

CAPITAL DISONANTE

La imagen de las inversiones españolas en América Latina

Angel Alloza, Javier Noya

1. Introducción

Como despuntaba ya en otros estudios anteriores, los resultados recientes del último Latinobarómetro de 2003 (Noya, 2003) venían a confirmar que, de todas las dimensiones, el aspecto más problemático en la imagen actual de España en América Latina son las inversiones. El análisis revelaba también que el fenómeno estaba ligado a factores endógenos, esto es, algunas características de la inversión española, como la concentración temporal, geográfica y sectorial, pero que también respondía a causas exógenas, como la cultura política de los países latinoamericanos y el reflujó del furor privatizador de décadas anteriores.

Eran éstas, sin embargo, conclusiones impresionistas, obtenidas a partir de una perspectiva cuantitativa, con datos de algunas preguntas de encuesta, omnicomprensiva, abarcando la mayor parte de los países latinoamericanos, y no cualificada, por basarse en una muestra de población general. Se hacía necesario profundizar en las dimensiones y causas de este deterioro. Para ello, en este trabajo, lo haremos cambiando completamente de perspectiva: a partir de datos cualitativos, centrados en los países mayores receptores e incluyendo la opinión cualificada de líderes locales.

Contamos con los resultados del programa de investigación *Eneas*, puesto en marcha por varias empresas inversoras españolas en el año 2000 en varios países latinoamericanos (1). Expondremos sus resultados principales con el siguiente orden: tras presentar la metodología del estudio, a modo de preámbulo introducimos en primer lugar las actitudes generales hacia la inversión extranjera, y después la imagen general de España.

A continuación, entramos en el núcleo de la cuestión. Tras analizar las percepciones y valoraciones de las inversiones españolas, exponemos los resultados de la comparación con las norteamericanas.

Si los anteriores análisis se refieren al conjunto de los países, un último apartado analiza los matices en los acentos que se ponen en cada uno de los países.

La ventaja de la investigación cualitativa de las imágenes es que nos permite entender la riqueza de los matices y contradicciones. En las conclusiones se proponen algunas interpretaciones de los datos a partir de algunos argumentos de Hirschman sobre el desarrollo y la teoría de la disonancia cognitiva.

2. Metodología

El estudio se realizó en los seis principales países receptores de inversiones españolas en la década de los 90: Argentina, Chile, Perú, Brasil, México y Colombia. Según los datos recogidos en Casilda (p. 269) España era en el 2000:

- en Argentina y Chile, el primer inversor (con un 42% y un 29% respecto a la inversión extranjera total en el país);
- En Brasil y Colombia, el segundo (17,6% y 15,5%);
- En Perú, el quinto (5,6%); y
- En México, el séptimo (2,2%).

La metodología utilizada fue cualitativa. En cada país se llevaron a cabo ocho grupos de discusión con población general (estudiantes, parados, hombres y mujeres adultos de estatus socioeconómico medio-medio y medio-alto) y 18-19 entrevistas en profundidad por país a líderes de opinión (empresarios, políticos, periodistas, académicos, analistas y sindicalistas).

El trabajo de campo se realizó en el mes de septiembre de 2000 (2). Cabe señalar algunos acontecimientos que sucedieron en esas fechas, coincidiendo con los trabajos de campo del estudio:

- En México había concluido el proceso electoral que dio por finalizada la presencia en el Ejecutivo del PRI (después de 70 años de historia).
- En Argentina se estaban produciendo decisiones importantes relativas al tema de la investigación: negociaciones del Gobierno y la SEPI sobre Aerolíneas Argentinas, negociación sobre la desregulación del sector de telecomunicaciones/telefonía y graves denuncias de corrupción de senadores.
- En Perú, Alberto Fujimori renunció al poder una vez terminada la recogida de la información de esta investigación.

En todos los países el discurso de los *focus groups* y las entrevistas estuvo dominado por una valoración negativa de la situación actual, un contexto de crisis en los planos económico y social.

En el plano económico, el contexto negativo está dominado por tres temas que generan un clima y sentimiento de incertidumbre y de inseguridad.

