ámbito.

Para tener un marco de referencia de la situación de las EMNs argentinas, se escrutarán ciertas experiencias regionales, poniendo particular atención en los casos de Brasil, México y Chile. Es importante aclarar, que dichas referencias se utilizarán únicamente como herramienta auxiliar, procurando observar algunos datos relevantes de cada una de esas experiencias, que permitan obtener una visión más amplia de la situación argentina. No se pretende en esta ocasión realizar un análisis comparativo en profundidad de cada uno de los casos, ya que se considera que resultaría ser un proyecto demasiado ambicioso de realizar en esta tesina de grado.

Con respecto a la estrategia metodológica adoptada, la misma se basa principalmente en el método cualitativo, recurriendo al método cuantitativo únicamente en forma complementaria, a fin de fortalecer el análisis del problema abordado. Las técnicas de recolección utilizadas en el desarrollo de investigación para alcanzar los objetivos propuestos fueron la observación de fuentes, tanto primarias como secundarias. Esto permitió indagar tanto en la información estadística que da cuenta de la IED emitida por el país, como en la bibliografía existente respecto al fenómeno de la internacionalización de empresas. Además, con el objeto de reforzar el análisis, se realizó una entrevista semi-estructurada con un académico en la materia. Por su parte, las técnicas de análisis de datos empleadas fueron las de análisis documental y de contenido.

El recorte temporal de la tesina será el comprendido entre los años 2005 y 2015, haciendo referencia a otros períodos de tiempo únicamente a modo de contextualizar el fenómeno abordado. Se tomó como referencia al año 2005 ya que fue en ese momento que la CEPAL incluyó por primera vez en sus estudios sobre la IED en América Latina, un análisis sobre la emisión de IED de estos países, así como la emergencia de las empresas translatinas. El período analizado será el inmediato posterior a la tercera etapa de internacionalización de empresas industriales argentinas (fines 1970s – inicios SXXI), planteada por Kosacoff y Ramos (2010). Se entiende que la situación

de las EMNs argentinas durante la última década difiere notablemente de la situación de éstas durante dicho período planteado por los mencionados autores.

Los países utilizados como casos referenciales (Brasil, México y Chile), fueron elegidos por sus similitudes con Argentina en muchos aspectos, y debido al hecho de que son los máximos exponentes latinoamericanos del auge de emisión de IED de los PED durante la última década. Estos tres países emitieron más del 70% de las inversiones en el exterior proveniente de la región durante el período analizado (CEPAL, 2015).

En lo referido a la estructura de la tesina, ésta se desarrolla en tres capítulos y un apartado dedicado a algunas conclusiones del autor. El primer capítulo presenta datos estadísticos que revelan la situación de Argentina en lo que refiere a flujos y *stock* de IED en el contexto latinoamericano, así como la cantidad de empresas multilatinas originadas en estos países. El segundo capítulo corresponde a un análisis acerca del rol del Estado en el proceso de internacionalización de sus empresas. Allí se observan las medidas diseñadas y ejecutadas por el gobierno argentino para favorecer la emisión de IED. El tercer capítulo, por su parte, realiza una descripción de las estrategias desarrolladas por el sector empresario en pos de la internacionalización de sus firmas. Finalmente, la tesina presenta sus conclusiones finales, en las cuales se analizan críticamente los resultados obtenidos en el transcurso de la investigación.

## Capítulo I

### La situación de las EMNs argentinas en el contexto latinoamericano del siglo XXI

Para comenzar a analizar la situación de las EMNs argentinas en el siglo XXI, es necesario primero observar el contexto en el cual se produce este fenómeno. Tal como se sostuvo en la introducción, los flujos de IED a nivel global han tenido un aumento inusitado en los últimos tiempos, vehiculizados principalmente a través de las EMNs. Si bien las empresas con inversiones en el exterior tienen su origen en 1602<sup>3</sup>, la expansión de las EMNs de las características que se conocen en la actualidad se remonta al período posterior a la segunda guerra mundial (Actis, 2014).

Las firmas originadas en los PD fueron por largo tiempo las principales protagonistas de las corrientes de IED, ya sea con inversiones dirigidas hacia otros PD, o bien, hacia los PED. Sin embargo, las empresas de PED fueron incrementando su participación como emisores de IED con el transcurrir del tiempo, contando con EMNs propias reconocidas globalmente. Este capítulo comenzará con un breve repaso de las olas de internacionalización que se dieron a nivel global a lo largo del siglo XX hasta llegar a la actualidad.

El proceso de expansión hacia el exterior de las empresas de países emergentes ha tenido su propio ritmo, con “olas de internacionalización” propias. América Latina, de donde surgieron algunas de las primeras EMNs originarias de PED, ha tenido un papel importante en este fenómeno. Estas olas de internacionalización de empresas de PED serán analizadas en este capítulo, poniendo énfasis en la observación del caso argentino, pero al mismo tiempo tomando como referencia lo sucedido en Brasil, Chile y México.

Como se anticipó en la introducción, la aparición en el siglo XXI de una gran cantidad de empresas multinacionales originarias de países de América Latina, dio lugar al término de “empresas multilatinas” (Santiso, 2008), o “translatinas”, según el concepto acuñado por la CEPAL. Se trata de empresas originarias de países latinoamericanos que se han convertido en destacadas protagonistas de los mercados internacionales. Aquí se observarán algunos *rankings* elaborados por consultoras o revistas especializadas, observando la situación de las empresas multinacionales argentinas dentro del fenómeno de las multilatinas.

---

<sup>3</sup> Año en que la Compañía Holandesa de las Indias Orientales recibió el monopolio para la explotación de las actividades comerciales en Asia de parte del gobierno de los Estados Generales de los Países Bajos (actual Holanda).

Por último, se examinará la situación de las EMNs originarias de la República Argentina en el siglo XXI a través de la observación de algunos documentos elaborados por la Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones (ANDI o Prosperar). Allí, se buscará indagar cuáles son las principales EMNs argentinas, cuáles son los activos que estas firmas poseen en el exterior, así como los países en los cuales radican sus inversiones.

### 1.1.Las primeras olas de internacionalización

Dentro del proceso de internacionalización de la producción, los países desarrollados fueron los grandes protagonistas en lo que refiere a emisión de IED, mientras que los países en desarrollo se limitaban a ser meros receptores de estos flujos. En consecuencia, las firmas originarias de PED, salvo contadas excepciones, se restringían únicamente al mercado doméstico, o bien, participaban en el mercado global sólo a través de exportaciones desde sus países de origen. En ese sentido, se coincide con Actis (2013a:5), cuando sostiene que las diferentes olas de internacionalización exhiben la correlación existente entre el ascenso en la estructura de poder internacional – en términos waltzianos- y bien como actor emisor de IED.

Luego de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se consolidó como primera potencia mundial y dominó la primera de las tres olas de internacionalización. Esta ola se dio desde los años 50' hasta inicios de los 70', aprovechando la difícil situación económica de Europa y Japón luego de la guerra. El auge de la producción internacional se basó en diversos factores que estaban sucediendo en la época. El ahorro de tiempo y espacio fue favorecido por los avances en transporte y comunicaciones, las políticas gubernamentales fueron favorables a las EMNs, y el entorno internacional las apoyaba, provisto por el poderío norteamericano y su liderazgo económico. Fue así como las empresas norteamericanas se expandieron, primero hacia Europa Occidental, en busca de evitar el arancel externo común del incipiente Mercado Común Europeo; luego hacia Medio Oriente, buscando garantizar el acceso a un recurso considerado estratégico como lo es el petróleo, y luego hacia otras regiones (Gilpin, 1987).

La segunda ola coincidió con diversos hechos que pusieron en cuestión la supremacía abrumadora que hasta ese momento poseían los Estados Unidos. La crisis del petróleo, la caída de la paridad dólar-oro, el estancamiento de la economía norteamericana junto con la recuperación de Europa, Japón y otros países asiáticos, marcaron el contexto que va desde inicios de los 70' y hasta finales de los años 80'. Fue un momento de transformaciones del sistema internacional, caracterizado por una creciente interdependencia y una mayor complejidad en las relaciones de

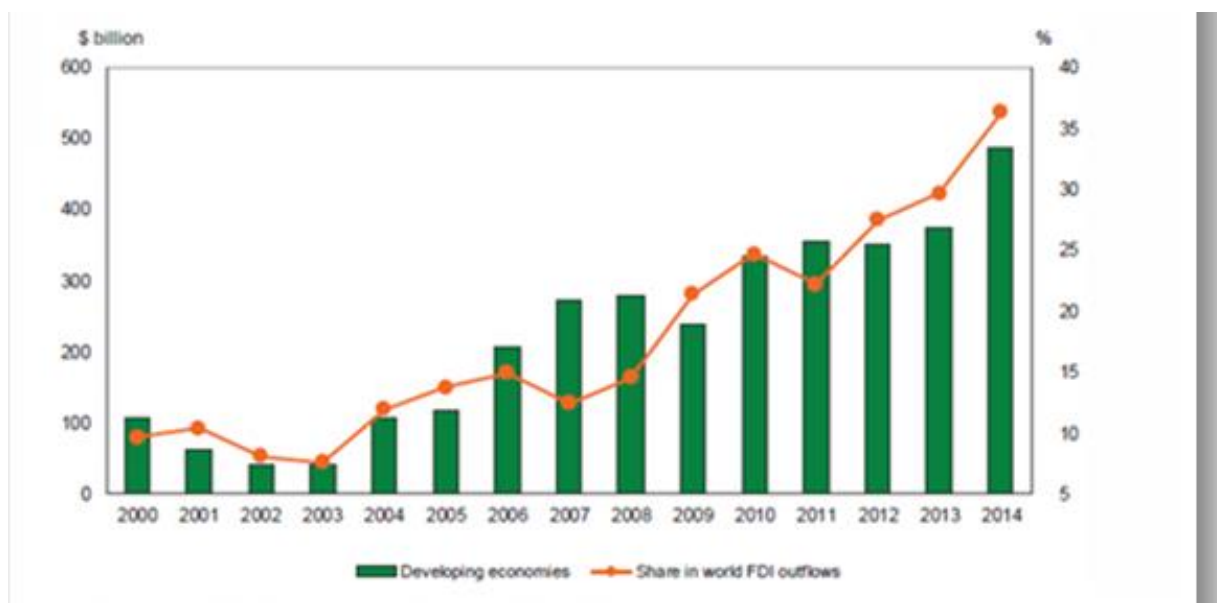
poder (Keohane y Nye, 1977). En esta etapa, a las EMNs europeas y japonesas, las acompañaron una gran cantidad de EMNs industriales de países emergentes asiáticos, de los considerados “Tigres Asiáticos” – Corea del Sur, Taiwán, Hong Kong y Singapur. Estas empresas fabricaban productos tecnológicamente complejos y competían en igualdad de condiciones con empresas de países desarrollados (Stal y Campanario, 2010).

## 1.2.La situación de la IED en el siglo XXI: la tercer ola de internacionalización

Una de las principales características del sistema internacional en el siglo XXI es una mayor distribución del poder, principalmente en términos económicos, lo cual lleva a pensar en un mundo multipolar. La brecha existente entre las potencias desarrolladas del norte, como Estados Unidos, Europa o Japón, y los países emergentes del sur se ha ido achicando progresivamente. La aparición de los denominados BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), con fuerte crecimiento económico, grandes mercados internos y políticas exteriores ambiciosas, vino a cuestionar la distribución del poder global (Zakaria, 2008). A esto se le sumó la crisis financiera global de 2008/9, que afectó mayormente a los países desarrollados. Toda esta nueva redistribución del poder, en términos económicos, se ha reflejado en los flujos de IED globales.

Así, los flujos globales de IED se tornaron más complejos, con un inusitado protagonismo de los países emergentes. De acuerdo a datos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), las empresas transnacionales originarias de PED han tenido un crecimiento fenomenal en los últimos 40 años. De invertir un promedio anual de 106 millones de dólares en el período 1970-1974 se pasó a cerca de 9.500 millones de dólares entre 1985-1989, mientras que en el quinquenio 2000-2004 se alcanzó la cifra de 76.400 millones de dólares. De acuerdo al *World Investment Report 2015*, elaborado por la UNCTAD, estos países invirtieron un total de 468 billones de dólares en 2014, lo que representa un 35% de los flujos globales de IED. Estas cifras eran difíciles de imaginar hasta hace poco tiempo, ya que en el año 2000 la IED de los países emergentes representaba sólo un 12% del total (UNCTAD, 2015). Esto trajo como consecuencia un cambio en la tendencia de los flujos de IED: desde la aparición de las EMNs, éstos habían sido de manera casi exclusiva de tipo Norte-Norte o Norte-Sur, mientras que en los inicios del nuevo milenio se da la aparición, con una importancia cada vez mayor, de los flujos Sur-Sur y Sur-Norte.

**Gráfico 1: Flujos de emisión de IED desde PED (en billones de dólares) y porcentaje del total de emisión de IED global**



Fuente: UNCTAD stats, 2015

La IED, como es sabido, es vehiculizada principalmente a través de las EMNs, ya sea a través de la instalación de una nueva filial en el exterior, o bien, mediante fusiones con empresas extranjeras o adquisiciones. Por ende, este aumento espectacular de los flujos de IED de países emergentes significa que las EMNs originarias de estos países han adquirido un notable protagonismo en los mercados mundiales.

### 1.3. Olas de IED en los países en desarrollo

Observados estos cambios en la economía internacional, es necesario describir cuál ha sido la situación de los PED, y particularmente de América Latina, para así tener una idea más acabada del contexto en el cual se desarrollieron las empresas de Argentina. Estos países, más allá de las olas de internacionalización globales que se nombraron anteriormente, tuvieron su propio ritmo en el proceso de internacionalización de sus empresas. Argentina fue pionera en la internacionalización de empresas, no sólo en América Latina sino entre todos los PED. Las primeras experiencias de este tipo se remontan a fines del siglo XIX y principios del XX, con los casos de Alpargatas, Bunge & Born y Siam (Kosacoff, 1999). De todas maneras, como fenómeno más generalizado, el estudio realizado por Chudnovsky et al (1999), identifica tres olas de internacionalización de EMNs de los PED.

La primera tuvo lugar durante los años 60' y 70', en un contexto marcado por el modelo de industrialización con sustitución de importaciones (ISI) en algunos países latinoamericanos. Este proceso tuvo una presencia significativa de empresas de la región, principalmente de Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela, así como también asiáticas originadas en India y Filipinas. La gran mayoría de estas inversiones eran dirigidas al ámbito regional, buscando acceder al mercado interno y así evitar las barreras arancelarias (Chudnovsky et al, 1999). Algunas de las empresas argentinas que protagonizaron esa ola de IED fueron Techint, Bagó, Arcor, YPF, entre otras (Kosacoff, 1999).

La segunda ola, en cambio, se dio en el contexto de crisis de la deuda en América Latina durante los años 80', por ende, las grandes protagonistas fueron las compañías asiáticas originarias de países como Malasia, Corea, Singapur, entre otras. Las inversiones de estos países en el exterior difirieron considerablemente respecto a las realizadas por la primera generación de EMNs emergentes, tanto cuantitativa como cualitativamente (Stal y Campanario, 2010). La IED de esas empresas fueron significativamente mayores en cantidad, dirigidas tanto hacia PED como aPD, y hacia sectores más sofisticados tecnológicamente (Chudnovsky y López, 2000).

La liberalización económica que se produjo en la región durante la década del 90' tuvo un papel fundamental como estímulo a la internacionalización de empresas de la región. La modificación de las condiciones del mercado y la exigencia de mayores niveles de competitividad dio lugar a la tercera ola de internacionalización. La creciente participación de multinacionales extranjeras, favorecidas por la regulación vigente, presionó a las empresas locales. Muchas no lograron adaptarse al nuevo entorno y debieron cerrar, o bien, fueron vendidas a multinacionales extranjeras. Las empresas más dinámicas se convirtieron en las denominadas "multilatinas" una vez entrado el siglo XXI (Santiso, 2008).

En sintonía con el fenómeno de crecimiento de la emisión de IED de las economías emergentes en general, y de los países de América Latina en particular, la CEPAL comenzó en el año 2005 a mencionar el fenómeno de las translatinas. Desde 2006, en sus informes anuales *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe* incluye información estadística sobre la emisión de IED de los países latinoamericanos y del Caribe, así como un análisis sobre el fenómeno de las translatinas (CEPAL, 2006).

#### 1.4. Argentina en el contexto latinoamericano del siglo XXI

A continuación se exhibirán algunos datos estadísticos y *rankings* elaborados por organismos oficiales o revistas especializadas, con el fin de ilustrar la situación que se viene describiendo. La

emisión de IED de los países latinoamericanos, si bien continúa siendo muy volátil, con importantes variaciones año tras año, se ha incrementado a niveles inéditos en el siglo XXI.

En los siguientes cuadros, queda de manifiesto cuál ha sido la situación de Argentina en cuanto a flujos de emisión y *stock* de IED, en comparación con los otros países que en este trabajo observamos, Brasil, México y Chile.

**Tabla 1: Flujos de IED de América Latina hacia el exterior, 2000 – 2014 (en millones de dólares)**

	2000-2005 <sup>4</sup>	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	533	2 439	1 504	1391	712	965	1 488	1 055	1 097	2 117
Brasil	2 513	28 202	7 067	20 457	-10 084	11 588	-1 029	-2 821	-3 495	-3 540
Chile	1 988	2 212	4 852	9 151	7 233	9 461	20 252	20 555	10 308	12 052
México	2 909	5 758	8 256	1 157	9 604	15 050	12 636	22 470	13 138	7 610
América Latina y Caribe	10 632	43 447	24 134	37 440	16 911	46 276	44 686	49 439	33 251	29 162

Fuente: CEPAL, *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe, 2015*

**Tabla 2: Stock de IED en el exterior (en millones de dólares)**

Año	Argentina	Brasil	México	Chile
2000	21 141	51 946	8 273	11 154
2001	21 283	49 689	36 863	11 720
2002	20 618	54 423	26 567	12 239
2003	21 500	54 892	33 681	14 265
2004	21 804	69 196	44 701	18 636
2005	23 340	79 259	51 782	22 589
2006	25 897	113 925	62 457	27 378
2007	27 543	141 880	79 090	35 415
2008	28 789	157 796	62 515	42 627
2009	29 536	167 148	84 479	51 426
2010	30 328	191 349	110 014	60 386
2011	31 891	206 187	100 188	78 181
2012	32 916	270 864	131 106	98 286
2013	34 080	293 277	143 907	101 933

Fuente: elaboración propia en base a datos de UNCTAD (2015)

<sup>4</sup>Promedios simples

Tal como se observa en las tablas, las inversiones directas en el exterior de los países de América Latina y el Caribe fueron de gran magnitud en este período, con flujos de IED que alcanzaron los 388 billones de dólares entre 2000 y 2014. Sin embargo, éstas han sido muy volátiles durante el período analizado, a la vez que se encuentran concentradas en un número reducido de países y de grandes empresas translatinas. De esta manera, se producen grandes variaciones en el momento en que se produce alguna transacción importante o proyecto de envergadura. Brasil, México y Chile fueron los grandes protagonistas de este fenómeno, emitiendo más del 70% de las inversiones en el exterior proveniente de la región (CEPAL, 2015).