- Desempleo.
- Estancamiento.
- Desigualdad (generadora de violencia).

En México y en Brasil se detecta un entorno algo diferente. Los líderes de opinión perciben que el contexto económico está en fase de crecimiento y se producen expectativas de optimismo frente al futuro. Este clima está presente en los líderes de opinión pero no en la población general.

En el plano social, se generaliza un sentimiento de falta de credibilidad y puesta en cuestión de la honradez de la clase política que producen sentimientos de descreimiento y de desprotección.

- Corrupción (salvo en Chile).
- Carencia de liderazgo y de compromiso.
- Situación especial en México y Chile.

En el plano sociopolítico, Chile y México están en una situación diferente. En el caso de Chile se respira una mayor confianza hacia la clase política y de ahí se desprenden unas expectativas más optimistas sobre la evolución futura de la situación económica. En México el clima es de ilusión y también de elevadas expectativas puesto que la investigación coincide con el abandono del poder del PRI.

Para toda la región, los temas del empleo y de la desigualdad son los dos ejes principales del discurso de la opinión pública al verbalizar los objetivos más importantes de mejora y de necesidad de cambio para el futuro. Este es el contexto cognitivo y emocional desde el que se perciben las inversiones españolas.

3. La inversión extranjera en América Latina

Comenzando por los *aspectos positivos*, el análisis de los beneficios de la inversión extranjera en general, independientemente del país de origen, se pueden clasificar en aspectos tangibles y en atributos intangibles. Los primeros aluden básicamente a efectos inmediatos esperables en tres epígrafes:

- Creación de puestos de trabajo.
- Nuevos productos y servicios de mayor calidad.
- Inversiones y mejoras de las infraestructuras.

Los atributos intangibles se perciben como beneficios a largo plazo y se centran en tres ejes:

- Innovación, modernización.
- Nuevos modelos de gestión.
- Oportunidades de desarrollo y promoción.

La combinación de beneficios tangibles e intangibles esperados genera una promesa de acceso al desarrollo y al crecimiento en una dialéctica positiva, en la que la inversión extranjera gana y las economías locales ganan también.

Pasando a los *aspectos negativos*, las magnitudes de la inversión extranjera y el poder de influencia sobre la clase política que se le presupone, producen preocupación en los líderes de opinión (en especial en países como Argentina, Brasil y Chile).

Desde la doble perspectiva de efectos negativos tangibles e intangibles, se asocian ideas negativas centradas en los procesos de privatizaciones.

Los elementos tangibles negativos principales son:

- Trabajo: regulaciones de empleo, reducción de plantillas, despidos y pérdida de liderazgo interno a favor de gerentes extranjeros.

- Competencia: monopolios, aumento de tarifas, cobros abusivos e indefensión del cliente.

Y los intangibles:

- Económicos: descapitalización de los Estados, carencias de inversión por iniciativa local y amenaza para las iniciativas locales en sus propios mercados y en la actividad exportadora.
- Políticos: falta de protección, corrupción y *lobbying*.
- Medioambientales: contaminación, agotamiento de los recursos y deforestación.

Finamente, se pueden dividir en tres los tipos de inversión y las consecuentes valoraciones diferenciadas que emergen en el discurso público.

Las *privatizaciones* son el modelo más extendido y más reciente. Resulta polémico y decepcionante. Moviliza una fuerte implicación emocional y produce expectativas muy altas que después son defraudadas. Producen una enorme ambivalencia, de modo que los líderes de opinión mencionan tanto aspectos positivos como negativos:

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none"> • Capitales nuevos. • Tecnología y modelos de gestión. • Mejoras en calidad y servicio de productos y servicios existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de puestos de trabajo. • Pérdida de soberanía. • Aparición de monopolios. • Corrupción política.

En segundo lugar, las *compras de empresas nacionales* son un modelo intermedio. Tienen aspectos positivos y negativos, aunque con predominio de lo positivo. Se produce un cierto nivel de implicación emocional positiva si se trata de marcas conocidas o bien valoradas, pero se mantiene dentro de la esfera de lo empresarial/ racional, aunque sin despertar grandes resistencias.