Argentina, que como sostuvimos anteriormente había sido pionera entre los países en desarrollo en lo que refiere a emisión de IED, ingresó al nuevo siglo con un *stock* de IED relativamente importante. El país se ubicaba en el segundo lugar de la región, por detrás de Brasil pero con niveles muy similares. En ese entonces, con un *stock* de 21.141 millones de dólares, tenía casi tres veces el total de IED que México, y prácticamente el doble que la realizada por Chile. Sin embargo, diversos factores -muchos de ellos consecuencia de la crisis sufrida por el país en 2000/2001-, hicieron que los flujos de IED hacia el exterior crecieran a niveles muy inferiores al de otros países de la región. En el período analizado, entre el año 2000 y 2014, el país emitió un total de 15.966 millones de dólares de IED. Según los últimos datos presentados por la UNCTAD, el *stock* de IED que poseía la República Argentina era en el año 2013 de 34.080 millones de dólares. Entre las empresas multinacionales argentinas en el siglo XXI, destaca el desempeño de las firmas del grupo Techint, con Tenaris y Ternium con activos en el exterior por un valor cercano a los 18.000 millones de dólares en 2009 (Prosperar, 2009).

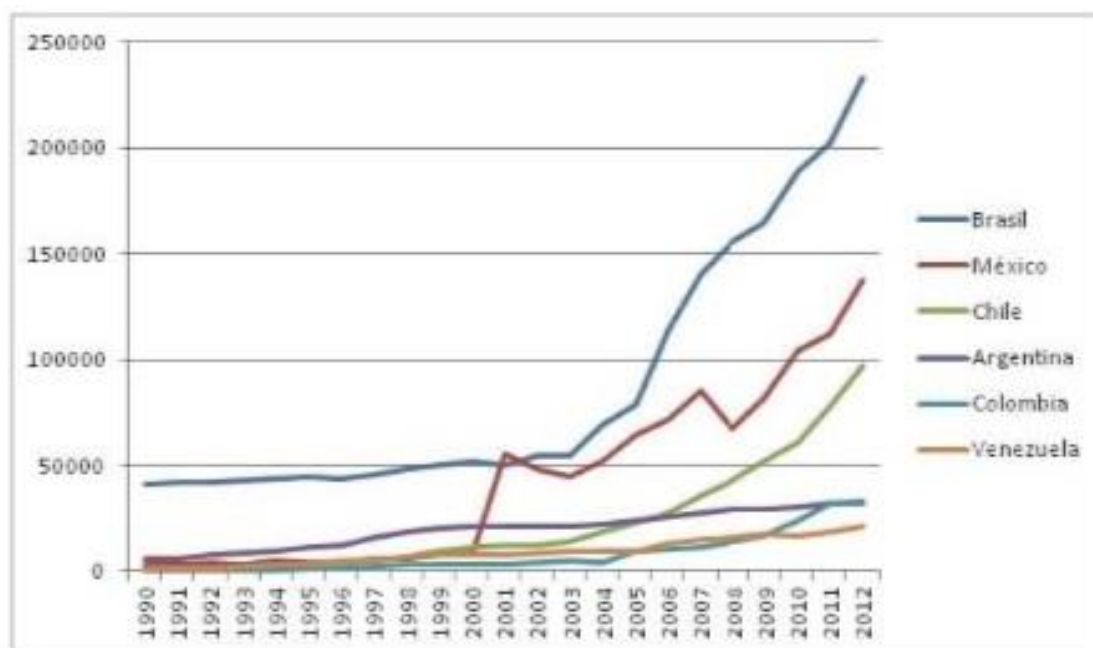
En el mismo período de tiempo, Brasil tuvo un crecimiento fenomenal de sus activos en el exterior, pasando de 51.946 millones en el año 2000, a un total de 293.277 millones en el año 2013, superando a grandes potencias emergentes como India o Corea del Sur, e incluso a PD como Dinamarca o Noruega (UNCTAD, 2015). Las empresas brasileras profundizaron su proceso de internacionalización a partir de 2003, pasando de un promedio de 700 millones de dólares anuales entre 2000 y 2003, a unos 14.000 millones entre 2004 y 2008 (Afonso Lima y De Barrios, 2009). Entre 2009 y 2011 el proceso se profundizó con la crisis internacional, con lo cual el promedio de IED en ese período fue de 23.000 millones de dólares anuales (Actis, 2013a). De esta manera, Brasil se sumó a la ola de emisión de IED proveniente de países emergentes y se convirtió en el país latinoamericano con mayor acervo de inversiones en el exterior. Algunas de las empresas brasileras que lideraron este fenómeno de multinacionales brasileras fueron Petrobras, Vale, Odebrecht, JBS, Gerdau, Camargo Correa o Embraer.

En las ocasiones en que los flujos de IED presentaron saldos negativos, significa que los préstamos recibidos por las casas matrices desde filiales en el exterior fueron mayores que los aportes de capital realizados. Por ejemplo, en 2014 –que aparece con saldo negativo- se realizaron aportes de capital por una suma de 19.556 millones de dólares, lo que constituye el volumen más alto desde 2011 (CEPAL, 2015).

México ha sido otro de los grandes protagonistas regionales en lo que refiere a inversiones en el exterior. Los activos mexicanos en el exterior pasaron de 8.273 millones de dólares en el año 2000, a un total de 143.907 millones de la misma moneda en el 2013, lo que lo convierte en uno de los grandes emisores de IED proveniente de América Latina (UNCTAD, 2015). La firma de gran cantidad de Tratados de Libre Comercio y su cercanía al mercado norteamericano, fueron algunos de los factores que favorecieron el fuerte crecimiento de sus inversiones en el exterior, así como de la cantidad de EMNs allí originadas. Compañías como Bimbo, América Móvil, Alfa, Femsa o Cemex, son sólo algunos de los ejemplos de empresas mexicanas que apostaron a la internacionalización, con notable éxito al realizarlo.

Chile, acompañando esta tendencia virtuosa de las multilatinas en el siglo XXI, fue otro de los países que tuvieron éxito en la internacionalización de sus empresas. La nación trasandina, en el año 2000 tenía activos en el exterior por 11.154 millones de dólares (UNCTAD, 2015). El comienzo temprano de reformas económicas, el mercado interno reducido, la disponibilidad de financiamiento local para la inversión en el exterior, el aumento de la competencia extranjera mediante la desregulación y la privatización, y las iniciativas estatales fomentando la internacionalización, fueron todos “factores de empuje” para la emisión de IED chilena (Torres de la Maza y Vega Villablanca, 2007). En consecuencia, los activos chilenos en el exterior crecieron hasta alcanzar un total de 101.933 millones de dólares en el 2013. Durante el año 2014, el país realizó inversiones por más de 12.000 millones de dólares, vehiculizados a través de la gran cantidad de EMNs chilenas que participan en los mercados mundiales (CEPAL, 2015). Algunas de ellas son Falabella, Lan, Cencosud, CSAV, Arauco, entre otras.

Gráfico 2: Evolución del stock de IED en el exterior (1990-2012), en millones de dólares



Fuente: Actis (2013), en base a datos de UNCTAD

### 1.5.Las multilatinas

Dada la trascendencia adquirida por las multinacionales latinoamericanas, o multilatinas, en el presente siglo, la bibliografía académica especializada en el tema fue incrementándose permanentemente. De la misma manera, consultoras como el *Boston Consulting Group*(BCG) o revistas de economía y negocios también pusieron el foco en estas empresas, tal como sucede con la revista *América Economía*, que desde el año 2009 elabora un *ranking* de las multilatinas más importantes.

En el informe acerca de las multilatinas más exitosas del año 2009, el BCG incluyó a 7 empresas originarias de Argentina: Arcor, Atanor, Grupo Pluspetrol, Molinos Río de la Plata, Pan American Energy, Tenaris y Ternium. En ese mismo listado, Brasil contaba con 34 compañías, México con 28 y Chile con 21, demostrando una vez más la diferencia existente entre estos países y Argentina.

**Tabla 3: Cantidad de multilatinas en el ranking 2009 del BCG**

País	Cantidad de empresas
Brasil	34
México	28
Chile	21
Argentina	7
Colombia	5
Perú	3
Venezuela	1
El Salvador	1

**Fuente: Multilatinas, BCG 2009**

Como se mencionó previamente, el *ranking* elaborado por la revista *América Economía* desde 2009 ha adquirido un mayor prestigio año tras año en el mundo empresarial. Además, al observar la cantidad de empresas que poseen cada uno de los países que en este trabajo se analizan, se comprueba nuevamente la posición desventajosa de la Argentina.

**Tabla 4: Ranking Multilatinas elaborado por la revista América Economía**

MULTILATINAS		Cantidad de empresas en Ranking Multilatinas de América Economía				
País / Año	2009 (1)	2010 (1)	2011 (2)	2012 (3)	2013 (4)	2014 (5)
Argentina	3	3	4	4	5	5
Brasil	24	25	27	24	26	35
Chile	12	12	11	12	20	17
México	13	13	15	14	18	26

- 1) Sobre un total de 60 empresas
- 2) Sobre un total de 66 empresas
- 3) Sobre un total de 65 empresas
- 4) Sobre un total de 80 empresas
- 5) Sobre un total de 100 empresas

**Fuente: Revista América Economía, varios años.**

En el año 2009, sobre un total de 60 empresas, 24 eran de origen brasileño, lideradas por el Grupo JBS y la minera Vale. México, con Cemex, Grupo Alfa, y Telmex a la cabeza, se ubicó como el segundo país con mayor cantidad de empresas, con 13. Las compañías chilenas, con Lan y Cencosud como protagonistas, sumaron un total de 13 empresas en ese primer *ranking*. Argentina logró incluir a 3 empresas en el listado: Arcor, Laboratorios Bagó y Tenaris. Esta última

ocupó por única vez el primer lugar de esa lista de las mayores empresas multilatinas, un dato no menor, pero que lamentablemente no se pudo sostener a lo largo del tiempo.

Esta tendencia y distribución de países se mantuvo en 2010, únicamente con cambios en las primeras ubicaciones, posicionándose el Grupo JBS (Brasil) en el primer lugar, retrocediendo Tenaris al segundo, mientras que la mexicana Cemex se ubicó en tercer lugar.

En 2011, se amplió la cantidad de empresas en el *ranking* a 66, de las cuales 27 fueron brasileñas, que continuaron siendo mayoría. Las mexicanas sumaron un total de 15 empresas, mientras que las chilenas se ubicaron algo detrás, con 11. Argentina logró sumar una empresa más, al ingresar la empresa IMPSA, del Grupo Pescarmona, en el listado. El año 2012 presentó una situación similar, con la salida de 3 empresas brasileras del *ranking* como dato destacado.

En el 2013, con un total de 80 empresas incluidas, destaca el aumento del número de empresas chilenas, que pasaron de 12 a 20, en relación con el año anterior. Las mexicanas, por su parte, pasaron de 14 a 18, dándose el privilegio, además, de contar con la cementera Cemex en el primer lugar del *ranking*. Otro dato novedoso de ese año fue la alianza entre las compañías aéreas Lan (Chile) y Tam (Brasil), que convergieron para formar otra gran multilatina: Latam.

Por último, en el año 2014 se realizó por primera vez el *ranking* de las 100 principales multilatinas de la región. Allí se puede observar con mayor claridad el predominio de las empresas de Brasil, que con un total de 35 empresas fue el país que mayor cantidad de empresas incluyó en *esteranking*. Las mexicanas, en tanto, aportaron un total de 26 empresas, quedándose de esta forma con el segundo lugar regional, y manteniendo por un año más el liderazgo de Cemex en el informe de *América Economía*. Las compañías chilenas se mantuvieron en tercer lugar, con 17 empresas, mientras que las argentinas lograron incluir tan solo a 5 empresas entre las 100 mayores multilatinas.

#### 1.6. Las empresas multinacionales argentinas en el siglo XXI

Observado el contexto regional en el cual operan las empresas multilatinas de origen argentino, deviene imperioso realizar un relevamiento de cuáles son las empresas que componen el universo de empresas analizadas en este trabajo. Es necesario aclarar, que tanto desde el gobierno argentino, como de las propias empresas que realizan IED, no se ha desarrollado suficiente cantidad de información estadística que permita realizar un análisis más profundo de la situación de las empresas multinacionales argentinas. Sin embargo, durante algunos años, a través de la Agencia

Nacional de Desarrollo de Inversiones (ANDI o Prosperar), encabezada por Beatriz Nofal, se realizaron algunos trabajos por demás de interesantes.

El primero de ellos se realizó en el año 2009, de manera conjunta con el *Centro Vale de Inversión Internacional Sustentable de la Universidad de Columbia* (VCC<sup>5</sup>). Allí, el análisis de las multinacionales argentinas formó parte de un estudio de largo plazo que buscaba observar la rápida expansión de las EMNs de países emergentes.

En ese primer trabajo, se relevó la situación de las principales EMNs argentinas en el período 2006-2008. Como corolario de ese trabajo, se realizó un *ranking* de las 19 multinacionales argentinas, basándose en los activos externos que contaba cada una, el cual se presenta a continuación:

**Tabla 5: Ranking de las 19 EMNs argentinas relevadas (2006-2008)**

Posición	Empresa	Industria	Activos externos (en millones de dólares)
1	Grupo Techint	Conglomerado	17.406
2	Arcor	Productos alimenticios	491
3	IMPESA	Maquinaria y equipo	300
4	Grupo Bagó	Farmacéutica	192
5	Molinos Río de la Plata	Productos alimenticios	190
6	Grupo Los Grobo	Producción agropecuaria	175
7	Cresud	Producción agropecuaria	68
8	Roemmers	Farmacéutica	58
9	TECNA	Actividades especializadas de construcción	50
10	Iecsa S.A.	Ingeniería civil	50
11	S.A. San Miguel	Productos alimenticios	23
12	BGH	Productos de electrónica y computación	15

<sup>5</sup>Vale Columbia Center on Sustainable International Investment.

13	CLISA	Recolección y tratamiento de residuos	8
14	Petroquímica Río Tercero S.A.	Productos químicos	8
15	Grupo Assa	Servicios de TI	7
16	Grupo Plastar	Productos de plástico y caucho	5
17	SancorCoop. Unidas Ltda.	Productos alimenticios	3
18	Havanna	Servicios asociados a alimentos y bebidas	2
19	BioSidus	Investigación y desarrollo científico	1
Total activos en el exterior			19.052

Fuente: Encuesta Prosperar – Vale Columbia de multinacionales argentinas, 2009

Tabla 6: Situación de las 19 EMNs argentinas seleccionadas (2006-2008), en millones de dólares

Variable	2006	2007	2008	Variación porcentual 2006-2008
<b>Activos</b>				
Externos	15.239	19.407	19.052	25%
Total	18.027	27.268	28.978	31%
Participación externa en el total (%)	69%	71%	66%	
<b>Ventas</b>				
Externos	12.546	15.793	21.081	68%
Total	18.649	24.344	31.080	66%
Participación externa en el total (%)	67%	65%	68%	
<b>Empleados</b>				
Externos	35.769	43.589	42.437	19%
Total	92.514	113.916	115.631	25%
Participación externa en el total (%)	39%	38%	37%	

Fuente: Encuesta Prosperar – Vale Columbia de multinacionales argentinas, 2009

Tal como se puede dilucidaren las tablas, al observar la cantidad de activos en el exterior, resulta llamativa la concentración de estos en una sola empresa, o grupo, para hablar con mayor propiedad. El Grupo Techint, que incluye a dos empresas líderes de nivel internacional como Tenaris y Ternium, concentraba en el período analizado el 91% de los activos en el exterior de las

EMNs argentinas. El resto de las compañías son de un tamaño modesto en comparación con otras EMNs de países emergentes. Por ejemplo Brasil, en donde la revista Valor Económico junto con SOBEET<sup>6</sup>, elaboran un *ranking* de 200 empresas multinacionales brasileras. Lo destacable es que todas ellas poseen inversiones en el exterior que superan los 10 millones de dólares (Actis, 2013a).

Las inversiones en el exterior de las empresas argentinas fueron en su gran mayoría dirigidas hacia los sectores de metales básicos, alimentos, productos farmacéuticos y producción agropecuaria. En lo que refiere al momento en el cual iniciaron el proceso de internacionalización, destaca el Grupo Techint por ser el más experimentado, ya que comenzó a invertir en el extranjero en el año 1947. El Grupo Bagó y Clisa, abrieron sus primeras filiales en el extranjero durante la década del 70. La mayor parte de las firmas aquí analizadas son más bien de una internacionalización incipiente: cuatro lo hicieron en la década del 90' mientras que nueve comenzaron en la década de 2000 (Prosperar, 2009).

El trabajo más recientemente publicado desde la órbita gubernamental data de 2011, cuando se realizó el mismo trabajo, relevando la situación de las EMNs argentinas durante el año 2009. Las 23 empresas argentinas con inversiones en el exterior durante el año 2009 se presentan en la tabla a continuación.

**Tabla 7: Ranking EMNs argentinas, 2009**

Posición	Empresa	Industria	Activos externos
1	Tenaris	Productos de acero	10.069
2	Ternium S.A.	Productos de acero	7.623
3	Grupo Insud	Farmacéutica	986
4	Arcor	Productos alimenticios	559
5	Grupo Los Grobo	Agronegocios	414
6	IMPSA	Maquinaria y equipamiento	369
7	Grupo Bagó	Farmacéutica	211
8	Molinos Río de la Plata	Productos alimenticios	168
9	Cresud	Agronegocios	141
10	Corporación América	Aeropuertos e infraestructura	100
11	IECSA S.A.	Ingeniería civil	63
12	TECNA	Actividades especializadas de construcción	56
13	Grupo Assa	Servicios de TI	34
14	S.A. San Miguel	Productos	29

<sup>6</sup> Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e Globalização Econômica

		alimenticios	
15	CLISA	Ingeniería civil	14
16	Globant	Servicios de TI	12
17	Petroquímica Río Tercero	Productos químicos	11
18	Grupo Plastar	Productos de plástico y caucho	5
19	SancorCoop. Unidas Ltda.	Productos alimenticios	4
20	Bolland	Servicios para la industria petrolera	3
21	Havanna	Servicios asociados a alimentos y bebidas	2
22	BGH S.A.	Productos de electrónica y computación	2
23	BioSidus S.A.	Investigación y desarrollo científico	1
Total			20.875

Fuente: Encuesta Prosperar – Vale Columbia de multinacionales argentinas, 2011

Tabla 8: Situación EMNs argentinas, 2009

Variable	2009
<b>Activos</b>	
Externos	20.875
Total	34.605
Participación externa en el total (%)	60%
<b>Ventas</b>	
Externos	13.852
Total	24.247
Participación externa en el total (%)	57%
<b>Empleados</b>	
Externos	41.276
Total	109.697
Participación externa en el total (%)	38%

Fuente: Encuesta Prosperar – Vale Columbia de multinacionales argentinas, 2011

Este nuevo *ranking*, si bien no presenta grandes modificaciones respecto al anterior en cuanto a empresas líderes o cantidad de inversiones, presenta algunas cuestiones que merecen ser destacadas.

Son cuatro las compañías que no habían formado parte de la publicación realizada en 2009: el Grupo Insud, una compañía farmacéutica que también realiza inversiones en agronegocios y distribución energética; la Corporación América, con inversiones en aeropuertos, infraestructura y

agronegocios; Bolland, con servicios para la industria petrolera; y Globant, con inversiones en software y otros servicios de TI.

Este último sector, el de las tecnologías de la información, cuentan con una creciente participación dentro del universo de empresas argentinas con inversiones externas. Compañías como Mercado Libre, Despegar, o la ya nombrada Globant forman parte de una nueva generación de empresas multinacionales originadas en Argentina, que se han convertido en referentes regionales en los negocios del mundo de la tecnología. Dadas las características emprendedoras de este sector, si se lo acompaña con políticas públicas acertadas que vinculen la internacionalización de estas empresas con derrames hacia más sectores productivos locales, éstas podrían contribuir a mejorar la situación de las EMNs argentinas así como de la industria local.

## 1.7. A modo de recapitulación

Tal como se advirtió durante el transcurso del capítulo, en el siglo XXI se dieron importantes cambios en los flujos globales de IED. Los PED, liderados por países como China, India, Rusia, Brasil, tuvieron un inusitado protagonismo como emisores de IED. Esto significó que muchas empresas originadas en estos países avanzaran en el proceso de internacionalización hasta alcanzar sus formas más complejas, que es mediante la radicación de inversiones productivas en el exterior. Así, las corrientes de IED, que tradicionalmente fueron en sentido Norte-Norte o Norte-Sur, se fueron modificando progresivamente, con una presencia cada vez más importante de las inversiones provenientes de países del Sur.

América Latina -tomada como un conjunto- fue parte importante de estos cambios en la economía internacional. El *stock* de IED acumulada por los países de Sudamérica, por ejemplo, pasó de 96.046 millones en el año 2000, a un total de 496.692 millones en 2013, lo que muestra a las claras que el crecimiento fue asombroso. Los países sudamericanos que más se destacaron fueron Brasil y Chile, con un *stock* acumulado de 395.210 millones de dólares. México, por su parte, acumuló inversiones en el exterior por un total de 143.907 millones de dólares (UNCTAD Stats, 2015). La República Argentina, que había sido uno de los primeros PED en contar con EMNs propias, no tuvo niveles de emisión de IED de importancia en este período.

Es importante recordar que el país ingresó al nuevo siglo inmerso en una grave crisis económica y política que sin dudas influyó en ese sentido. Las emisiones de IED de las empresas argentinas durante el período analizado se incrementaron, pero muy lejos de los niveles alcanzados por los otros países de la región que aquí se observan. En consecuencia, las empresas argentinas que se internacionalizaron y formaron parte del fenómeno de las multilatinas fueron muy escasas.

En ese sentido, en los siguientes capítulos se buscará indagar en los factores que generaron estos resultados. Se analizará el rol desempeñado por el gobierno, a través de la implementación de políticas públicas, así como las estrategias adoptadas por los empresarios.

## Capítulo II

### El rol del Estado en la internacionalización de las empresas argentinas

Tal como se planteó en la introducción, para captar la compleja interrelación de la actividad económica y la política a nivel internacional generada por el accionar de las EMNs, es necesario un abordaje multidisciplinario. La Economía Política Internacional (EPI) pretende abordar justamente eso, ya que fue definida por Robert Gilpin como “la dinámica y recíproca interacción en las relaciones internacionales en la búsqueda de la riqueza y el poder” (Gilpin, 1975:43).

Conforme a lo mencionado anteriormente, son tres las posiciones básicas sobre el vínculo entre la economía y la política planteados por Gilpin (1976), que sirven para analizar la relación entre las EMNs y sus países de origen: la liberal (u ortodoxa), la marxista (o radical) y la mercantilista (también realista, neomercantilista o nacionalista).

Se considera que la corriente mercantilista resulta la más adecuada a los fines de analizar el rol del Estado en la internacionalización de empresas argentinas, el cual se erige como uno de los objetivos específicos de esta tesina. Al subordinar el ámbito económico a lo político, esta línea de pensamiento pone énfasis en el Estado nación y en la estrecha identidad de intereses entre éste y las EMNs que allí se originan (Gilpin, 1976). Rodrik (2013) reivindica a esta corriente ya que “ofrece una visión corporativista en la cual el Estado y las empresas privadas son aliados y cooperan en busca de objetivos comunes, como el crecimiento de la economía nacional o del poderío del país”.

Se considera que la vinculación público-privada es de gran importancia para la exitosa internacionalización de las empresas de un país. Tanto las características del entorno macroeconómico del Estado nacional, como la aplicación de políticas públicas que aumenten las ventajas competitivas de las empresas nacionales, son aspectos considerados por esta visión y resultan factores fundamentales al momento de decidir la internacionalización de la producción de una firma. De esta manera, se reconoce a los Estados como los principales actores del “sistema global de IED”.

Resulta interesante la utilización del concepto de “sistema global de IED” que plantea Actis (2013a), ya que permite el estudio de la IED desde una perspectiva sistémica, con un análisis más complejo. De esta manera, la internacionalización de capitales no es producto únicamente de los incentivos que ofrece el mercado, sino que es incorporada en el marco de la política internacional y

dentro de las relaciones de poder al interior del sistema internacional. El sistema distingue entre países receptores de flujos de IED y otros que, además de receptores, también emiten inversiones en el extranjero.

Los PED, tal como se viene sosteniendo, tuvieron un fuerte crecimiento en sus emisiones de IED durante el siglo XXI, pasando en muchos casos a ser emisores/receptores en el sistema global de IED. Este crecimiento fue de la mano de una modificación en la postura de sus propios gobiernos respecto a la promoción de inversiones de sus empresas en el exterior, pasando en algunos casos de una política restrictiva a una promoción activa de las inversiones en el exterior (UNCTAD, 2006:201).

En este capítulo se observarán las posibles acciones que pueden realizar los gobiernos para promover las inversiones de sus empresas en el exterior. Se entienden como políticas de “promoción de emisión de IED” (PEIED) a todas las acciones y medidas adoptadas por los gobiernos locales tanto para alentar a las empresas locales a invertir en el extranjero, como para defender los intereses de las firmas nacionales que realizan IED.

En este marco, se examinará específicamente el rol desempeñado por el Estado argentino en torno a la internacionalización del capital de las multinacionales locales en el siglo XXI. En ese sentido, se analizarán las políticas de PEIED implementadas por el gobierno argentino, contrastándolas con algunas experiencias desarrolladas en los otros países de la región aquí considerados: Brasil, Chile y México.

### 2.1. Las políticas de promoción de emisión de IED en los PED

Si bien las experiencias de internacionalización de empresas de PED se remontan a finales del siglo XIX con el caso de Alpargatas, no es hasta entrado el siglo XXI que los PED comienzan a revertir su posición en el sistema global de IED. Las empresas originarias de estos países pasaron de invertir un promedio anual de 106 millones de dólares en el período 1970-1974 a cerca de 9.500 millones de dólares entre 1985-1989, mientras que en el quinquenio 2000-2004 se alcanzó la cifra de 76.400 millones de dólares (UNCTAD, 2015).

Este cambio en la posición en el sistema global de IED de los PED fue en sintonía con un cambio en la postura de muchos de sus gobiernos respecto a la promoción de inversiones de sus empresas en el exterior. En efecto, históricamente la mayoría de los gobiernos de PED restringían el flujo de capitales hacia el extranjero, buscando evitar efectos negativos en sus balanzas de pago.

Algunas de las medidas implementadas eran: control de divisas, largos y complicados procesos burocráticos para aprobar esas inversiones, reportes y monitoreo de las inversiones, entre otras medidas (UNCTAD, 2006:204). Los críticos del apoyo a la internacionalización alegan, como principales factores negativos: la posibilidad de “exportación de empleos”, el perjuicio en la balanza de pagos por la salida de divisas del país y la posible reducción de los niveles de inversión domésticos. Por esta razón, las exportaciones y la atracción de IED fueron vistas por estos países como más beneficiosas para el crecimiento del país que las importaciones y la emisión de IED. Eso corresponde a una visión estática y simplista de lo que implica la emisión de IED (Alem y Cavalcanti, 2005).

Recientemente, este pensamiento ha ido modificándose, reconociendo que la emisión de IED puede generar beneficios en cuanto a crecimiento y productividad (Hayakawa et. al., 2010). Este cambio, que se dio de manera progresiva, hizo que algunos países pasaran de una política restrictiva a una promoción activa de las inversiones en el exterior, incluso algunos gobiernos han declarado a la promoción de IED como una de sus prioridades (UNCTAD, 2006). En ciertos países, las compañías fueron directamente alentadas a convertirse en globales, mediante diversos mecanismos institucionales y medidas políticas implementadas, los cuales fueron factores fundamentales en la expansión internacional de sus firmas. El caso de Brasil es una clara muestra de ello, ya que la internacionalización de capitales vía IED, formó parte tanto del discurso como de las acciones de política exterior del gobierno de Brasil desde 2003 (Actis, 2012).

La activa promoción de la emisión de IED, implementada por los PD desde hace largo tiempo, representa un fenómeno muy reciente en los PED. Una visión dinámica y amplia de los efectos de la emisión de IED facilita la detección de los beneficios de la internacionalización por dos razones fundamentales: permite la supervivencia de las empresas de capitales nacionales que aumentan la competitividad de los países de origen; y reducen la vulnerabilidad externa (Alem y Cavalcanti, 2005).

En el actual contexto de globalización, las compañías de un país no sólo se reconocen afectadas por las condiciones del mercado doméstico, sino también por la competencia internacional. Entonces, la posibilidad de mejorar las capacidades competitivas de las empresas locales, vía internacionalización, permite que se fortalezcan las posiciones tanto de las empresas como del sector industrial al cual pertenecen. Los beneficios pueden ser incluso mayores, en la medida en que se mejoren las capacidades de la industria, se amplíe el desarrollo de recursos humanos, se generen encadenamientos en el proceso productivo, y se desarrollen actividades de

mayor valor agregado (UNCTAD, 2006:175). Esto no sucedería en el caso de una empresa que mantenga su mercado reducido al ámbito doméstico, ya que si no es competitiva, es probable que se vea afectada por la competencia externa y deba cerrar sus puertas, o bien, vender su participación a capitales extranjeros.

En cuanto a la reducción de la vulnerabilidad externa del país, se podría dar mediante el aumento de las exportaciones, sea incrementando el comercio intrafirma desde la casa matriz a las filiales, desarrollando las capacidades de proveedores locales que abastezcan a las filiales; o bien, a través de la remisión de utilidades desde las filiales a la casa matriz (Alem y Cavalcanti, 2005).

En este sentido, tal como se mencionó en la introducción del presente capítulo, la implementación de políticas de PEIED resulta de gran importancia al momento de decidir la internacionalización de la producción por parte de una empresa. El nivel de apoyo estatal a la internacionalización de las empresas locales vía IED se evaluará mediante el análisis de cuatro variables: la creación de estructuras institucionales de apoyo a la internacionalización; los incentivos a las inversiones; la negociación y firma de Acuerdos Internacionales de Inversión<sup>7</sup> (AIIs); y la defensa de intereses de empresas nacionales en controversias en el extranjero.

La primera de las políticas públicas a considerar tiene que ver con las estructuras institucionales de apoyo a la internacionalización, mediante la creación de agencias de promoción de inversiones. Se trata de agencias gubernamentales encargadas de la divulgación de información sobre las condiciones de inversión en mercados externos (leyes, regulaciones, diferencias culturales, posibles incentivos ofrecidos a inversores extranjeros), información sobre posibles obstáculos a los cuales se puede enfrentar el inversor, asesoramiento legal, servicios de consultoría, búsqueda de socios en el exterior, organización de misiones comerciales al exterior (UNCTAD, 2006; Kuzminska Haberla, 2012; Alem y Cavalcanti, 2005).

La siguiente política de apoyo se puede dar generando incentivos a las inversiones, sea a través de exenciones impositivas, brindando apoyo crediticio (préstamos en condiciones preferenciales, créditos a las exportaciones, exenciones impositivas, incentivos a empresas de algún sector especializado), o bien, otorgando garantías financieras al inversor. En ciertos casos, estos

---

<sup>7</sup> Acuerdos que abordan cuestiones relativas a la inversión, delimitando los compromisos de los Estados en la materia, los AIIs conforman un intrincado entramado convencional comprendido por los tratados bilaterales para la promoción y protección de inversión (TPPI) –comúnmente conocidos como tratados bilaterales de inversión (TBI)-, los tratados de libre comercio (TLC) con capítulos dedicados a la inversión y los tratados regionales regulatorios de un sector específico<sup>5</sup> (SAUVANT, 2008). Se inscriben parcialmente dentro de la mencionada categoría, los tratados orientados a evitar la doble tributación (TDT) y la miríada de acuerdos pluri- y multilaterales que, aunque centrados en otras temáticas (propiedad intelectual, servicios, por ejemplo), incluyen provisiones reguladoras de las operaciones de inversión (Fernández Alonso, 2010).

mecanismos logran institucionalizarse bajo la forma de bancos de desarrollo o bancos de promoción de inversiones (Alem y Cavalcanti, 2005; Kuzminska Haberla, 2012; UNCTAD, 2006).

El rol del Estado también se puede observar en la negociación y firma de Acuerdos Internacionales de Inversión (AIIs), los cuales generan garantías al inversor frente a riesgos políticos, pueden mejorarlos regímenes de regulación -aplicando medidas que faciliten las inversiones, simplificando los procesos burocráticos, por ejemplo-buscando favorecer la radicación de IED (Actis, 2012; Alem y Cavalcanti, 2005). En esta ocasión, para simplificar el análisis, se tomarán en consideración únicamente la firma de TBI y TDT, dejando de lado los acuerdos relativos a inversiones incluidos en TLC o acuerdos pluri- y multilaterales.

Por último, la defensa de los intereses de empresas nacionales en controversias en el extranjero constituye otra de las variables aquí consideradas para observar el apoyo estatal hacia la emisión de IED. Esto se puede observar en las gestiones político-diplomáticas de los Estados frente a situaciones conflictivas de las EMNs locales en el extranjero (Actis, 2012).

Es importante aclarar que las políticas de PEIED deben adaptarse a las situaciones particulares de los países en los cuales se implementan. Además, sólo deben tener lugar políticas activas de PEIED cuando las empresas locales alcanzan un cierto nivel de desarrollo. Caso contrario, el gobierno local debe focalizarse primero en mejorar las capacidades y la competitividad de las firmas, por ejemplo, mejorando el ambiente de negocios, implementando políticas en educación, ciencia y tecnología, entre otras (Kuzminska Haberla, 2012).

## 2.2. Argentina en el siglo XXI

Al momento de analizar las políticas adoptadas por el gobierno argentino, lo que constituye uno de los objetivos específicos de esta tesina, es necesario tener en cuenta la situación política y económica en la que se encontraba el país en los inicios del nuevo siglo. Las políticas implementadas en la década del 90´ habían provocado la desindustrialización de la economía argentina, con la desaparición de una elevadísima cantidad de MIPYMES<sup>8</sup> y un fuerte proceso de extranjerización de la economía. La crisis de 2001, con el default de la deuda y la posterior salida de la convertibilidad, tuvo consecuencias obvias en el diseño de las políticas públicas del gobierno

---

<sup>8</sup> Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Se consideran MYPIMES aquellas empresas cuyas ventas totales anuales expresadas en pesos no superen los valores establecidos que se detallan a continuación: Sector Agropecuario - 54.000.000\$-; Industria y Minería -183.000.000\$-; Comercio -250.000.000\$-; Servicios -63.000.000\$-; Construcción - 84.000.000\$- (Resolución 50/2013, Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas).

argentino post default. Esto se ve reflejado en el diseño de la política exterior, la cual tuvo una tendencia a la introspección, motivada por la preeminencia de la agenda económica-social interna. La política exterior como subproducto de las determinaciones internas influyó a su vez en la implementación de la política económica internacional (PEI) del país, entendiendo a ésta como aquel “conjunto de intereses, valores, percepciones, acciones e instrumentos desplegados por los Estados a los fines de resolver un modelo de inserción en el sistema económico internacional en función de sus objetivos y necesidades” (Actis y Marini, 2010).

Las políticas de PEIED forman parte del diseño de la PEI del país, por ende, también se vio afectada por esta tendencia a la introspección. Según Kosacoff (2015), “en la Argentina todavía hoy existe una actitud muy crítica hacia la participación de empresas nacionales en el exterior”.

Esto se puede observar analizando las distintas variables mencionadas anteriormente para medir el nivel de apoyo gubernamental a la internacionalización de sus firmas. Para tener una visión más amplia y contextualizada de la situación argentina, se observará cuál ha sido la situación particular en cada uno de los países de la región aquí considerados.

### 2.2.1. Instituciones de promoción de inversiones

En el período analizado, fueron tres las agencias de promoción de inversiones en el país: la Agencia de Desarrollo de Inversiones (ADI) en el período 1997-2006, la Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones (ANDI) de 2006 a 2010, y la Subsecretaría de Desarrollo de Inversiones (SUINV), de 2010 en adelante. Además, es destacable el rol de la Fundación Exportar<sup>9</sup>, institución mixta sin fines de lucro que también trabaja para promover la internacionalización de las empresas argentinas.

Estas agencias fueron modificando su entorno institucional a lo largo del tiempo, pasando de depender del Ministerio de Economía al Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto (MRECIC). Sin embargo, todas tuvieron objetivos similares, tales como: facilitar la realización de inversiones en el país a los empresarios argentinos y extranjeros; brindar asistencia personalizada e información relevante a los inversores potenciales; detectar

---

<sup>9</sup> La Fundación Exportar se fundó en 1995, continuando con una serie de políticas que tendían a asignarle al Ministerio de Relaciones Exteriores el rol de promotor de la inserción de las empresas argentinas en los mercados internacionales, función que tradicionalmente estaba a cargo del Ministerio de Economía. Algunas de las instituciones que constituyeron el grupo fundador en 1995 fueron: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto; Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos; Asociación de Bancos de la República Argentina; Asociación de Importadores y Exportadores; Cámara Argentina de Comercio; Confederación General de la Industria; Confederación General Económica; Sociedad Rural Argentina; Unión Industrial Argentina; entre otras (Fundación Exportar, 2015).

oportunidades de inversión en el país y difundirlas hacia el interior y el extranjero; identificar empresas argentinas que tengan interés en promover alguna acción conjunta con otras empresas locales o extranjeras en el país; proponer mecanismos de incentivos; formular instrumentos para la expansión del comercio exterior; evaluar resultados; entre otros.