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none"> • Capitales nuevos. • Tecnología y modelos de gestión. • Mejoras en calidad y servicio de productos y servicios existentes. • Reducciones menos acusadas de plantillas/puestos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Erosión del orgullo nacional. • Competencia para empresas locales.

Finalmente, la creación de una nueva estructura, es decir, la entrada de nuevas empresas con estructura e instalaciones propias aparece como el modelo ideal de presencia de la inversión extranjera, produce las expectativas positivas más elevadas:

- Capitales nuevos.
- Tecnología y modelos de gestión.
- Mejoras en calidad y servicio de productos y servicios existentes.
- Creación de puestos de trabajo.
- Mejora de las infraestructuras o creación.
- Estímulo para empresas locales/competencia.

En general, los tres tipos de inversión y las valoraciones que suscitan dibujan un espacio semántico de fuerte implicación emocional y de ambivalencia en lo que atañe al sentimiento y estados de ánimo que despierta.

En lo positivo, se refuerza la autoestima: es el reconocimiento del atractivo del país/sector/marcas locales y es una forma de participación en un proceso de globalización/internacionalización. Estos dos ejes producen ideas de estímulo, de promoción, competitividad, modernización, formación/capacitación, intercambio cultural, apertura de mente y deseo de aprender. Subyace en todo ello una idea positiva de “dinamismo”.

En lo negativo, se detectan sentimientos de erosión de la identidad nacional, de vulnerabilidad y se ponen en evidencia las limitaciones y las carencias. Se vive como una amenaza para las raíces culturales y las soberanías nacionales. La idea subyacente es de “impotencia”.

En síntesis, la inversión extranjera ha polarizado la opinión pública de las sociedades latinoamericanas en ámbitos de especial implicación emocional. Se genera una respuesta ambivalente en torno a dos ejes contrapuestos: el dinamismo y la impotencia.

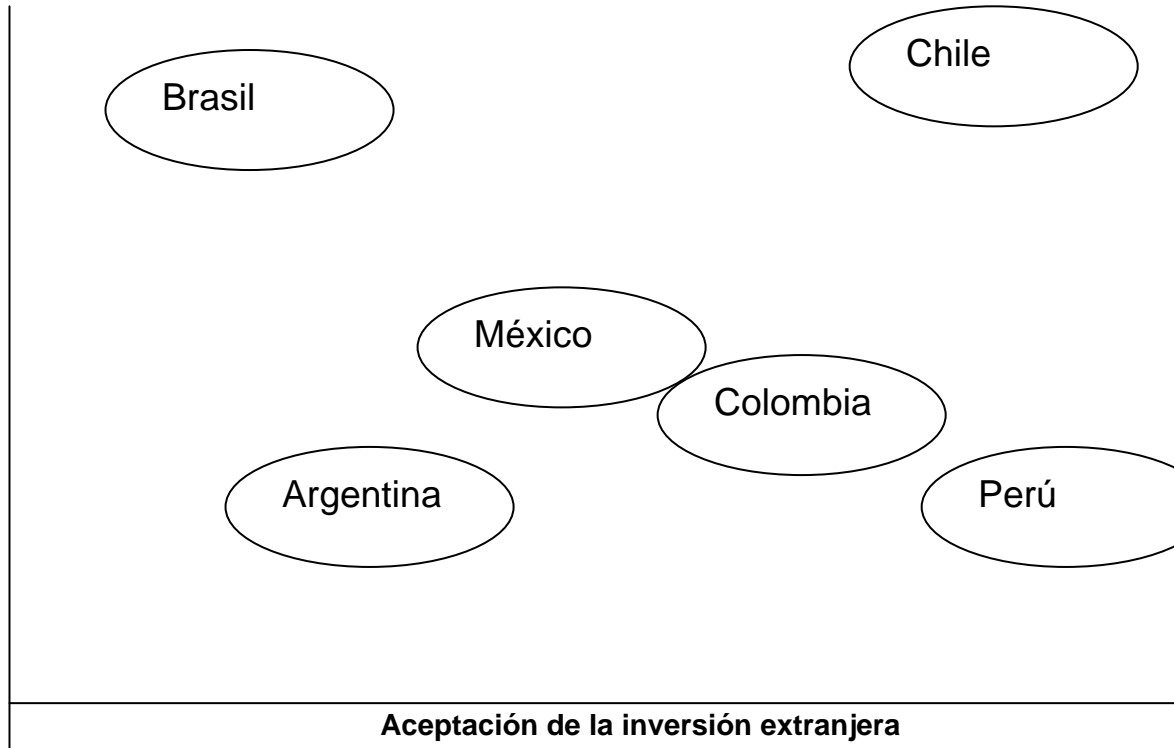
Esta respuesta bipolar vendría dada por ideas cuyos extremos son:

- Generación o destrucción de puestos de trabajo.
- Incremento o reducción de las oportunidades de desarrollo para los empleados y los empresarios locales.
- Mejora o deterioro de las condiciones de vida.
- Refuerzo o perjuicio de la competitividad del país.
- Reafirmación o erosión de la autoestima y la propia imagen del país.
- Participación en la globalización o debilitamiento de la identidad nacional.
- Intercambio cultural, enriquecimiento o amenaza para la cultura y la soberanía nacional.

El resultado final de estas percepciones, para cada país, se ve significativamente condicionado por factores tales como la evolución histórica de la relaciones entre países, la imagen actual y la posición que ocupan en el contexto global, que inciden sobre la actitud de la opinión pública y de los líderes de opinión.

La imagen de marca de país de origen de la inversión y la capacidad para suscitar un imaginario atractivo que refuerce los aspectos positivos y minimice los negativos, son factores que determinan que la inversión extranjera tenga mayor o menor aceptación o resulte más o menos conflictiva en el país receptor.

Confianza en el desarrollo propio



De esta forma la actitud hacia la inversión extranjera y la confianza en el propio desarrollo resultan muy diferentes según el país:

- Brasil y Argentina son los países para los que la inversión extranjera resulta más conflictiva.
- Chile y México adoptan una posición de conveniencia mutua y de relación igualitaria.
- Perú y Colombia confían en la inversión extranjera como motor principal para su desarrollo.

4. La imagen global de España

En general, la imagen de España presenta un perfil homogéneo. La valoración global es positiva, aunque no falten algunos atributos negativos:

Rasgos positivos	Rasgos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Cultura y valores compartidos. • Alegres, expansivos y extravertidos. • Trabajadores y esforzados. • Con éxito en la actualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rudos y agresivos. • Engreídos y arrogantes. • Resentimiento histórico por la Conquista (México, Perú y Colombia).

Las bases de esta valoración son básicamente afectivas (la “madre patria”), un país que ha superado el atraso económico frente a Europa y que en los últimos años se ha transformado en un país más liberal y moderno. Este despegue económico es factor determinante en las inversiones en países menos desarrollados. La imagen más negativa se refleja en el terrorismo vasco.

En general, se percibe una opinión favorable hacia España y los españoles. Hay sentimientos de afinidad con España por la cultura, el idioma y la religión. En lo negativo, hay resentimiento por la Conquista, algunos incluso ven en las inversiones españolas una reconquista, y por el racismo atribuido.

Desde el punto de vista empresarial, a los españoles se les considera bien desarrollados, con una clase ejecutiva homogénea, culta, bien preparada y audaz, pero (aspectos más negativos) despótica, avasalladora y arrogante.

Una respuesta frecuente es la de calificar a los inversionistas españoles como “conquistadores”, fundamentando el juicio en las adquisiciones realizadas por Telefónica, Enersis, Endesa y algunas entidades financieras.