La Fundación Exportar, por su parte, brinda información comercial, asistencia técnica y capacitación a las empresas argentinas que quieren exportar, buscando mejorar la competitividad de sus productos. Esta institución, en coordinación con el MRECIC, es también la encargada de la organización de las misiones comerciales al exterior, las cuales fueron muy habituales a lo largo del período estudiado.

De acuerdo a lo sostenido por Hayakawa et al (2010:5), el gobierno puede promocionar las actividades de comercio internacional de las siguientes formas: 1) promoción de importaciones; 2) promoción de exportaciones; 3) promoción de recepción de IED; 4) promoción de emisión de IED.

Las instituciones vinculadas al comercio internacional del gobierno argentino buscaron principalmente la radicación de inversiones extranjeras en el país, o bien, la promoción de los productos argentinos en el exterior, a través de exportaciones. Las agencias de promoción de inversiones del gobierno argentino no tuvieron nunca entre sus objetivos la promoción de la emisión de IED. Sin embargo, esta es una característica de la gran mayoría de los PED, cuyas instituciones en este tema se dividen en: agencias enfocadas en la promoción del comercio, agencias que promueven la atracción de IED, y agencias de crédito y seguros a las exportaciones (Kuzminska Haberla, 2012).

De todas maneras, de acuerdo a Kuzminska Haberla (2012), muchas de las medidas que se implementan para la promoción del comercio son similares a las que se necesitan para promover las inversiones, tales como: información de mercados, estudios de factibilidad, soporte legal, apoyo financiero, incentivos fiscales, entre otros. Además, de acuerdo al modelo de Uppsala –desarrollado en la introducción- el involucramiento de las empresas en el exterior se da a través de una serie de etapas que van incrementando el compromiso de éstas en sus operaciones internacionales (Rialp, 1999).

En el caso de Brasil, la Agencia Brasileira de Promoción de Exportaciones e Inversiones (ApexBrasil), además de la promoción de las exportaciones brasileras y los mecanismos de atracción de inversiones extranjeras hacia Brasil, cuentan con un programa dedicado específicamente a la promoción de la internacionalización de empresas por medio de inversiones.

Este programa está dirigido a empresas que buscan expandirse internacionalmente o aquellas que ya lo hicieron, pero que están interesadas en ampliar u optimizar su modelo de actuación global. El programa contempla un conjunto de soluciones técnicas como preparación para la internacionalización, orientación estratégica, análisis de mercados o asesoramiento para la gestión internacional (ApexBrasil, 2015).

ProChile (Dirección de Promoción de Exportaciones de Chile), en tanto, apoya la internacionalización de empresas chilenas en un sentido amplio, abarcando tanto la promoción de bienes y servicios como de inversiones, negocios y alianzas estratégicas comerciales. No sólo busca promover la inversión extranjera en Chile sino también la inversión local en el exterior, de manera de ayudar a su aumento y diversificación, como soporte de alianzas estratégicas y transferencias tecnológicas entre empresas (Prochile, 2015).

México, a través de su agencia ProMéxico, también es un país que promociona intensamente las inversiones de sus empresas en el exterior. El apoyo a la internacionalización de empresas mexicanas pretende que éstas cuenten con un brazo comercial o productivo en el exterior, y que puedan colocar sus productos y servicios en los mercados externos (ProMéxico, 2015).

### 2.2.2. Incentivos a las inversiones

Dentro de esta categoría se incluyen acciones tales como exenciones impositivas, apoyo crediticio (préstamos en condiciones preferenciales, créditos a las exportaciones, incentivos a empresas de algún sector especializado, como TICs), garantías al inversor frente a riesgos políticos, mejora de los regímenes de regulación (aplicando medidas que faciliten las inversiones, simplificando los procesos burocráticos). Muchas de estas acciones, son realizadas por los gobiernos a través de las agencias promotoras mencionadas anteriormente, y en algunos casos, un banco nacional que apoya estas acciones.

En la Argentina, durante la primera década del siglo XXI se implementaron exitosamente políticas que tendían a revertir la situación de la industria. Pero no hubo medidas directamente dirigidas a la promoción de emisión de IED de las empresas argentinas. De acuerdo a lo planteado por Kosacoff (2015)“ha habido un retroceso en los últimos años. El gobierno ha apostado pura y exclusivamente a una política de fomento del consumo, lo cual es muy importante. (...) Pero cuando se llega a una situación de plena utilización de los recursos productivos, el simple fomento del consumo no arrastra al proceso de inversiones. (...) Ha faltado una política de fortalecimiento de la oferta, cuyos instrumentos son muy sencillos y utilizados en muchos países del mundo:

favorecer la inversión, favorecer la innovación, favorecer la capacitación de los recursos humanos, generar condiciones de infraestructura, generar esquemas de financiamiento que permitan una adecuada relación del proceso de ahorro e inversión”. La Argentina, en ese sentido, careció de políticas específicas de incentivo de las inversiones en el exterior, así como destaca la ausencia de un banco nacional dedicado al financiamiento de este tipo de actividades.

En el caso de Brasil, a las tareas de promoción que realiza Apex, se le suma una institución fundamental en este proceso como lo es el *Banco Nacional do Desenvolvimento* (BNDES). El rol desempeñado por el BNDES ha sido clave para el proceso de internacionalización de capitales brasileños, brindando financiamiento a las empresas. De acuerdo con lo planteado por Actis (2013b:22), los créditos directos del BNDES constituyen el caso más representativo de una política pública a favor de la internacionalización. El banco cuenta con productos destinados específicamente a ese fin, financiando tanto la participación societaria en el exterior, como la adquisición, implantación, ampliación o modernización de las unidades productivas que las empresas brasileñas tengan en el exterior (BNDES, 2015). A mediados de 2002, se aprobaron en el directorio del BNDES las directrices para que el banco pudiese financiar directamente a las inversiones de las empresas brasileñas en el exterior, algo que previamente estaba prohibido por estatuto. Como requisito para acceder al apoyo financiero del banco, se exigía que las empresas beneficiadas alcanzaran un incremento de las exportaciones similar a la suma de la inversión financiada, en un plazo de seis años (Alem y Cavalcanti, 2005). A través de préstamos, garantías, y participaciones en capital, el banco realizó operaciones de financiación por más de 40.000 millones de reales entre 2007 y 2011, principalmente dirigidos a grandes empresas como JBS Friboi, Marfrig, Oi, Fibria, o Ambev (Blanco Estévez, 2014).

De igual forma, el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en México, ofrece una gran variedad de productos de apoyo financiero a las empresas mexicanas con potencial de internacionalización, o ya establecidas en el extranjero. El apoyo se produce por medio de líneas de créditos, o bien, a través de garantías que mejoren las condiciones de las empresas mexicanas en concursos o licitaciones públicas internacionales (Bancomext, 2015).

En el caso chileno, no se ha encontrado información respecto de la existencia de un banco nacional que ofrezca incentivos particularmente dirigidos a las empresas con intenciones de internacionalizarse. Esto dejaría entrever que estos mecanismos de incentivos a la internacionalización en el país trasandino provienen del ámbito de la banca privada, tal como lo

muestra un acuerdo recientemente firmado entre el Comité de Inversiones Extranjeras de Chile (CIEChile) y el Banco Santander Chile<sup>10</sup>.

### 2.2.3. Negociación y firma de Acuerdos Internacionales de Inversión (AII)

En este punto, hay que recordar que durante el gobierno presidido por Carlos Menem (1989-1999), se propugnó un nuevo modelo de articulación con los flujos internacionales de inversión, lo que llevó a suscribir más de medio centenar de tratados bilaterales de inversión (TBI). Esto además implicaba aceptar la instancia de arbitraje internacional para resolver las disputas entre los inversores extranjeros y el Estado nacional (Fernández Alonso, 2010).

Si bien el gobierno argentino no firmó nuevos acuerdos relativos a inversiones durante el período aquí analizado, tampoco denunció dichos acuerdos. De esta manera, Argentina aún mantiene acuerdos de inversión con 58 países, siendo uno de los países que más TBI firmó (SICE, 2015). Hay que recordar que en la Argentina estos acuerdos fueron firmados con el objetivo de incentivar las inversiones extranjeras en el país, brindando “seguridad jurídica” por medio de los tratados. De esta forma, salvo contadas excepciones<sup>11</sup>, no se le dio demasiada importancia a lo que estos tratados implicaban para las inversiones argentinas en el extranjero. Muchos de esos TBI se firmaron con países emergentes o incluso con países de menor desarrollo relativo, en los cuales podrían detectarse oportunidades de inversión que favorezcan a los intereses tanto del gobierno como de las empresas argentinas, pero es algo que por el momento no parece haber sido contemplado.

En el caso de Brasil, al pasar de país receptor a emisor-receptor en el sistema global de IED, debió generar mecanismos institucionales para defender los intereses de los capitales brasileños en el extranjero (Actis, 2012:412). Históricamente opositor a la firma de TBI, el gobierno brasileño encontró en los Tratados de Doble Tributación (TDT) una forma de beneficiar a sus inversores, evitando que paguen impuestos equivalentes tanto en el lugar de residencia como en el sitio de la inversión. El incremento de las inversiones brasileiras en los países sudamericanos llevó a la firma de TDT con Chile, Venezuela (2005) y Perú (2006) (Actis, 2012). De esta manera, se sumaron a otros TDT firmados por Brasil, que alcanzan un total de 32 (*Secretaria da Receita Federal do Brasil, Ministerio da Fazenda*, 2015).

---

<sup>10</sup> Véase: <http://www.ciechile.gob.cl/es/espanol-ciechile-y-banco-santander-firman-acuerdo-para-promocionar-internacionalizacion-de-empresas/>.

<sup>11</sup> Tal es el caso de la Corporación América, del empresario argentino Eurnekian. La empresa se favoreció del TBI acordado con Armenia en 1993 para invertir en el aeropuerto de Zvartnots (Armenia).

Los casos de Chile y México muestran ciertas similitudes con el de Argentina, en el sentido de que fueron grandes firmantes de TBI durante la década del 90', también para favorecer el arribo de capitales extranjeros a sus países. Chile, con su política de apertura externa, tiene en vigencia 36 TBI y 25 TDT, que se suman a la gran cantidad de Tratados de Libre Comercio (TLC) firmados. Por su parte, México cuenta con 29 TBI y 42 TDT vigentes (SICE, 2015). De esta manera, observando la situación de ambos países y su participación en los flujos globales de IED, se podría interpretar que comenzaron firmando AII para favorecer el arribo de capitales extranjeros a sus países, pero luego estos mismos mecanismos institucionales fueron utilizados para defender las inversiones locales en el extranjero.

#### 2.2.4. Defensa de intereses de empresas nacionales en controversias en el extranjero

Otro de los indicadores que muestran la política del gobierno en torno a la emisión de IED es el accionar de éste frente a situaciones conflictivas entre las empresas inversoras locales y los países en donde se radican las inversiones.

Para observar esto en Argentina, se tomará como caso de ejemplificación el accionar del gobierno nacional en el conflicto entre el grupo Techint y la República Bolivariana de Venezuela, por la nacionalización de las empresas Sidor, Matesi y Tavsa (siendo la primera la más importante). Se eligió este caso por considerar de que constituye un ejemplo ilustrativo de la situación, teniendo en cuenta que el grupo Techint es el principal responsable de la emisión de IED que realiza el país, con más del 85% de los activos en el exterior (Prosperar, 2011).

En este caso se observa también cómo el accionar del gobierno nacional se vio influenciada por la situación doméstica, ya que la defensa de los intereses de la empresa en Venezuela se fue modificando de acuerdo a la relación del gobierno con el grupo Techint. Este vínculo entre ambas partes pasó de una buena relación – incluso desde antes que Néstor Kirchner asumiera la presidencia- a una abierta disputa que se fue incrementando desde que comenzó en 2008 (Mussi, 2013).

La relación de Techint con Chávez había sido muy buena en sus inicios, contando con la colaboración del presidente desde la privatización y posterior compra de Sidor en 1997. En 2005 aparece el primer conflicto, por diferencias respecto al precio en que Sidor compraba el hierro. En ese momento Chávez amenaza por primera vez con reestatizar la empresa<sup>12</sup>. Ante esta situación, el

---

<sup>12</sup>Clarín, 26/10/2005.

gobierno argentino tuvo una respuesta enérgica y contundente: hubo reuniones personales primero entre Rocca (CEO del grupo Techint) y Kirchner, luego Rocca y De Vido con el canciller venezolano Alí Rodríguez, y dos días después Rocca, Néstor y Cristina Kirchner, De Vido y Chávez, en el marco de la Cumbre de las Américas en Mar del Plata. Diez días después se llegaba a un acuerdo<sup>13</sup>.

El conflicto se retomó en 2007, ante la denuncia de Chávez de que la empresa colocaba toda su producción en el exterior en lugar de venderla a los industriales venezolanos<sup>14</sup>. En esa ocasión, el gobierno –que había comenzado a expresar su malestar con la empresa debido a la escasez de inversiones en el país- se limitó a interceder pero ya sin la misma intensidad de la primera vez<sup>15</sup>. En las elecciones nacionales de ese año, Rocca habría apoyado la candidatura de Lavagna, con lo cual la relación entre el gobierno y el grupo pasaba por uno de sus peores momentos.

En abril de 2008, ante el fracaso de las negociaciones sobre los contratos colectivos, Chávez ordenaba la estatización de la compañía Ternium-Sidor<sup>16</sup>. El accionar del gobierno ante esta situación se redujo a llamados telefónicos, que no lograron alterar la decisión del presidente venezolano, lo cual demostraría que la relación de cooperación que habían sabido mantener gobierno y empresa había sido profundamente modificada. En esta etapa final del conflicto, el Gobierno nacional aceptó las medidas impuestas por Venezuela, y únicamente se limitó a negociar el precio de venta de la empresa (Mussi, 2013).

El gobierno brasilero, por su parte, tuvo una férrea defensa de los capitales brasileros en el exterior durante el período analizado. Eso queda demostrado, por ejemplo, en las intercesiones que el gobierno de Lula da Silva realizó en favor de empresas brasileras durante 2008 y 2009, en Ecuador y Venezuela respectivamente.

El primer caso se dio luego de la decisión del gobierno del presidente Correa de suspender la construcción de una represa hidroeléctrica que estaba a cargo de la constructora brasileña Odebrecht, conjuntamente con el anuncio de la suspensión del pago de un crédito otorgado por el BNDES. Ante esto, el presidente Lula da Silva, a través del canciller Amorim llamó a consultas al embajador brasileño en Quito, con lo cual las relaciones diplomáticas quedaron prácticamente congeladas. En esa ocasión, Lula se comunicó personalmente vía telefónica con el presidente Correa para expresarle el “profundo descontento” que le generó la decisión de Ecuador de no pagar

---

<sup>13</sup>Clarín, 4/11/2005.

<sup>14</sup>Perfil, 4/5/2007.

<sup>15</sup>Perfil, 8/5/2007.

<sup>16</sup>Perfil, 9/4/2008.

el crédito al BNDES, realizando una denuncia ante la Corte Internacional de Arbitraje Comercial<sup>17</sup>. Luego de varias semanas de negociaciones, el gobierno ecuatoriano afrontó el pago de una cuota del crédito, con lo cual la situación fue mejorando, permitiendo el regreso del embajador a Quito<sup>18</sup>.

Otra muestra de intervención del gobierno fue el *lobby* realizado por el presidente Lula ante una serie de estatizaciones realizadas por el presidente Chávez en Venezuela, en el año 2009. El presidente venezolano le garantizó que los intereses de las empresas brasileras no se verían afectados (Actis, 2012). En una reunión realizada en la ciudad brasileña de Salvador, Chávez afirmó ante Lula que se encontraban en una fase de nacionalización de empresas en el país, exceptuando a las brasileñas<sup>19</sup>. Luego de esto, el embajador venezolano en Argentina, Arévalo Enrique Méndez Romero, justificó esas afirmaciones al sostener que “las empresas brasileñas radicadas en Venezuela son diferentes a las argentinas. Desde que está Hugo Chávez han tenido un acercamiento extraordinario con la sociedad, mucha llegada con los consejos comunales, municipales y alcaldías”<sup>20</sup>.

De esta manera se buscó comprobar cómo la participación del gobierno de origen de las EMN ayuda a que se solucionen en favor de los intereses de éstas las controversias que puedan tener en el extranjero. Las soluciones políticas frente a estas controversias –que se dan frecuentemente– permiten salvaguardar los intereses económicos de las EMNs de origen local y así acompañar a las empresas en su expansión internacional.

---

<sup>17</sup> *La Nación*, 22/11/2008.

<sup>18</sup> *Ámbito*, 24/12/2008.

<sup>19</sup> *La Nación*, 26/5/2009.

<sup>20</sup> *Ámbito*, 31/5/2009.

### 2.3. A modo de recapitulación

En un mundo globalizado en donde la competencia es cada vez más intensa, tanto a nivel doméstico como en los mercados externos, las empresas de los PED tienen una necesidad cada vez mayor de internacionalizarse. Esa necesidad ya no es sólo por el hecho de conquistar nuevos mercados, esto es, para incrementar su participación en los mismos y así las ganancias, sino que es principalmente como herramienta para la supervivencia y evitar ser vendidas a las grandes compañías transnacionales.

Kosacoff (2015) agrega que “con las condiciones de competencia existentes, las empresas ven que el mercado doméstico no es suficiente base de operaciones si no se tiene una estrategia inteligente para internacionalizarse (...). Si una empresa quiere exportar bienes con alto valor agregado, los mercados del mundo son muy difíciles de acceder, y rápidamente requieren formas más complejas, complementando IED y organizando una red transnacional. Si no se logra armar esto, difícilmente se pueda mantener la posición en el mercado doméstico, y tal vez se siga el camino que siguieron muchas de las empresas nacionales (de Argentina), vendiendo sus posiciones en el mercado con transferencias a filiales de empresas transnacionales extranjeras”.

Tal como sostiene Actis (2013b) al analizar el caso de las EMNs brasileñas, la emisión de IED no habría sido de la magnitud que fue sin la implementación de políticas públicas desde el gobierno. El proceso de internacionalización, si bien puede generar importantes beneficios, no deja de ser una apuesta arriesgada y sumamente costosa para las empresas, en especial para aquellas provenientes de PED. Por esta razón, el rol del Estado ha sido, y seguirá siendo, fundamental. El apoyo puede ser brindando información sobre los mercados externos, pero principalmente es necesario el respaldo financiero y político, brindando garantías a los inversores.

Es importante aclarar que, para que los beneficios de la internacionalización de las empresas tengan derrames hacia el país de origen, es necesaria una buena articulación público-privada. Las políticas de apoyo y financiamiento a la internacionalización, deben tener como contrapartida ciertos compromisos de parte de las empresas, tales como generación de empleos locales, aumento de las exportaciones, generación de divisas, transferencia de tecnología mediante la creación de oficinas de ingeniería en el país de origen o aumento de los gastos en I+D (Alem y Cavalcanti, 2005).

Argentina, pese al gran crecimiento del sector industrial durante la primera década del siglo XXI, no ha desarrollado políticas públicas específicas para promocionar la emisión de IED. El

país debería desarrollar estrategias de apoyo de las firmas locales, especialmente para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, para que éstas no sean adquiridas por firmas extranjeras. Para ello, observar las experiencias exitosas de los países vecinos como Brasil o Chile podría ser una herramienta útil. Estos países, a través de políticas proactivas de internacionalización, han logrado ser importantes emisores de IED (Prosperar, 2009).

## Capítulo III

### Las estrategias corporativas de las EMNs argentinas

En este capítulo se indagan las estrategias desarrolladas por el sector empresario, es decir, aquellas decisiones de carácter estratégico orientadas a la internacionalización de las compañías que en este trabajo se analizan. Como bien se sostiene desde la introducción, se considera que tanto las decisiones corporativas, como el rol del Estado, a través de las políticas públicas implementadas, son determinantes fundamentales del desempeño de las empresas multinacionales. En cada uno de los modelos de desarrollo adoptados por Argentina, el Estado implementó diversas medidas que repercutieron en el accionar de las firmas allí radicadas, y por ende, en las estrategias de internacionalización de las mismas.

En el transcurso del presente capítulo se realiza un breve repaso por las estrategias adoptadas por las empresas argentinas con IED desde los inicios del proceso de internacionalización, a fines del siglo XIX, hasta la primera década del siglo XXI. Este recorrido se sustenta en la premisa de que las políticas adoptadas por el Estado fueron determinantes de las estrategias corporativas en las distintas olas de internacionalización del capital argentino. Se distinguen, de acuerdo al trabajo de Kosacoff y Ramos (2010), tres olas o fases de industrialización e internacionalización de las empresas argentinas: la agroexportadora con industrialización incipiente (fines SXIX- 1930s), la de industrialización sustitutiva de importaciones (1930s- fines 1970s) y la de apertura con reestructuración y globalización (fines 1970s – inicios SXXI).

En conformidad con el recorte temporal de la presente tesina, en este capítulo se pondrá el foco en el período posterior a la tercera etapa planteada por Kosacoff y Ramos. Se entiende que la situación de las EMNs argentinas durante la última década difiere notablemente de la situación de éstas durante el tercer período planteado por los mencionados autores.

Se comenzará observando, a modo de contextualizar, la situación macro y microeconómica luego de la aplicación de políticas aperturistas en la década del 90', las cuales modificaron notablemente las condiciones de competencia de las empresas argentinas. El proceso de apertura económica se dio, en mayor o en menor medida, en todos los países aquí observados -Argentina, Brasil, Chile y México- y tuvo como principal consecuencia que las compañías latinoamericanas (y por ende, argentinas) tuvieran que optar entre dos opciones: modernizarse o desaparecer (Olaya et al., 2012). Se notará que, ante la modificación del entorno competitivo, las empresas de cada país

reaccionaron de diversas maneras, y aquellas que sobrevivieron en las nuevas condiciones de competencia son las que se convirtieron en multilatinas en el siglo XXI.

La perspectiva analítica que se utilizará para analizar las estrategias de internacionalización de las empresas argentinas toma como base a los análisis de Dunning (1973; 1988; 1993; 2006) con su paradigma ecléctico. Al mismo tiempo, debido a la complejidad del fenómeno, esa corriente teórica se complementa con aportes provenientes de otras escuelas de pensamiento tales como la Escuela de Uppsala, cuya versión original fue propuesta por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); y la teoría LLL propuesta por Mathews (2006).

Para lograr una mejor interpretación de la situación argentina, se realizará una descripción general de las estrategias de internacionalización adoptadas por las empresas multilatinas originarias de Brasil, Chile y México.

### 3.1. Fases de internacionalización de las empresas argentinas

Como se sostuvo anteriormente, se distinguen en la historia argentina tres fases de internacionalización de las empresas argentinas: la agroexportadora con industrialización incipiente (fines SXIX- 1930s), la de industrialización sustitutiva de importaciones (1930s- fines 1970s) y la de apertura con reestructuración y globalización (fines 1970s – inicios SXXI).

Las olas de internacionalización se fueron adaptando al modelo de desarrollo adoptado en cada momento, con sus contextos macroeconómicos, instituciones y regulaciones específicas. A su vez, las condiciones locales se articularon con un ambiente internacional particular, que determinaron las formas de organización de la producción, las corrientes de comercio y las modalidades de inversiones en el exterior (Kosacoff y Ramos, 2010). En cada una de estas olas, la internacionalización de las empresas se realizó una vez que éstas alcanzaron cierto nivel de maduración tecnoproductiva, a la vez que agotaban sus posibilidades de dinamismo orientándose al mercado local (Kosacoff, 1999).

A continuación, se realizará un breve repaso por las primeras dos fases de internacionalización de empresas argentinas, describiendo cuáles fueron las estrategias corporativas y las características de ese proceso.

### 3.1.1. Fase agroexportadora con industrialización incipiente (fines S XIX – 1930s): las empresas argentinas, pioneras en la región.

El modelo agroexportador argentino, basado principalmente en la exportación de recursos naturales y la importación de manufacturas, tuvo simultáneamente impulsos a favor de la industrialización (Kosacoff, 1999). La necesidad de elaboración de algunas materias primas para su posterior exportación; la demanda de maquinaria agrícola y agroquímicos para el desarrollo de actividades primarias; las dificultades para la importación de manufacturas en tiempos de guerra. Esto fue generando un incipiente desarrollo industrial local. Estas mismas empresas, una vez alcanzado cierto predominio en el terreno tecnológico, detectaron la posibilidad de captar demandas insatisfechas en los mercados externos más próximos. De esta manera, se convirtieron en las primeras compañías no originarias de los países desarrollados con inversión extranjera directa (Kosacoff y Ramos, 2010).

Las empresas pioneras que radicaron plantas industriales en el exterior fueron un grupo reducido de firmas que en su mayoría pertenecían al sector de alimentos, calzados y textiles. Entre ellas destacaban Alpargatas<sup>21</sup>, S.I.A.M. di Tella<sup>22</sup> y Bunge y Born<sup>23</sup>, también Quilmes y Águila-Saint (Prosperar, 2009). En líneas generales, estas eran grandes empresas que, en muchos casos, tenían vinculación con el capital financiero internacional y extendían sus negocios hacia los sectores agrícola-ganadero y financiero locales (Kosacoff, 1999).

Los principales destinatarios de las IED en esta primera fase fueron los países vecinos, tendencia que se mantendría en las siguientes olas, convirtiéndose en una característica del proceso de internacionalización de empresas argentinas. Este patrón coincide con el modelo de Uppsala, según el cual las inversiones en el exterior tienden a producirse en países con menor “distancia psicológica”<sup>24</sup> durante las primeras fases del proceso de internacionalización. La proximidad del entorno cultural -como puede ser el idioma común- permite una mayor facilidad a la hora de hacer negocios, generando actitudes y comportamientos que les benefician en la forma y manera de

---

<sup>21</sup> Empresa fundada en 1885, dedicada a la fabricación del tradicional calzado de lona que da el nombre a la empresa. En 1890 expande sus operaciones a la República Oriental del Uruguay, y en 1907 instala una filial en Brasil. Es “curioso” que 101 años más tarde (2008) Alpargatas Brasil adquiere el control de la empresa. En 2013 finalizó el proceso de adquisición de Alpargatas Argentina por parte de Alpargatas Brasil, significando la salida del régimen de oferta pública, luego de más de 100 años cotizando en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

<sup>22</sup> Fundada en 1911, dedicada a la industria metalmeccánica. Comenzó el proceso de internacionalización en 1922, expandiéndose hacia países vecinos como Uruguay, Chile, Brasil.

<sup>23</sup> Fundada en 1884, el conglomerado agrícola establece su primera subsidiaria en 1905 en Brasil.

<sup>24</sup> El concepto de “distancia psicológica” hace referencia al conjunto de factores que impiden u obstaculizan los flujos de información entre la empresa y el mercado, como por ejemplo: diferencias lingüísticas, culturales, políticas, de nivel educativo o de desarrollo industrial. Esta variable adquiere especial importancia en las primeras fases del proceso de internacionalización, cuando la empresa optará por aquellos mercados que tengan una distancia psicológica menor, hasta ir introduciéndose progresivamente a mercados con mayor distancia (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975:307).

establecer relaciones con el entorno (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975:307). En el proceso de internacionalización, la comparación entre el entorno institucional de procedencia y el entorno del país en el cual se invierte, puede ofrecer señales del grado de facilidad (o dificultad) con el cual se encontrarán (Casilda, 2015).

En cuanto a las estrategias adoptadas por las firmas argentinas que se internacionalizaron, la mayoría de estas inversiones se realizaron en búsqueda de acceso a mercados. En ese sentido, las tarifas de importación impuestas por Brasil impulsaron tanto a Bunge & Born, en 1905, como a Alpargatas, en 1907, a establecerse en el vecino país.

El agotamiento del modelo agroexportador afectó el proceso de internacionalización de estas firmas. En algunos casos, como Alpargatas o Bunge & Born en Brasil, o Quilmes en Paraguay, el notable dinamismo de los mercados internos permitió a las filiales tener relativa independencia de la casa matriz argentina (Kosacoff, 1999).

### 3.1.2. Fase de industrialización sustitutiva de importaciones (ISI) (1930s- fines 1970s)

La etapa de ISI se caracterizó por brindarle a las empresas locales un ambiente de competencia protegido por altas tarifas, lo que les permitía operar con pocos recursos, adaptando productos a las condiciones locales, en procesos intensivos en mano de obra. Esto permitió un gran aumento en la cantidad de empresas multinacionales latinoamericanas, despertando el interés académico, que consideraron al fenómeno como la primer generación de EMNs de países emergentes (Stal y Campanario, 2010). Este movimiento se dio principalmente en Argentina, México, Chile, Brasil, Colombia y Venezuela (Gammeltoft, 2008).

En el caso argentino, durante esta etapa se produjo la internacionalización de un centenar de firmas, que a través de inversiones en el exterior se sumaron a la primera oleada de EMNs argentinas de la fase agroexportadora. Se trataba, en líneas generales, de grandes empresas líderes de sus respectivos mercados, dedicados principalmente al mercado local, por lo que sus emprendimientos externos fueron de relativamente baja magnitud. También fueron de gran importancia las historias personales, las habilidades y la visión emprendedora de quienes conducían estas empresas, muchos de ellos inmigrantes europeos. El caso de Agostino Rocca en la conducción del grupo Techint -actualmente la multinacional argentina más importante-, es uno de ellos (Kosacoff y Ramos, 2010).

El desarrollo inicial de la internacionalización de estas firmas estuvo determinado por las características del modelo económico, en el cual se insertaban las estrategias empresariales. Si bien, muchas de las empresas contaban con ventajas tecnológicas, productivas, y organizacionales, los rasgos del aparato regulatorio, tanto de Argentina como de los terceros países, tuvieron un papel fundamental. Las elevadas barreras arancelarias respecto a terceros países que sustentaron la idea de integración regional en los sesenta, la fuerte articulación con el sistema crediticio estatal, los mecanismos de promoción existentes (como incentivos a exportaciones de plantas llave en mano), fueron factores que favorecieron este proceso. Esto da una muestra de la importancia que tiene la vinculación público-privada y la aplicación de políticas públicas que favorezcan a las firmas a que puedan internacionalizarse y así competir en mercados externos (Kosacoff y Ramos, 2010).

Entre las principales motivaciones que llevaron a estas a empresas a radicar inversiones en el exterior, la búsqueda de mercados fue la principal, debido a la saturación del mercado interno en el cual muchas eran líderes en sus sectores. Esto se observa en los casos de empresas como Techint, Arcor, Angel Estrada, Peñaflores, entre otras. En un número reducido de casos, principalmente en el sector petrolero con los casos de YPF, Pérez Companc o Bidas, la búsqueda de recursos naturales fue lo que fundamentó la IED realizada. En cuanto al destino de esas inversiones, a pesar de existir algunas excepciones (caso Techint con inversiones en Italia, por ejemplo), se continuó con la tendencia de invertir en países latinoamericanos, aprovechando las similitudes culturales y el mayor conocimiento de los mercados (Kosacoff, 1999).

El modelo de sustitución de importaciones, que había dado muestras de agotamiento a fines de los sesenta, se vio severamente afectado por la crisis de los ochenta, con lo cual el proceso de internacionalización se fue afectando paulatinamente.

### 3.1.3. Fase de apertura con reestructuración y globalización (fines 70's – inicios siglo XXI)

En los años ochenta, la inversión externa de las empresas argentinas, así como las latinoamericanas en general, acusaron el impacto de la crisis de la deuda y de la caída de la actividad económica interna. Tal como sostienen Chudnovsky et al (1999), muchas de las empresas manufactureras que se habían expandido hacia otros países protegidos por el modelo ISI, debieron cerrar, o bien, fueron adquiridas por empresas transnacionales.

En la década del noventa, la introducción de programas de reformas estructurales “orientadas al mercado” modificó el marco de reglas de juego en el cual competían las empresas. Las privatizaciones, la desregulación financiera, la nueva legislación favorable a las inversiones extranjeras, así como la apertura comercial, generaron profundos cambios en el perfil empresarial

de Argentina. Los principales agentes económicos de este proceso fueron las subsidiarias de las empresas transnacionales y los grandes conglomerados económicos nacionales<sup>25</sup>, quienes se especializaron en los sectores más dinámicos de la economía argentina. En contrapartida, las empresas estatales prácticamente desaparecieron, mientras que las pequeñas y medianas empresas sufrieron un muy severo ajuste.

La ventaja decisiva de las filiales de empresas transnacionales por sobre las empresas locales residía en las capacidades tecnológicas, las habilidades acumuladas en la experiencia de operar en mercados abiertos, y en la capacidad de financiamiento. Esto llevó a que muchas empresas locales, al verse incapaces de competir en el nuevo contexto, decidieran vender sus activos a las compañías transnacionales. Esta fue una de las principales derivaciones de este proceso: la extranjerización de la economía argentina a niveles elevadísimos. El *stock* de capital extranjero en la economía argentina se multiplicó, creciendo a un promedio del 20% anual entre 1992 y 1997 (Kosacoff, 1999). La elevada incertidumbre se vio reflejada en el predominio de estrategias defensivas, pasando muchas empresas desde la producción al ensamblado y la comercialización de insumos y bienes finales importados. El sector manufacturero, en consecuencia, se redujo drásticamente en cuanto a número de plantas, generando un fuerte crecimiento del desempleo.

Además, profundizando este fenómeno de extranjerización de la economía argentina, hubo también cierto oportunismo de algunos sectores empresarios que buscaron ganancias a corto plazo con la venta de sus activos. Muchas de las fábricas transferidas estaban en condiciones obsoletas y por completo amortizadas, lo cual permitía realizar grandes negocios. También muchos empresarios realizaron importantísimas ganancias de capital al vender activos que habían sido previamente adquiridos mediante las privatizaciones (Gaggero, 2008).

Sin embargo, como herencia de políticas públicas implementadas en el modelo ISI, se consolidó un sector dedicado a la producción de insumos básicos (acero, aluminio, papel, petroquímica, entre otros), integrado por una treintena de conglomerados económicos, la mayoría de capital nacional (Kosacoff y Ramos, 2009). Muchas de estas firmas debieron reestructurar sus negocios para mantener su presencia en el nuevo ambiente competitivo del mercado doméstico, lo cual las llevó, en algunos casos, a realizar importantes inversiones en el extranjero.

---

<sup>25</sup>Agentes económicos que operan bajo la forma de centralización del capital con una estructura única en áreas funcionales claves (finanzas, recursos humanos, apertura de nuevos negocios, etc.) y una alta descentralización operativa (organizada generalmente bajo la figura de centros de negocios por actividad).

Argentina experimentó, durante la década del noventa, una nueva ola de internacionalización de sus empresas, convirtiéndose en uno de los inversionistas externos más importantes de América Latina (Sosa Arencibia, 2012). A modo ilustrativo, puede señalarse que entre 1992 y 1998, la Argentina aportaba alrededor del 38% de la inversión extranjera directa emitida por América del Sur (López y Ramos, 2009). El país tenía en 1990 un stock de IED algo superior a los 6.000 millones de dólares, mientras que en el año 1999 superaba los 20.000 millones (UNCTAD stats, 2015). El tipo de cambio adoptado por el gobierno de Menem -más allá de los efectos negativos que generaba en otros aspectos- tuvo un rol importante en la emisión de flujos de IED, ya que la sobrevaluación del peso argentino en relación al dólar facilitó la inversión en el extranjero (Prosperar, 2009).

Este auge del proceso inversor de las multinacionales argentinas despertó el interés académico, en donde destaca el trabajo realizado por Kosacoff (1999). Allí, analiza la situación de las empresas argentinas con IED en la década del noventa, a partir del desempeño de once conglomerados económicos: Arcor, Laboratorios Bagó, Bemberg, FV-Ferrum, Impsa, Impsat, Pérez Compañc, Sancor, Socma, Techint e YPF.

Los países limítrofes fueron el principal destino de las inversiones, favorecidos por el surgimiento del MERCOSUR, con lo cual se continuó con la tendencia de las olas anteriores. La única diferencia radicó en que en las etapas anteriores las inversiones se radicaban en países de menor desarrollo relativo, mientras que en este caso Brasil fue el principal destinatario.

Se pueden dividir a las empresas según sus estrategias hayan sido globales, latinoamericanas u orientadas a países del Mercosur-limítrofes. Las estrategias globales se llevaron a cabo por las empresas de mayor tamaño, como Techint (en el área de tubos sin costura), YPF, y en menor medida IMPSA. De las estrategias latinoamericanas formaron parte empresas como IMPSAT, Arcor, Techint- en el área de aceros planos-, Bagó y Roemmers. La internacionalización orientada hacia el Mercosur-Países limítrofes fue parte de la estrategia de compañías como Bemberg, FV-Ferrum, Pérez Compañc, Sancor y SOCMA.