Habría una serie de aspectos diferenciales de la imagen de España y de la personalidad de los españoles con respecto a otros países con inversiones en Latinoamérica. Entre los positivos están los lazos históricos, relaciones de amistad, acuerdos comerciales más justos, relaciones más estrechas, valores familiares, gente cálida, amigable, agradable y más abierta. España es la puerta para ingresar a Europa. Como aspectos negativos se señalan el pasado colonial, el dominio cultural.

Entre los rasgos positivos de la personalidad de los españoles se mencionan algunas características en torno a los siguientes atributos: son cálidos, amistosos, hospitalarios, serviciales, solidarios, alegres, festivos, abiertos, trabajadores, metódicos, tenaces, simpáticos, directos, honrados, comerciantes, exigentes, nacionalistas/orgullosos de su origen, familiares, expansivos, liberales, seguros de sí mismos y con temperamento fuerte.

En el polo negativo citan algunos rasgos como: son rústicos, testarudos, sucios, elitistas, racistas, creídos, pedantes, arrogantes, prepotentes, egocéntricos, desconfiados, egoístas, perezosos, aprovechadores, abusadores, tacaños, prejuiciosos, mandones, gritones, groseros, tacaños, tercios, poco inteligentes y que “sobajan” (denigran) a la gente.

5. La percepción y valoración de las inversiones españolas

En perspectiva histórica, los líderes de opinión señalan tres factores principales que parecen haber contribuido al éxito de la inversión española en Latinoamérica.

Desde el punto de vista de la oferta, a principios de los años noventa, tras décadas de crecimiento constante, el mercado español alcanza la madurez en muchos sectores estratégicos, los márgenes se erosionan y las oportunidades de crecimiento se ven amenazadas. Este contexto, compartido por el resto de mercados europeos, es el factor principal que lleva a las empresas españolas a buscar nuevos mercados.

Desde el punto de vista de la demanda, Latinoamérica en esos años necesitaba modernizar sus debilitadas economías utilizando el recurso de las privatizaciones. El sector financiero local estaba asimismo desfasado y poco saneado. Este escenario representa una oportunidad para las empresas españolas, en especial las recientemente privatizadas como Telefónica, Repsol y Endesa, y por los grandes bancos españoles. Se añade a este contexto el hecho de que España se convierte en un puente para las inversiones de otros países orientadas hacia Latinoamérica. Empresas europeas y norteamericanas confían a España sus capitales para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado Latinoamericano.

Desde el punto de vista de la diplomacia española, se produce una gran actividad en la región que comenzó décadas antes pero que se consolida durante los años ochenta y noventa, con frecuentes visitas del Rey y de los presidentes Felipe González y José María Aznar, la organización de Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y Gobierno y la celebración del V Centenario del Descubrimiento de América.

Estos antecedentes permitieron que España se estableciera como un inversor destacado en el mercado latinoamericano. En cuanto a la importancia percibida de la inversión española, hay tres grupos de países. Colombia y México perciben una inversión española concentrada en banca. En Brasil la percepción es la de inversor nuevo, centrado en banca y telefonía. En Argentina, Chile y Perú se considera que la presencia española está más arraigada y extendida a diversidad de sectores, al tiempo que muestran más reticencias ante esta inversión.

5.1. Principales características percibidas de la inversión española

Existe un acuerdo común tanto entre los propios inversores como entre los receptores de la inversión, que consideran que los factores socioculturales han tenido un papel determinante en la concentración de la inversión española en la región. Este factor ha sido decisivo y beneficioso para España a lo largo del tiempo. Sin embargo persisten algunas diferencias culturales que son evidenciadas por algunos aspectos positivos y negativos.

Entre los positivos se identifican el idioma común como elemento facilitador y generador de eficiencia, la afinidad cultural e historias paralelas en lo político (transiciones a la democracia). Este aspecto sociopolítico aporta confianza a los españoles que anticipan procesos paralelos al español y desde la perspectiva Latinoamericana se produce el mismo efecto, tomando a España como referente y ejemplo de cambio político ordenado.

Entre los aspectos negativos se mencionan las diferencias entre las prácticas empresariales y de gestión atribuidas a la formación en escuelas de negocios de estilos muy diferentes, esencialmente Europa frente a Estados Unidos, la corrupción política y la manera de gestionarla.