En lo que refiere a las motivaciones para realizar IED, predominaron las estrategias de búsqueda de mercados (Arcor, Bagó, Bemberg, FV-Ferrum, IMPSA, IMPSAT, Sancor, Socma y Techint), aunque también la búsqueda de recursos, como en el caso de las petroleras YPF y Pérez Compañc; búsqueda de eficiencia (Techint e IMPSAT) y la búsqueda de activos estratégicos (Arcor, Bagó e IMPSAT) al especializarse en redes latinoamericanas de producción, distribución y comercialización, e YPF al captar recursos humanos calificados en EEUU.

Con ciertos matices, todas estas empresas compartían un ciclo de evolución en el proceso de internacionalización, comenzando con exportaciones y luego desembocando en IED, coincidiendo en muchos casos con la denominada “cadena de establecimiento” planteada por la escuela de Uppsala. Esta corriente teórica, como se sostuvo en la introducción, plantea que la empresa incrementará gradualmente sus recursos comprometidos en otro país a medida que va adquiriendo experiencia en las actividades de dicho mercado. La cadena de establecimiento se define en cuatro etapas: 1) actividades esporádicas de exportación; 2) exportaciones a través de representantes independientes; 3) establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero; 4) establecimiento de unidades productivas en el país extranjero (Johanson, J. y Wiedersheim-Paul, F., 1975:307).

A partir de 1998, cuando el modelo de la convertibilidad ya exhibía sus debilidades, en un contexto de excesivo endeudamiento externo, la inversión directa argentina en el exterior comenzó a evidenciar una caída constante. Debido a la manera en que se implementaron las reformas económicas y a la posterior crisis, las multinacionales argentinas no pudieron mantener el ímpetu inicial de IED (CEPAL, 2006).

En los trabajos realizados acerca de la internacionalización de los grupos económicos argentinos en los noventa, subyace la idea de que éstos, para adaptarse al nuevo ambiente competitivo, se especializaron en aquellos negocios para los cuales gozaban de presuntas ventajas y capacidades. Ciertos autores, como es el caso de Burachik (2010), cuestionan esta visión a partir de la observación de los hechos posteriores. El aumento de la IED argentina coincidió con el momento de mayor crisis y deterioro de las posibilidades de crecimiento en el país, entre 1997-1999. Al tiempo que se veían forzadas a vender parte de sus negocios en el país, algunas grandes empresas intentaban establecer inversiones en otros países de la región. Entonces, las inversiones eran más bien una respuesta ante la difícil situación y la debilidad que experimentaban en el mercado doméstico, que una presunta ventaja y muestra de fortaleza. La especialización y el posterior proceso de inversión externa, por ende, les sirvieron a muy pocas de estas empresas como base para su reestructuración y relanzamiento.

Existió, de acuerdo al autor, una tendencia a la sobreestimación de las aptitudes competitivas de las firmas argentinas con IED (Burachik, 2010). Según esta otra visión, hay dos fenómenos que parecen haber impulsado la internacionalización. El primero, la búsqueda de mercados – estrategia de “marketseeking”, según la teoría de Dunning- debido a la contracción de las oportunidades de

expansión en el país, como consecuencia de la llegada de grandes competidores extranjeros. Coincidiendo con esta visión, Tavares (2006) llega a la conclusión de que “la IED latinoamericana (y no sólo argentina) es producto de una reacción ante aspectos negativos de los ambientes de negocios de los países de origen, en vez de ser el resultado natural de un proceso gradual de crecimiento y globalización basado en ventajas competitivas de las empresas”. Esa afirmación, de acuerdo al parecer del tesista, resulta un tanto exagerada, en la medida que desestima las cualidades, que efectivamente tienen y fueron desarrollando las multilatinas.

La segunda explicación vincula el proceso de expansión de las empresas con la intención, no de proseguir el crecimiento de las mismas, sino para acercarse a lo que pretendían las grandes compañías multinacionales, interesadas en asociarse con una gran empresa local (Burachik, 2010). Es decir, expandirse en la región adquiriendo “activos estratégicos” con un fin un tanto especulativo, buscando elevar el valor de cambio de la empresa local en el marco de una asociación o venta a una firma internacional líder.

Desde finales de los años noventa, hasta los inicios del presente siglo (con la crisis del *default* de 2001 en medio de este proceso), una serie de elementos ponían en evidencia las restricciones con las cuales se enfrentaron los conglomerados económicos nacionales en su proceso de internacionalización a través de las IED. Estas restricciones se observaban en las limitaciones en la captación y formación de recursos humanos, las dificultades para acceder al financiamiento, la escasa participación de los gastos en investigación y desarrollo (I+D) en relación a sus ventas, la especialización productiva en actividades maduras y con escasa participación en los sectores de tecnología de punta, y la asimetría en el tamaño de las empresas argentinas en comparación con las corporaciones globales (Kosacoff y Ramos, 2010).

A eso se le sumaría el elevadísimo nivel de endeudamiento<sup>26</sup> que poseían muchas de las empresas, con intereses que vencían y que se hacían muy difíciles, o imposibles, afrontar. Los problemas de financiamiento fueron un elemento destacado en el proceso de extranjerización de la economía argentina. A medida que el modelo de convertibilidad iba mostrando su debilidad, el grado y el tipo de endeudamiento se convertía en un problema cada vez mayor para los grandes conglomerados. De esta manera, ante las dificultades para refinanciar su deuda, y pese a que muchas dominaban una importante porción del mercado doméstico, debieron vender parte o el total de sus acciones a inversores extranjeros (Gaggero, 2008). A continuación, se consideran algunos casos prototípicos de ello:

---

<sup>26</sup>Gran porcentaje de la deuda en dólares, que luego del default y la posterior devaluación se elevó a valores imposibles de afrontar por muchas de estas empresas.

- Quilmes<sup>27</sup>: del grupo Bemberg, adquirida en el año 2006 por AmBev, filial brasileña del grupo belga InBev, por un total de 1200 millones de dólares.
- YPF<sup>28</sup>: vendida al grupo español Repsol en 1999 a cambio de cerca de 15.000 millones de dólares. En 2012 la empresa fue expropiada por ley, constituyéndose en una empresa mixta, conservando el Estado argentino y las provincias un 51% de la participación accionaria.
- Pérez Companc<sup>29</sup>: vendió Pecom Energía en 2002 a la brasileña Petrobras, a cambio de 1182 millones de dólares, más la asunción de la deuda que poseía la compañía, valuada en 2000 millones de dólares.
- IMPSAT<sup>30</sup>: comprada por Global Crossing (compañía radicada en EEUU) en 2006, por la suma de 95 millones de dólares en efectivo y la asunción de una deuda de 241 millones de dólares.
- Loma Negra<sup>31</sup>: comprada por el grupo brasileño Camargo Correa en 2005, a cambio de 825 millones de dólares en efectivo, más la asunción de la deuda de la empresa, valuada en 200 millones de dólares.

Previamente, durante el período 1993-2003, habían sido vendidas grandes empresas argentinas a firmas extranjeras. Entre ellas figuran: Terrabusi, Bagley<sup>32</sup>, Alba, Atanor, Sevel, Peñaflor (Gaggero, 2008)<sup>33</sup>.

### 3.2. La internacionalización de empresas argentinas en el siglo XXI

Al elaborar en el año 2006 –analizando la IED del año 2005- el primer análisis sobre la emisión de IED desde la región, la CEPAL afirmó que “la característica más significativa de las translatinas argentinas en los inicios del nuevo siglo ha sido la baja resistencia con que éstas fueron vendidas, completas o en parte, a sus principales competidores, básicamente empresas transnacionales” (CEPAL, 2006:80). Este proceso de extranjerización de la economía argentina, que se observa notablemente en el caso de los conglomerados económicos de fines de la década del

---

<sup>27</sup>La Nación, 14/4/2006.

<sup>28</sup>El País, 22/01/1999.

<sup>29</sup>La Nación, 23/07/2002.

<sup>30</sup>La Nación, 27/10/2006.

<sup>31</sup>La Nación, 20/04/2005.

<sup>32</sup> Posteriormente un porcentaje de la misma fue adquirido por Arcor.

<sup>33</sup>El autor distingue tres períodos de intensa extranjerización al interior de la cúpula empresaria argentina: 1) “años de oro” de la convertibilidad (1993-1995); 2) recuperación posterior a la Crisis de Tequila (1996-1998); y 3) la crisis final de la convertibilidad y la post-devaluación (1999-2003).

noventa, y principios del nuevo siglo, explica considerablemente el hecho de que las EMNs argentinas no se hayan incorporado tan intensamente al auge de las multilatinas. Ya sea porque los empresarios se hayan visto forzados por la coyuntura, o bien, que se haya tratado de hábiles maniobras para realizar un “buen negocio” a través de la venta, lo cierto es que muchos de las empresas que –tal vez- podrían haber liderado el proceso inversor argentino en el exterior, terminaron siendo filiales de empresas transnacionales.

Durante la primera década del siglo XXI, se produjo un crecimiento del sector industrial del país, con incrementos en los niveles de producción, inversión, productividad, salario real y empleo entre 2002 y 2011. Sin embargo, “Argentina no ha tenido la fuerza para transformar su estructura industrial” (Kosacoff, 2015). Aunque más atenuado, se continuó el proceso de transferencia de las principales empresas nacionales durante la última década, fundamentalmente vendidas a empresas brasileras. De esta manera, el país perdió posicionamiento relativo en toda América Latina en término de presencia de empresas multinacionales de origen local (Kosacoff, 2015).

Tal como se comentara oportunamente en el primer capítulo, en los años 2009 y 2011, la Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones (ANDI o Prosperar) realizó dos informes sobre la situación de las multinacionales argentinas. El primero abarca el período 2006-2008, mientras que el segundo releva los datos de 2009. En el primer informe se contabilizaron un total de 19 empresas argentinas con IED, alcanzando un total de 19.000 millones de dólares en activos externos en el 2008, de los cuales el grupo Techint poseía más de 17.000 millones.

En el segundo informe, por su parte, fueron 23 las firmas incluidas, con el grupo Techint con más del 85% de los activos externos argentinos (Prosperar, 2011). Estos indicadores dan cuenta del grado de concentración del proceso de internacionalización de las empresas argentinas, a la vez, que exhibe el modesto tamaño de las empresas (con la única excepción del grupo Techint) en comparación con sus contrapartes de países emergentes.

Ambos informes sostienen que la mayoría de las inversiones en el exterior fueron dirigidas principalmente hacia los sectores de metales básicos, alimentos, productos farmacéuticos y producción agropecuaria. En cuanto a las motivaciones para la internacionalización, el principal factor fue la búsqueda de nuevos mercados, o bien, la preservación de los mercados existentes. Algunos buscaron ganar eficiencia a través de economías de escala y/o diversificando riesgos. En tanto, otro grupo de empresas fundamentó el proceso inversor en las ventajas competitivas de la empresa, tales como costos favorables, el grado de calificación de los recursos humanos, o la conformidad con los estándares de calidad internacionales. En lo que refiere a la distribución

geográfica de las inversiones, se mantiene la tendencia histórica, ya que más del 60% de las mismas fueron radicadas en países de América del Sur, principalmente en Brasil y Uruguay (Prosperar, 2009 y 2011).

Los documentos publicados por Prosperar son los únicos documentos oficiales en los cuales se trata el tema de las multinacionales argentinas y sus estrategias de internacionalización, todo lo cual dificulta la exploración del tema en particular. En este sentido, se destaca que si bien este tesista desplegó numerosos pedidos de entrevistas con representantes de las empresas argentinas aquí analizadas, los mismos no tuvieron respuesta positiva. Con todo, se entiende que estas limitaciones de acceder a fuentes directas no contraria al proceso de investigación, ya que los datos respecto a la estrategia pueden ser reconstruidos a través de publicaciones diversas y en los propios sitios y folletos promocionales de las empresas. Un caso importante a destacar en lo antedicho es Arcor, que explicita su estrategia de internacionalización en una publicación financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

En dicho libro, la empresa explica parte de su estrategia de expansión internacional, a la cual consideran parte esencial del proceso de modernización y reestructuración en el contexto de apertura y competencia en el cual se insertan. Desde la empresa sostienen que para ganar competitividad es necesario un aprovechamiento integral de las economías de escala y la apertura de nuevos mercados. El establecimiento de plantas en mercados considerados estratégicos, les permite superar las limitaciones de tamaño y dinamismo del mercado doméstico. La estrategia de internacionalización de la compañía tiene como objetivos principales afianzar su liderazgo en el MERCOSUR, convertirse en una empresa líder en chocolates y golosinas en Latinoamérica, y tener una participación creciente en el área extra-MERCOSUR. Para ello requieren del afianzamiento del conjunto de la organización, el replanteo permanente de su patrón de especialización y el incremento continuo de la eficiencia (Kosacoff et al, 2007).

Una de las operaciones más trascendentales en el proceso de internacionalización de Arcor fue la alianza que realizó en el año 2004 con la multinacional francesa Danone<sup>34</sup>. En esa ocasión, la fusión de ambas empresas en el negocio de galletitas para los mercados de Argentina, Brasil y Chile, estaría próxima a lo planteado por Mathews (2006) con su modelo LLL. Las alianzas de este tipo son consideradas por las empresas de países emergentes como un medio fundamental para expandirse internacionalmente, reduciendo los riesgos que ello implica (Mathews, 2006:19).

---

<sup>34</sup>Clarín, 01/04/2004.

### 3.3. La expansión de las multilatinas de la región

Según un estudio realizado por la CEPAL (2006), existen principalmente dos tipos de factores que determinan los procesos de internacionalización de las multilatinas: los denominados “factores de empuje” y “factores de atracción”. Los primeros hacen referencia a aquellos factores que alientan a las empresas a mirar hacia otros mercados. Algunos de estos factores pueden ser la insuficiencia de los mercados locales para la venta de productos; la búsqueda de nuevas fuentes de materias primas; la necesidad de diversificar riesgos ante la inestabilidad económica local; o la entrada de competencia extranjera mediante la desregulación de mercados.

Por su parte, los factores de atracción hacen referencia a aquellos que motivan las inversiones en terceros países, a la forma en la cual se logra el acceso al país receptor y a la disponibilidad de los recursos naturales. Estos factores surgen como contraparte de los factores de empuje. Algunos de éstos son el acceso preferencial a algunos mercados debido a acuerdos de integración; asociaciones con empresas transnacionales; o mejoras en el sistema de distribución.

Como se sostuvo en la introducción, la complejidad del fenómeno de las multilatinas hace necesario un enfoque teórico más amplio. Casilda (2014:17), coincide con los aportes de la teoría LLL al considerar que actualmente no es suficiente pensar que el acceso a mano de obra barata, control de recursos naturales o habilidades productivas y tecnológicas, sean suficiente argumentos para explicar la magnitud de este fenómeno. Las vinculaciones que realizan las empresas, como puede ser el caso del establecimiento de un *joint venture*<sup>35</sup>, permite que accedan de forma rápida a recursos que no poseen –capital, tecnología, habilidades y conocimiento– y así obtener nuevas fuentes de ventaja competitiva. Una vez obtenido el aprendizaje de las nuevas tecnologías y procesos de negocio y conocimiento en sus plantas en el exterior, vuelcan sus experiencias en la casa matriz, construyendo así una ventaja competitiva y generando un círculo virtuoso (Casanova Seuma, 2011).

En el marco de las empresas latinoamericanas líderes, la innovación y la calidad que adquirieron constituyen un rasgo distintivo para competir en los mercados globales. Para alcanzar eso, el escenario de apertura económica en la década del noventa, fue de gran relevancia. Con el

---

<sup>35</sup> Relación contractual entre dos o más personas, naturales o jurídicas, que sin perder identidad o autonomía se vinculan con el objeto de realizar una actividad económica determinada, pudiendo aportar a tales propósitos activos tangibles o intangibles que deberán ser explotados únicamente en miras al objeto específico del contrato y en un lapso determinado previamente o limitado al cumplimiento de tal objeto (Ríos, 1996).

ingreso de multinacionales de PD a la competencia por el mercado local, las empresas nacionales debieron responder con mejoras en su eficiencia, calidad e innovación (Casilda Béjar, 2014).

Un aspecto fundamental para el proceso de internacionalización de las empresas multilatinas fue el mayor acceso que tuvieron las empresas a los mercados de capital locales e internacionales desde inicios de este siglo, algo que lamentablemente no sucedió en el caso argentino. De esta manera, por primera vez las empresas latinoamericanas tuvieron acceso a un endeudamiento financiable, en condiciones relativamente comparables a sus contrapartes de los PD (Santiso, 2008).

Otra de las características que se constituyó como una gran ventaja de las multilatinas fue su capacidad de adaptarse a las circunstancias cambiantes de los mercados. Debido a sus experiencias de competencia en el mercado doméstico, las firmas han sabido generar estructuras de gestión flexibles y ágiles, lo que constituye un gran activo en el actual marco de la economía internacional.

### 3.3.1. La expansión de las multilatinas brasileñas

Tal como se vio oportunamente, el proceso de internacionalización de las empresas brasileñas, al igual que las argentinas, tuvo un fuerte impulso bajo el modelo ISI, en los 70' y principios del 80'. En aquella ocasión, favorecidas por las políticas de promoción de exportaciones implementadas, las empresas se concentraron en iniciativas para la búsqueda de recursos naturales o sistemas de apoyo a las exportaciones (distribución, comercialización y ensamblaje). Las inversiones en manufacturas eran de menores dimensiones, concentradas en productos alimenticios, acero y electrónica. En los años ochenta, en un contexto de inestabilidad, las inversiones productivas se vieron disminuidas, con la excepción de compañías de ingeniería y construcción, que ante la disminución de la inversión pública doméstica, debieron salir en búsqueda de mercados (CEPAL, 2006).

La liberalización comercial, la desregulación, la privatización y otras reformas realizadas en los noventa, intensificaron tanto la necesidad como la capacidad gerencial para buscar agresivamente oportunidades de crecer en el exterior. Las reformas obligaron a una reestructuración de las firmas brasileñas, con intensos procesos de innovación tecnológica y organizacional, a la vez que mejoraban la calidad de sus productos (CEPAL, 2006). Como contrapartida, de la misma manera que sucedió en Argentina, muchas compañías no pudieron adaptarse, debiendo reducir sus activos o incluso cerrar plantas. Algunas empresas que se habían internacionalizado debieron desmontar operaciones en el exterior, retirándose o vendiéndolas a empresas transnacionales

(Chudnovsky et al, 1999). Los medios para alcanzar la reestructuración pretendida apuntaban a una mayor especialización (mediante la venta de activos no estratégicos), o bien, diversificando hacia otros segmentos. Las inversiones productivas en el exterior constituyeron un instrumento muy importante para ambas estrategias (CEPAL, 2006).