Desde el punto de vista psicológico, la personalidad y el estereotipo asociado a los inversores españoles presenta un perfil muy definido y homogéneo en toda la región, con rasgos positivos y negativos. Los españoles son directos y hablan claro, son eficaces y buenos trabajadores, con un carácter abierto y extravertido. Pero también se les considera autoritarios, que imponen sus decisiones, no aceptan diferencias locales y no son abiertos a la improvisación.

Estos factores psicológicos positivos y negativos dibujan un perfil que integra lo latino y lo europeo en una combinación de empatía, sociabilidad y fácil comunicación junto con características "europeas" de pragmatismo, eficiencia y rigor.

Desde el punto de vista económico, destacan los siguientes aspectos positivos. En primer lugar, la inyección de capital es valorada muy positivamente en tanto en cuanto es una aportación de recursos fundamental para el desarrollo de la economía local. Y de manera indirecta, la entrada de capitales españoles ha tenido una importante repercusión por la reafirmación que ha supuesto de la confianza en la economía local y regional, especialmente en momentos de crisis.

Pero la inversión española se constituye también en uno de los principales referentes de la modernización de la sociedad latinoamericana en los años 90. En todos los

países se destaca la aportación española de tecnología, sobre todo aplicada a los servicios, comunicaciones y banca en particular (automatización de servicios bancarios, ampliación del servicio de acceso a las telecomunicaciones, etc.). La tecnología de las empresas españolas es considerada actual y de calidad. Si bien no se percibe a la vanguardia, resulta con todo igualmente competitiva y satisfactoria.

Un tercer aspecto valorado muy positivamente es el entusiasmo y determinación de los empresarios españoles. Entre los líderes de opinión, se trata de una imagen de empresario que ha tenido éxito pero que resulta muy próxima (hispana, latina), para constituirse por ello en un modelo de referencia para el desarrollo personal y del país. España representa, además, una alternativa al modelo tradicional de desarrollo anglosajón. Se trata de un país latino que ha logrado avanzar en el desarrollo y la modernización, lo que permite albergar esperanzas de una evolución similar en el propio país. También en algún caso se señala el carácter español, asociado a actitudes abiertas y maneras informales, incompatibles con la rigidez de las jerarquías de notables locales. En este sentido, la presencia de los empresarios y directivos españoles podría tener un efecto democratizador.

En cuarto lugar, la lengua, hábitos y valores compartidos promueven una aproximación entre América Latina y España. Desde esta perspectiva, se pone de manifiesto un umbral de expectativas muy alto hacia la inversión española en términos de compromiso con el bienestar de la población y la modernización de la región. Se espera de España que contribuya activamente a la mejora de las condiciones de vida de los países latinoamericanos.

Como aspectos negativos se señala, en primer lugar, que la inversión española en los cinco países se asocia a posiciones dominantes, de cuasimonopolio, en los mercados, lo que genera desconfianza. En primer lugar, porque puede provocar abusos por parte de las empresas hacia los clientes. Entre los líderes de opinión también se señala que la inversión española relega a las empresas locales a posiciones marginales.

En segundo lugar, se señala que las empresas españolas no promueven suficientemente la participación de los profesionales y personal cualificado de los países en los que invierten. Los puestos de dirección sólo parecen al alcance de los españoles expatriados que habrían sustituido a los gestores locales anteriores. En consecuencia, dentro de la empresa la comunicación está obstaculizada por el trato autoritario, rígido y despectivo hacia el personal local. Es esta percepción la que provoca una mayor disonancia por lo contradictoria que resulta con la proximidad que se siente hacia España.

En tercer lugar, en algunos casos la identificación de la inversión española con el sector servicios, especialmente con la banca, genera críticas por lo que se considera escasa contribución al desarrollo del país. Se percibe que no genera riqueza auténtica: no supone un descenso del desempleo, no promueve las exportaciones nacionales y no genera infraestructuras productivas.

Por último, pero no menos importante, la toma del control de empresas privatizadas contribuye a una imagen negativa. La cesión de la propiedad de antiguas empresas públicas produce una sensación de pérdida de soberanía.

En resumen:

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Aporte de capitales. • Espíritu emprendedor. • Entendimiento y empatía. • Contribución a la modernidad y mejora de la calidad de los servicios. • Progreso, desarrollo al país, nuevas tecnologías y generación de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abuso de posiciones de poder y desaprovechamiento del capital humano. • Participación en privatizaciones (inversiones negociadas). • Especialización en servicios y menos en tecnología. • Inversiones especulativas. • Síntomas de reconquista. • Aprovechamiento de la situación monopólica: caros, rápido enriquecimiento/recuperación de capital.

Un problema central de la imagen de la inversión española es su vinculación con las privatizaciones. En Argentina, por ejemplo, habrían sido negociadas en condiciones favorables con un Gobierno muy cuestionado, dando lugar a situaciones de rápido enriquecimiento, servicios caros y no reinversión de ganancias en el país. Esto lleva a la desconfianza y al resentimiento, situación vivida como “reconquista” (Aerolíneas Argentinas contribuye a este deterioro de la imagen).

En la banca, la presencia española fortaleció el sector, estimuló la competencia y mejoró el servicio al cliente. Generan confianza y seguridad, innovan y amplían el portafolio de servicios, ofrecen nuevas formas de ahorro y diversifican los productos financieros. Como elementos desfavorables están el aumento de los costos en servicios financieros, aumento de tarifas, insatisfacción con la calidad del servicio y reclamaciones de clientes. Además, han contribuido al desempleo por despidos y por empleo sesgado hacia los españoles, y no se han cubierto las expectativas de mejorar la calidad de vida.

5.2. ¿Qué hacer?

Para la mejora de la imagen, la mayoría de las sugerencias tienen que ver con actitudes, valores y principios, más que con variables macroeconómicas o estrategias empresariales. Es una cuestión de capital social. Destacan los aspectos relacionados con el trato al trabajador, los salarios y, en general, con la equidad en las relaciones de trabajo. Hemos clasificado en tres apartados (como aspectos a conservar, a mejorar y a evitar) el listado abierto de sugerencias que emergen en esta investigación cualitativa.

Los aspectos de la inversión española *a conservar* se basan en:

- Confianza.
- Estrategia de *marketing* transparente.
- Atención al cliente: de calidad, más próxima y humana.
- Calidad en los productos.
- Buenos servicios hoteleros.
- Que sigan siendo muy trabajadores.
- Sus tradiciones.
- Que sigan invirtiendo.
- Intercambio cultural con exposiciones de arte y muestras de cine, música, etc.

- Iniciativas de trabajo social, segmento de personas mayores.

Los aspectos de la inversión española *a mejorar* serían:

- Conocer la cultura, las costumbres y la realidad del país.
- Mayor comunicación y transparencia de lo invertido, en qué condiciones, traducido en obras realizadas y empleos generados para argentinos.
- Mayor aprovechamiento de los códigos culturales para una comunicación más cercana y franca.
- Aporte de *know-how*.
- Mayor participación en organizaciones empresariales locales.
- Actividades de devolución de beneficios a la comunidad.
- Iniciativas de compromiso con el país (patrocinios culturales, deportivos, medioambientales y sociales, preocupación por el medio ambiente e inversiones en infraestructuras).
- Estudiar, analizar y planear metas e iniciativas compatibles con las necesidades reales.
- Valorar el potencial del país y del trabajador local.
- Dar al empleado local el mismo tratamiento que al español.
- Incorporar locales a niveles de gerencia.
- Generar más trabajo para locales y mejor remunerado, que sean justos con los salarios.
- Adaptarse a la cultura local.
- Establecer imagen y relación de proximidad.
- Invertir en educación del país.
- Incorporar nuevas tecnologías.
- Realizar inversiones productivas que generen fuentes de trabajo.
- Respeto, “tratarnos de igual a igual, vernos como socios”.
- Ser equitativos y competitivos.
- Hablar sobre sus logros y su historia.
- Promover la investigación y el desarrollo.
- Arriesgar más, promoverse más.
- Invertir más aquí.