Los últimos años de la década del noventa y primeros de 2000, con la inestabilidad macroeconómica y la incertidumbre económica-política que ésta generaba en el ámbito doméstico, llevaron a muchas empresas brasileñas a incrementar sus inversiones en el exterior. El principal motivo de esta decisión radicaba en buscar diversificar el riesgo de las operaciones que tenían en el mercado local (Sosa Arencibia, 2012). Ese incremento de las inversiones durante la década del 90 coincide con la ola de internacionalización de empresas argentinas que se dio en ese mismo momento. Sin embargo, a diferencia de lo ocurrido en nuestro país, en Brasil se logró sostener en el tiempo, a través de estrategias ofensivas por parte de los empresarios y favorecido además con políticas públicas desde el gobierno brasileño.

Desde el año 2003, con la llegada al poder del presidente Lula da Silva, la internacionalización de capitales brasileños se convirtió en un nuevo objetivo de la política exterior de Brasil, lideradas por firmas como Petrobras, Embraer, Vale do Rio Doce, JBS, Gerdau o Marfrig, por citar algunas. Así se entiende que entre 2003 y 2010, los flujos de IED superaran los 130.000 millones de dólares (Actis, 2012). El entorno de crecimiento económico vivido por Brasil en la década de 2000 generó un ambiente propicio para la internacionalización de las empresas brasileñas. Muchas de ellas se especializan en recursos naturales o en manufacturas basadas en recursos naturales (hidrocarburos, minería, procesamiento de metales), aunque existen excepciones como Embraer, líder en la fabricación de *jets* comerciales, con uso intensivo de tecnología.

En lo que refiere al destino de las inversiones brasileñas, parece coincidir con los postulados de la Escuela de Uppsala. La expansión del capital brasileño en la primera década del siglo XXI se ha concentrado en los países sudamericanos. En ese sentido, tal como sostiene Actis (2012), el activismo político y diplomático del gobierno brasileño fue fundamental para la penetración de las empresas brasileñas vía inversiones. Un ejemplo concreto de esto fue el impulso que el ex presidente Lula da Silva dio a la Iniciativa para la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA), que fue aprovechado por las grandes EMNs brasileñas como Odebrecht, Camargo Correa, entre otras del rubro de la construcción e ingeniería.

Las similitudes culturales con África también fueron aprovechadas por las EMNs brasileñas para expandirse hacia ese continente. Tal es el caso de empresas como Vale, Odebrecht, Camargo

Correa o Petrobras, que realizaron importantes inversiones en África, acompañando la política exterior del ex presidente Lula (Actis, 2012). Las empresas brasileñas poseen en ese mercado importantes ventajas competitivas culturales frente a las multinacionales de otros países (Casilda Béjar, 2014).

Otro de los motivos que empujaron a las multilatinas brasileñas al exterior fue el acceso a financiación en mejores condiciones que en Brasil. En los últimos años, se produjo una intensa repatriación de beneficios desde las filiales, con un gran volumen de préstamos intragrupo para financiar a la empresa matriz, con la intención de evitar que ésta tenga que financiarse en Brasil, con elevadas tasas de interés (Blanco Estévez, 2014).

En este último período, las empresas brasileñas redujeron su dinamismo inversor, motivados por el interés de aprovechar las oportunidades de negocios en el ámbito doméstico<sup>36</sup>, al tiempo que buscaban protegerse de la incertidumbre existente en el escenario global (Sosa Arencibia, 2012).

### 3.3.2. La expansión de las multilatinas mexicanas

En México existe una mayor tradición en la emisión de IED respecto al resto de los países latinoamericanos, ya que en los años setenta los principales grupos económicos comenzaron a radicar inversiones en el mercado estadounidense (Alonso Guinea y Revuelta López, s/d). Tal como sucedió en los otros países aquí analizados, las reformas de apertura económica implementadas desde finales de la década del ochenta, sumadas a la instauración del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA, por sus siglas en inglés) en 1994, modificaron el ambiente competitivo del mercado mexicano. Las compañías mexicanas modificaron sus posturas defensivas y comenzaron a invertir fuera del país, favorecidos por el acceso al financiamiento tanto del ámbito local como internacional. Las inversiones mexicanas en el exterior tuvieron como principal destino, al igual que los otros países aquí analizados, a los países vecinos. Los mercados de los Estados Unidos y Centroamérica constituyen el principal destino de las inversiones mexicanas, aunque también América del Sur, Europa y Asia han incrementado los niveles de recepción de IED de origen mexicana (Mortimore, 2005).

La mayoría de las compañías mexicanas producen manufacturas basadas en recursos naturales, como es el caso de los sectores del cemento, vidrio, alimentos y bebidas, y petroquímica. Aunque también destacan la fabricación de autopartes y las telecomunicaciones. Algunas de las más

---

<sup>36</sup>El caso de Petrobras, por ejemplo, que tras el descubrimiento de los yacimientos petrolíferos del presal (en aguas profundas), le demanda concentrar sus inversiones en el mercado local.

destacadas firmas mexicanas son TELMEX, CEMEX, América Móvil, Grupo FEMSA, Bimbo, muchas de ellas reconocidas a nivel global.

Las multilatinas mexicanas tuvieron ciertos “factores de empuje” que favorecieron el proceso de internacionalización. El mercado local se encontraba saturado en rubros como telefonía móvil, cemento, alimento y bebidas, al tiempo que la demanda interna era muy volátil en el caso de las autopartes y la línea blanca. Por este motivo, las compañías debieron afrontar complejas decisiones estratégicas para mejorar su situación competitiva. Además, las políticas de apertura económica impulsadas por el gobierno mexicano incrementaron la competencia extranjera. Ante esta situación, las empresas mexicanas optaron por adoptar estrategias más ofensivas, a diferencia de lo ocurrido en el caso argentino. Las empresas mexicanas apostaron a la internacionalización, utilizando sus ventajas competitivas para abrir nuevos mercados y consolidar los mercados de exportación existentes y así mejorar su posición en las cadenas globales de valor (CEPAL, 2006).

Para que eso se produzca, fueron necesarios también ciertos “factores de atracción”, tal como la ventaja geográfica de estar cerca de los países anfitriones, como Estados Unidos o Centroamérica. La cercanía a la mayor economía del mundo ha sido ciertamente beneficiosa para las EMNs mexicanas, ya que permite conocer los estándares más exigentes en su negocio a nivel mundial y a mantenerse al tanto de las tendencias más innovadoras a nivel tecnológico y gestión empresarial. Además, el ingreso de sus productos a un mercado tan exigente como el norteamericano, permite evaluar si los productos o servicios ofrecidos son susceptibles de competir en un mercado altamente competitivo o si es necesario realizar modificaciones (Menéndez Menéndez, 2014).

Cemex, la multilatina mexicana más importante, es utilizada por Mathews (2006) como ejemplo de EMN que explota las ventajas tecnológicas que aparecieron en los últimos tiempos para imponerse a las compañías previamente establecidas. La empresa, que comenzó su proceso de internacionalización recién en 1989, utiliza un sistema GPS de tecnología avanzada para realizar sus envíos de cemento a todo el mundo.

En los últimos años se observa una creciente presencia inversora en España, aprovechando tanto las similitudes culturales así como las grandes oportunidades ofrecidas por la crisis económica en el país ibérico. Las inversiones en ese país, como puerta de entrada al mercado europeo, resultan muy atractivas para las empresas mexicanas, que invirtieron en rubros tan diversos como bancos, inmuebles, transporte, alimentación, industria cárnica y naviera. De esta manera, México se

convirtió en el país latinoamericano con mayor presencia en la economía española (Casilda Béjar, 2014).

### 3.3.3. La expansión de las multilatinas chilenas

La experiencia de las empresas argentinas, que como se observó previamente estuvieron relativamente poco expuestas a la competencia extranjera hasta los años 90', difiere notoriamente de lo ocurrido con sus pares chilenas. Chile fue pionero en la implementación de reformas neoliberales en América Latina, en los años 70'. Además, la política comercial externa chilena, orientada a aumentar el acceso a los mercados extranjeros mediante la firma de acuerdos de liberalización del comercio, resulta un condicionante más de las estrategias corporativas. Las empresas chilenas, de esta forma, se debieron adaptar a unas condiciones de competencia sumamente exigentes en su propio país.

Las reformas tempranas, las privatizaciones de empresas estatales, sumadas a la experiencia acumulada al operar en una economía abierta y fuertemente competitiva, junto a la cercanía geográfica y cultural con mercados atractivos, se constituyeron en importantes ventajas competitivas para estas empresas. Así las firmas chilenas se fueron expandiendo en rubros tales como las telecomunicaciones, generación y distribución de energía eléctrica, comercio minorista y algunas ramas de la industria manufacturera (Torres de la Maza y Villablanca, 2007).

El proceso de internacionalización de empresas chilenas tuvo en el comienzo temprano de reformas de apertura económica al principal "factor de empuje". El aumento de la competencia, especialmente de empresas extranjeras, en un mercado nacional de dimensiones reducidas hizo que éste rápidamente se encuentre saturado. Otro factor de empuje que resultó fundamental en la internacionalización de capitales chilenos fue la disponibilidad de financiamiento local para la inversión en el exterior.

En cuanto a los "factores de atracción" que facilitaron la emisión de IED hacia terceros mercados destaca la firma de una gran cantidad de acuerdos de libre comercio, que favorecieron el acceso de empresas chilenas a esos mercados. También las políticas de privatizaciones realizadas por los países vecinos fueron aprovechadas por empresas chilenas para expandirse internacionalmente y ampliar sus mercados. Otra de las razones de atracción de EMNs chilenas fue la disponibilidad de recursos naturales que ofrecían otros países y que no podían obtener en el mercado local (CEPAL, 2006).

La gran mayoría de los flujos de IED se concentraron en los países vecinos, lo cual coincide con lo planteado por la Escuela de Uppsala, en el sentido de que las operaciones en el exterior inicialmente se realizan en países “psicológicamente cercanos”. Estas inversiones se dirigieron principalmente hacia Argentina, aprovechando el proceso de privatizaciones (CEPAL, 2006). Progresivamente la IED chilena se fue diversificando sectorial y geográficamente, principalmente en el sector servicios – con firmas como Cencosud, Falabella, Ripley- y algunas manufacturas como Madeco, Luchetti (Calderón, 2005). En cuanto a las estrategias corporativas que llevaron a la internacionalización, los objetivos principales fueron la búsqueda de mercados y la búsqueda de recursos naturales (Torres de la Maza y Villablanca, 2007).

A fines de la década del noventa y comienzos de 2000, algunas de las mayores translatinas chilenas con presencia regional fueron adquiridas por compañías multinacionales, en momentos de crisis de los países que acogían esas inversiones (Argentina, Brasil, Perú). Sin embargo, al transcurrir la década, las favorables condiciones económicas de Chile y sus países vecinos, permitieron que se retomara y profundizara el patrón histórico en los flujos de inversiones (CEPAL, 2006).

### 3.4. A modo de recapitulación

El proceso de internacionalización de empresas argentinas, como se observó en este capítulo, comenzó a fines del siglo XIX, constituyéndose en uno de los primeros casos de IED de empresas originarias de PED. Desde aquella primera experiencia, cada uno de los modelos de desarrollo adoptados por el país implicó un proceso de internacionalización de empresas, que se adaptaba a las particularidades de cada modelo.

En ese sentido, ya sea con las empresas vinculadas al modelo agroexportador, las que surgieron con el modelo ISI o las que se destacaron con el modelo neoliberal de los años 90', las EMNs argentinas siempre habían sido importantes protagonistas de los flujos de emisión de IED latinoamericana.

Ahora bien, en el siglo XXI, momento en que a nivel global comienza a resaltarse la magnitud de las IED desde los países emergentes -con los países de Latinoamérica con un rol destacado-, las empresas argentinas parecen haber perdido dicha posición de privilegio. Tanto la cantidad de EMNs argentinas como la emisión de IED de parte de éstas, son pocas en comparación con otros países latinoamericanos.

Las consecuencias de los años 90', agravados por la crisis de 2000/2001, parecen haber sido determinantes de la relativamente escasa cantidad de empresas argentinas que realizan IED. Tal como se observó en este capítulo, las dificultades económicas, las estrategias de carácter defensivo de las empresas argentinas, sumado a cierto oportunismo de algunos sectores empresariales, generaron que muchas de las grandes empresas argentinas acabasen siendo vendidas a grandes corporaciones multinacionales.

Durante la primera década del siglo XXI, pese al gran crecimiento del sector industrial del país hasta el año 2011 fundamentalmente, las empresas argentinas -en líneas generales- no han optado por estrategias de internacionalización.

Los otros países aquí considerados, si bien difirieron en su magnitud, pasaron por un período de apertura de sus mercados, que generó que se replanteen las estrategias de las grandes empresas locales. Es allí donde difieren las experiencias entre los países, ya que si bien muchas empresas de estos países no lograron atravesar ese período, muchas otras implementaron estrategias ofensivas, incrementando su producción en el exterior. El acompañamiento por parte de los gobiernos en el siglo XXI, tal como se observó en el capítulo anterior, sin duda resultó determinante para el éxito de las estrategias de internacionalización implementadas.

## 4. Conclusiones finales

Como sostiene Gilpin (1987), ningún aspecto de la economía política mundial ha generado más controversias que la expansión global de las empresas multinacionales en la segunda mitad del siglo XX. Este fenómeno, que en sus momentos iniciales parecía estar reducido a las empresas originarias de PD, dejando a los PED con el simple rol de receptores de IED de esas empresas, se ha tornado cada vez más complejo con los cambios ocurridos en el siglo XXI.

Las EMNs originarias de PED, de acuerdo a lo mencionado previamente, formaron parte de la segunda ola global de internacionalización, con la aparición de una gran cantidad de empresas asiáticas principalmente. En el siglo XXI, liderados por países como China, India, Rusia y Brasil, los PED tuvieron un inusitado protagonismo como emisores de IED, alcanzando el 35% del total de IED emitida en el año 2014 (UNCTAD, 2015). Por ende, muchas empresas originadas en estos países se convirtieron en importantes protagonistas de los mercados mundiales. Así, las corrientes de IED, que tradicionalmente fueron en sentido Norte-Norte o Norte-Sur, se fueron modificando progresivamente, con una presencia cada vez más importante de las inversiones provenientes de países del Sur.

Las empresas originarias de América Latina, con experiencias de internacionalización que datan de fines del siglo XIX, han incrementado progresivamente sus operaciones en el exterior, hasta sumarse plenamente a este fenómeno en la primera década del siglo XXI. En el caso de Argentina, el país ha tenido una baja participación en los flujos de emisión de IED tanto a nivel global como regional, así como una relativamente escasa cantidad de EMNs originadas en el país. El país ingresó al nuevo siglo con un *stock* de IED relativamente importante, que lo ubicaban en el segundo lugar de la región por detrás de Brasil, pero con niveles muy similares. En el año 2000 Argentina tenía un *stock* de 21.141 millones de dólares, casi tres veces el total de IED que tenía México, y prácticamente el doble que la realizada por Chile. Entre el año 2000 y 2014, el país emitió un total de 15.966 millones de dólares, que hizo que el *stock* de IED argentino sea en el año 2013 de 34.080 millones de dólares (UNCTAD, 2015).

En el mismo período de tiempo, los otros países de la región considerados como referencias incrementaron de manera notable sus activos en el exterior. Brasil pasó de 51.946 millones en el año 2000, a un total de 293.277 millones en el año 2013. México de 8.273 millones de dólares a un total de 143.907 millones de la misma moneda. Chile, en tanto, tenía en el año 2000 activos por

11.154 millones de dólares, mientras que en el 2013 éstos alcanzaban los 101.933 millones de dólares(UNCTAD, 2015).

Esto fue lo que motivó el planteo del objetivo general de esta tesina, el cual consistió en analizar el desempeño de las EMNs de origen argentino en el contexto latinoamericano del siglo XXI. En función del mencionado objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos: en primer lugar, indagar cuál ha sido el rol desarrollado por el Estado argentino en el proceso de internacionalización de empresas argentinas; segundo, escrutar los principales rasgos de la estrategia de internacionalización de dichas empresas; por último, contrastar el caso argentino con las experiencias de las EMNs originarias de Brasil, México y Chile.

A partir de esos objetivos, se buscó contrastar la hipótesis de la investigación, la cual sostuvo que el desempeño poco satisfactorio de las EMN de origen argentino se debió tanto a factores provenientes de la órbita gubernamental como de las estrategias corporativas adoptadas por dichas empresas.

Tal como se puso en evidencia durante el trabajo, uno de los factores más destacados para explicar la expansión de las empresas multilatinas en este último período ha sido el rol activo que han tenido algunos gobiernos latinoamericanos. Aunque con diferentes grados de involucramiento, esto se observa en los casos de países como Brasil, Chile y México. En estos países, en mayor o menor medida, se han implementado diversas políticas públicas para favorecer la emisión de IED de sus empresas en el exterior, ya sea mediante la creación de mecanismos institucionales de apoyo a la internacionalización, la firma de AII o el apoyo político a empresas de capital nacional en controversias de éstas en el extranjero.

Por su parte, Argentina, pese al gran crecimiento del sector industrial durante la primera década del siglo XXI, no ha desarrollado políticas públicas específicas para promocionar la emisión de IED. Por esta razón, tal como menciona Kosacoff (2015), el gobierno “se equivocó de rumbo” en 2011, luego de la recuperación del sector industrial en la primera década del siglo. De acuerdo al autor, ese era el momento adecuado para la implementación de políticas de oferta e internacionalización, ya que se había llegado a una plena utilización de los recursos productivos, se contaba con un contexto doméstico e internacional favorable y se tenían las reservas necesarias para hacerlo.

Si bien la Fundación Exportar realiza numerosos trabajos de inteligencia comercial que sin duda son de gran utilidad para las empresas que quieren invertir en el exterior, la falta de apoyo

financiero ha sido determinante. Tal como se describió anteriormente, las firmas que se han internacionalizado lo han hecho endeudándose en los mercados internacionales o reinvertiendo utilidades. La falta de apoyo por parte del gobierno a la expansión internacional de las empresas argentinas ha sido un factor fundamental para explicar el bajo nivel relativo de emisión de IED que ha tenido el país. Argentina debería desarrollar estrategias de apoyo a las firmas locales que quieran aumentar o comenzar el proceso de internacionalización.

Conforme al mencionado previamente, el hecho de contar con EMNs de origen local tiene diversas implicancias tanto a nivel micro como macroeconómico. De acuerdo a la bibliografía consultada, algunos de los beneficios de la internacionalización para las empresas serían: generación de economías de escala que reducen los costos fijos; mejor entendimiento de los mercados internacionales; mayor habilidad para servir a los consumidores globales; acceso a recursos limitados o recursos más baratos en terceros mercados; mayor habilidad para reconocer y hacer frente a la competencia internacional; entre otros (Olaya et al, 2012).

En cuanto a los beneficios macroeconómicos, hay indicios que destacan el fortalecimiento de las exportaciones; el desarrollo de los recursos humanos; la posibilidad de generar encadenamientos en el proceso productivo; requerimiento de desarrollo de actividades estratégicas en el país; mayor propensión a reinvertir utilidades en el medio local; defensa de áreas de producción con historias previas; integración a redes más complejas de negociación; así como el acceso a recursos claves y desarrollo de activos estratégicos (Kosacoff, 1999).

Las políticas de fomento a la internacionalización de empresas locales están relacionadas con el modelo de desarrollo que adopte el país. Se coincide con Kosacoff (2015) cuando sostiene que para tener un proyecto nacional de industrialización, que produzca bienes más sofisticados y complejos, la internacionalización de las empresas es un proceso natural de la competencia oligopólica internacional. Tener firmas que vayan hacia los estadios mayores de internacionalización es la única forma de mantener las posiciones en el mercado. El autor afirma que esto además tiene que ver con la interpretación que se tenga del rol de la empresa en el desarrollo económico del país. “Tener muy buenas empresas nacionales, que sean muy “shumpeterianas”, que inviertan mucho, que mejoren la productividad, que tengan muchas ganancias para que después se les puedan cobrar más impuestos y generar beneficios sociales”.

El accionar de los dirigentes de empresas argentinas no siempre ha coincidido con la visión sobre el rol de la empresa propuesto por Kosacoff (2015). Algunas veces eso fue producto de la difícil coyuntura local, pero en líneas generales fueron pocas las empresas argentinas que adoptaron

estrategias ofensivas. En ese sentido, las estrategias adoptadas por muchas de las grandes empresas argentinas no han ayudado a que el país sea protagonista del fenómeno de internacionalización de empresas de los PED. La extranjerización de la economía argentina es un problema para el desarrollo del país. Si bien muchas de las ventas de empresas nacionales a inversores extranjeros se produjeron en un contexto de graves dificultades económicas, eso no siempre fue así. Muchos empresarios han priorizado los beneficios personales por sobre el interés general que implica tener grandes empresas de capital nacional.

Para avanzar hacia niveles de mayor desarrollo es fundamental tener un proyecto nacional de industrialización, y contar con EMNs de origen local es un gran avance en ese sentido. Tener empresas líderes presentes a nivel global implica la inserción del país en niveles más avanzados en las cadenas de valor globales. Coincidiendo con Kosacoff (2015), para alcanzar el desarrollo económico es primordial un proceso de industrialización que desemboque en mayor inclusión social. Para ello, se necesitan empresas nacionales con altos niveles de competitividad, para evitar que sean adquiridas por las grandes empresas transnacionales.

En ese sentido, se considera indispensable mejorarla cooperación público-privada, que conlleve un compromiso tanto del sector gubernamental como empresario. Es necesario generar un clima de negocios óptimo, que promueva la inversión privada, en activos físicos pero también en I+D y en el desarrollo de los recursos humanos. Para ello, se debe mejorar el vínculo empresariado-gobierno, ya que de lo contrario, el fomento de la IED de empresas locales serviría a las empresas más como un “medio de escape” que una forma de crear valor para la economía nacional.

Como se mencionara oportunamente, las políticas de apoyo y financiamiento a la internacionalización por parte del gobierno, deben tener como contrapartida ciertos compromisos de parte de las empresas, tales como generación de empleos locales, aumento de las exportaciones, generación de divisas, transferencia de tecnología mediante la creación de oficinas de ingeniería en el país de origen, aumento de gastos en I+D, desarrollo de proveedores locales, entre otros. Medidas de este tipo serán determinantes para que los beneficios de la internacionalización de las empresas argentinas tengan derrames hacia el país.

## Referencias bibliográficas

### Libros y artículos académicos:

- Actis, E. (2012). Los condicionantes domésticos en los diseños de política exterior: la internacionalización de capitales brasileños como nuevo objetivo de la política exterior de Brasil. *Brazilian Journal of International Relations* 1 (3), 388-423.
- Actis, E. (2013a). Los caminos que se bifurcan: asimetría funcional en el sistema global de IED entre Brasil y Argentina. Implicancias para la relación bilateral. Área de Relaciones Internacionales, Flacso, 70.
- Actis, E. (2013b). Brazil power and multinational corporation»: brazilian multinational corporations, foreign policy and the international insertion of Brazil. An analysis based on the contributions of Robert Gilpin. *JANUS.NET e-journal of International Relations*, 4 (1), May-October 2013. Consultado el 17/08/15. Disponible en: [www.observare.ual.pt/janus.net/en\\_vol4\\_n1\\_art2](http://www.observare.ual.pt/janus.net/en_vol4_n1_art2)
- Actis, E. (2014) La producción en los años de globalización. La expansión de la empresa multinacional. Evolución y perspectivas teóricas en torno a la Inversión Extranjera Directa (IED)” en Fernández Alonso, J. (Comp.) *Economía Internacional. Claves teórico-prácticas sobre la inserción de Latinoamérica en el mundo*. Proyecto LATIn. Capítulo 6. Mimeo.
- ALEM, A., CAVALCANTI, C. (2005). *O BNDES e o apoio à internacionalização das empresas brasileiras: algumas reflexões*. Revista do BNDES, 12(24), 43-76.
- Blanco Estévez, A. (2014). La explosión de la inversión exterior latinoamericana: tendencias y evolución reciente de las multilatinas. Wilson Center. Disponible en: [https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/Blanco\\_Multilatinas\\_PDF.pdf](https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/Blanco_Multilatinas_PDF.pdf) .
- Burachik, G. (2010). Extranjerización de grandes empresas en Argentina. *Problemas del desarrollo*, 41(160), 109-133.
- Casanova Seuma, L (2011). El ascenso de las multilatinas en la economía mundial. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, (859), 21-31.
- Casilda, R. (2015). Las multilatinas. Informe especial, Desarrollando ideas. Disponible en: [http://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2015/06/150611\\_DI\\_Informe\\_especial\\_multilatinas\\_ESP.pdf](http://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2015/06/150611_DI_Informe_especial_multilatinas_ESP.pdf)
- Casilda, R. (2014). América Latina y las empresas multilatinas. *Instituto de Estudios Latinoamericanos (IELAT) Documentos de Trabajo*, (64), 1-50.
- Castro Olaya, J., Castro Olaya, J., JallerCueter, I. (2012) Internationalization patterns of multilatinas. *AD-minister*, (21), 33-54.

- Chudnovsky, D., Kosacoff, B., López, A. (1999). Las multinacionales latinoamericanas: sus estrategias en un mundo globalizado. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Chudnovsky, D., López, A. (2000). A third wave of FDI from developing countries: Latin American TNCs in the 1990s. *Transnational Corporations*, 9(2), 31-74.
- Dunning, J. (1973). The Determinants of International Production. *Oxford Economic Papers. New Series*, 25(3), 289-336.
- Dunning, J. (1988). The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, 19 (1), 1-31.
- Dunning, J. H. (1993). *Multinational enterprises and the global economy*. Berkshire: Addison-Wesley.
- Dunning, J. (2006). Comment on Dragon multinationals: New players in 21. *Asia Pacific Journal of Management*. 23(2), 139-141.
- Fernández Alonso, J. (2010). *La República Argentina frente a las demandas de los inversores en las instituciones internacionales de resolución arbitral*". En V Congreso de Relaciones Internacionales (La Plata, 2010).
- Gaggero, A. (2008). Fui industrial durante muchos años... Los grupos económicos nacionales y el proceso de extranjerización del empresariado argentino durante la década de los noventa. *Papeles de trabajo. Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín*, 2(3).
- Gammeltoft, P. (2008). Emerging multinationals: outward FDI from the BRICS countries. *International Journal of Technology and Globalisation*, 4(1), 5-22.
- Gilpin, R. (1975). *US Power and the Multinational Corporation. The political Economy of FDI*. New York: Basic Books.
- Gilpin, R. (1976). The political economy of the multinational corporation: three contrasting perspectives. *American Political Science Review*, 70(01), 184-191.
- Gilpin, R. (1987) *La Economía Política de las Relaciones Internacionales*, Buenos Aires: GEL.
- Hayakawa, K., Lee, H-H., Park, D., (2010). *Investment promotion agencies. Do they work?*, *IDE Discussion Paper*, Institute of Developing Economies, 272.
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1977). The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Markets Commitments. *Journal of International Business*, 8(1), 23-32.
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1990). The Mechanism of Internationalization, *International Marketing Review*, 7(4), 11-24.

- Johanson, J., Wiedersheim-Paul, F. (1975) The internationalization of the firm—four swedish cases 1. *Journal of management studies*, 12(3), 305-323.
- Keohane, R., Nye, J. (1977). *Power and Interdependence*. World Politics in Transition, Little, Brown & Co.
- Kosacoff, B. (1999). Las multinacionales argentinas, una nueva ola en los noventa. Documento de trabajo CEPAL Buenos Aires, 83.
- Kosacoff, B., Forteza, J., Barbero, M. I., Porta, F., Stengel, E. (2007). *Globalizar desde Latinoamérica. El caso Arcor*. McGraw-Hill Interamericana.
- Kosacoff, B., Ramos, A. (2010). Tres fases de la internacionalización de las empresas industriales argentinas. Una historia de pioneros, incursiones y fragilidad. *Universia Business Review*, 1(25).
- Kosacoff, B., Porta, F. (1997). La inversión extranjera directa en la industria manufacturera argentina: tendencias y estrategias recientes. Documento de Trabajo - CEPAL, Oficina de Buenos Aires, 77.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2001). Economía Internacional: Teoría y Política. *Pearson-Addison Wesley*, 173-184.
- Lima, L. y Berros, A. (2009), The growth of Brazil's direct investment abroad and the challenges it faces, En *Perspectives on topical foreign direct investment issues*. Columbia Center on Sustainable International Investment, Columbia University, 13.
- López, A., Ramos, D. (2009). Inversión extranjera directa y cadenas de valor en la industria y servicios, Capítulo III. En Kosacoff, B. y Mercado, R. (eds), “La Argentina ante la nueva internacionalización de la producción. Crisis y oportunidades”, PNUD-CEPAL.
- Marini, G., Actis, E. (2010), “Política Exterior y Política Económica Internacional en la Argentina en la post convertibilidad”. Ponencia presentada en el V Congreso de Relaciones Internacionales del IRI. La Plata.
- Mathews, J (2006). Dragon multinationals: New players in 21 st century globalization. *Asia Pacific journal of management*. 23 (1), 5-27.
- Menéndez Menéndez, L. (2014). Empresas multinacionales de países emergentes: proceso de internacionalización de las multinacionales mexicanas. (Trabajo de fin de Máster). Facultad de Economía y Empresa, Máster en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Oviedo.
- Mortimore, M. (2005). *Case study on outward foreign direct investment by Mexican enterprises*. En Reunión de expertos en el aumento de la capacidad de producción de las

empresas de los países en desarrollo mediante la internacionalización, UNCTAD. Ginebra, 5 al 7 de diciembre de 2005.

- Mussi, E. (2013). El conflicto entre los gobiernos kirchneristas y el grupo Techint (2000–2011). Un estudio de la rentabilidad del grupo económico y su expresión política. En *X Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Rialp, À. (1999). Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa. *Información comercial española*, 117-128.
- Ríos, A. S. (1996). *Joint venture internacional*. Fondo Editorial PUCP.
- Rivera Urrutia, E. (2014). Empresas multinacionales latinoamericanas. Los casos de Brasil y Chile, 15.
- Rodrik, D (2013). El nuevo desafío mercantilista. Artículo publicado en Project-Syndicate. Disponible en: [www.project-syndicate.org/commentary/the-return-of-mercantilism-by-dani-rodrik/spanish](http://www.project-syndicate.org/commentary/the-return-of-mercantilism-by-dani-rodrik/spanish)
- Santiso, J. (2008). La emergencia de las multilatinas. *Revista de la CEPAL*, 95.
- Sauviant, K. (2008). The Rise of International Investment, International Agreements and Investment Disputes, en SAUVANT, K. (Ed.) *Appeals Mechanism in International Investment Disputes*, New York: Oxford University Press.
- Sosa Arencibia, M. (2012). Las empresas translatinas y sus efectos en el desarrollo de la región. *De la Economía Internacional*, 2.
- Stal, E., Campanário, M. (2010). Empresas multinacionais de países emergentes: o crescimento das multilatinas. *Economia global e gestão*. 15(1), 55-73.
- Tavares, M. (2006). Las multilatinas: tendencias y política pública. *Boletín informativo Techint*, (320).
- Torres de la Maza, D., Vega Villablanca, D. (2007). Ventajas competitivas en empresas multilatinas de origen chileno. (Seminario de Título para Ingeniería Comercial). Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile, Chile.
- Zakaria, F. (2008), *The Post-American World*, W.W. Norton Books, NY-London.

Documentos e informes:

- Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones, (2009). Primer ranking de empresas multinacionales argentinas. Informe de Prosperar y Vale Columbia Center. Disponible en: [http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Argentina\\_2009\\_Spanish.pdf](http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Argentina_2009_Spanish.pdf) .
- América Economía, (2010). Ranking Multilatinas 2010. Disponible en: <http://rankings.americaeconomia.com/2010/multilatinas/>
- América Economía, (2011). Ranking Multilatinas 2011. Disponible en: <http://rankings.americaeconomia.com/2011/multilatinas/>
- América Economía, (2012). Ranking Multilatinas 2012. Disponible en: <http://rankings.americaeconomia.com/2012/multilatinas/>
- América Economía, (2013). Ranking Multilatinas 2013. Disponible en: [http://rankings.americaeconomia.com/2013/ranking\\_multilatinas\\_2013/](http://rankings.americaeconomia.com/2013/ranking_multilatinas_2013/)
- América Economía, (2014). Ranking Multilatinas 2014. Disponible en: <http://rankings.americaeconomia.com/multilatinas-2014/>
- Boston Consulting Group, (2009). The 2009 BCG Multilatinas. Disponible en: <https://www.bcg.com/documents/file27236.pdf>
- CEPAL, (2005). *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2004*, Santiago de Chile, Marzo de 2005. Disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/1128-la-inversion-extranjera-en-america-latina-y-el-caribe-2004>.
- CEPAL, (2006). *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2005*, Santiago de Chile, Mayo de 2006. Disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/la-inversion-extranjera-en-america-latina-y-el-caribe-informe-2005>.
- CEPAL, (2015). *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2015*, Santiago de Chile, Junio de 2015. Disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/la-inversion-extranjera-directa-en-america-latina-y-el-caribe-2015-documento> .
- CEPAL, (2005). "Estudios de caso presentados en la Reunión de expertos en el aumento de la capacidad de producción de las empresas de países en desarrollo mediante la internacionalización", UNCTAD, Ginebra 5 al 7 de diciembre de 2005.
- FMI, (1994), Manual de Balanza de Pagos, 5ta Edición, Párrafo 359 y 362. Disponible en: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/bopman/bopman.pdf> . Accedido el 12/04/2015.
- Nofal, B., Vale Columbia Center, (2011). Argentine multinationals remain industrially diversified and regionally focused. Disponible en: [http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Argentina\\_2011.pdf](http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Argentina_2011.pdf)

- UNCTAD, (2006). *World Investment Report 2006*. Octubre de 2006. Disponible en: <http://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=709> .
- UNCTAD, (2015). *World Investment Report 2015*. Junio de 2015. Disponible en: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1245>

#### Entrevista:

- Kosacoff, B. (2015), Economista ex director de la oficina de Cepal en Buenos Aires, entrevista del autor, 1/9/2015, Buenos Aires.

#### Artículos periodísticos:

- Clarín, (2004). “Arcor y Danone se asocian para crear un gigante en el negocio de galletitas”, Diario Clarín digital, 1/4/2004. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2004/04/01/um/m-734928.htm> . Fecha de consulta: 12/5/2015
- Clarín, (2005). “El presidente de Venezuela emplazó a una empresa de la argentina Techint”, Diario Clarín digital, 26/10/2005.
- Clarín, (2005). “Gestión oficial ante Venezuela por la siderúrgica de Techint”, Diario Clarín digital, 4/11/2005. Fecha de consulta: 12/5/2015
- El País, (1999). “Repsol es la décima petrolera del mundo tras comprar YPF”, Diario El País digital, 22/1/1999. Disponible en: [http://elpais.com/diario/1999/01/22/economia/916959617\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1999/01/22/economia/916959617_850215.html) . Fecha de consulta: 1/5/2015.
- La Nación, (2002). “Pérez Companc se vendió en US\$ 1182 millones a Petrobras”, Diario La Nación digital, 23/7/2002. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/415992-perez-companc-se-vendio-en-us-1182-millones-a-petrobras>. Fecha de consulta: 22/4/2015.
- La Nación, (2005). “Un grupo brasileño acordó la compra de Loma Negra”, Diario La Nación digital, 20/04/2005. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/697547-un-grupo-brasileno-acordo-la-compra-de-loma-negra> . Fecha de consulta: 22/4/2015.
- La Nación, (2006). “Venden la cervecera Quilmes a un grupo belga-brasileño”, Diario La Nación digital, 14/6/2006. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/797432-venden-la-cervecera-quilmes-a-un-grupo-belga-brasileno>. Fecha de consulta: 21/4/2015.
- La Nación, (2006). “Global Crossing adquirió Impsat por US\$ 336 millones”, Diario La Nación digital, 27/10/2006. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/853038-global-crossing-adquirio-impstat-por-us-336-millones>. Fecha de consulta: 14/5/2015.

- La Nación, (2008). “Brasil y Ecuador tensan su relación diplomática debido a un conflicto comercial”, Diario La Nación digital, 22/11/2008. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1073117-brasil-y-ecuador-tensan-su-relacion-diplomatica-debido-a-un-conflicto-comercial> . Fecha de consulta: 09/05/2015.
- Notas periodísticas de Ámbito y Perfil. Varios años.

Páginas web consultadas:

- [www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br) . Fecha de consulta: 12/07/2015.
- [www.bancomext.com/](http://www.bancomext.com/) Fecha de consulta: 20/07/2015.
- [www.bndes.gov.br/](http://www.bndes.gov.br/) . Fecha de consulta: 24/07/2015.
- [www.exportar.org.ar/](http://www.exportar.org.ar/) Fecha de consulta: 12/07/2015.
- [www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl) Fecha de consulta: 15/07/2015.
- [www.promexico.gob.mx](http://www.promexico.gob.mx) Fecha de consulta: 17/07/2015.
- [www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/AcordosInternacionais/AcordosDuplaTrib.htm#wrapper](http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/AcordosInternacionais/AcordosDuplaTrib.htm#wrapper). Fecha de consulta: 15/07/2015.
- [www.sice.oas.org](http://www.sice.oas.org). Fecha de consulta: 12/07/2015.
- [www.unctadstat.unctad.org/](http://www.unctadstat.unctad.org/) Fecha de consulta: 12/08/2015.