Finalmente, entre los aspectos de la inversión española *a evitar* están:

- Reducciones drásticas de empleo y subida abusiva de precios.
- Presentarse con una postura arrogante, superior, intentando imponer condiciones y reglas preconcebidas.
- Ser frío, desconfiado.
- No respetar al trabajador local en su autoimagen de persona confiable, capaz y esforzada.
- Contratar mano de obra sin capacitación con la finalidad de ahorrar en salarios.
- Traer gente de España y no contratar locales.
- Adoptar actitud de prometer y no cumplir (caso de las telecomunicaciones en Brasil).
- Sentirse “conquistadores”.
- Violar las leyes.
- Venir con mentalidad *gringa*.
- Menospreciar a la gente, ser racistas o maltratar al empleado.
- Mentir, abusar o engañar al público.
- Buscar beneficios sólo para ellos.
- Cerrar oportunidades al talento.

- Ser presumidos, hostiles y groseros.
- Negociaciones poco transparentes, vinculaciones con el poder político.
- Iniciativas con rasgos de vaciamiento que aporten la idea de nueva colonización (caso de Aerolíneas Argentinas).

6. La inversión española comparada con la norteamericana

A la hora de analizar la posición de la inversión española es importante la comparación con la norteamericana. Su gran importancia histórica en la región hace que se constituya en el modelo de referencia más directo. Como sabemos, los restantes países inversores tienen un papel más secundario en el conjunto de la zona.

Estados Unidos es correctamente percibido como el país líder en inversiones en América Latina, con una posición fuerte en volumen invertido, particularmente en la industria, y cualitativamente diferenciado por la tecnología y los modelos de gestión (líderes de opinión).

La inversión norteamericana se asocia a aspectos positivos en relación con el empleo: sueldos elevados, buenas condiciones de trabajo, cordialidad en el trato a empleados y estructuras empresariales horizontales que promueven la participación y la promoción de los locales.

En contrapartida, se percibe como una inversión indiferente hacia la problemática local y poco comprometida con el país anfitrión.

Frente a esta imagen de las inversiones norteamericanas, España se percibe como un inversor reciente pero que, sin embargo, ha logrado en los últimos años una posición muy destacada, sobre todo por el volumen invertido. En el caso español, se destaca como aspecto valorado el momento en el que se producen sus inversiones: la entrada de las empresas españolas en el mercado latinoamericano se habría producido en un momento de crisis para la mayor parte de los países.

A partir de este hecho, España se percibe como un país que demuestra confianza en la recuperación de la economía local y promueve una valoración positiva de la inversión española. En el momento de realización de la investigación prevalecía la sensación de que la inversión norteamericana se había retirado de América Latina, lo que se interpreta como un acto de falta de compromiso con los países anfitriones.

Igualmente, la inversión española genera ciertas expectativas de una mayor reinversión de los beneficios y de una mayor redistribución de la riqueza. En este sentido, aparece como una inversión más comprometida con el conjunto de la sociedad. Se trata de un modelo de inversión contrapuesto al de la empresa norteamericana, que se percibe asociada únicamente a la maximización de la rentabilidad y despreocupada por la situación de la población.

En cuanto a los sectores en los que se materializa la inversión, la diversificación es percibida como un punto fuerte de la inversión norteamericana, muy valorada en todos los países. La inversión española, por el contrario, muestra en este aspecto un punto débil, en tanto en cuanto se considera muy concentrada y, además, en sectores que en algún caso se perciben como poco productivos.

El liderazgo en la generación de nueva tecnología y de nuevos modelos de gestión resulta igualmente un aspecto en el que la inversión norteamericana está a la vanguardia. En este aspecto, la española presenta una imagen de tecnología y

modelos de gestión actuales, competitivos y de calidad, pero, aunque convincente y satisfactoria, no logra generar las mismas expectativas de innovación. En cualquier caso, algunos de los participantes indican que el respaldo o la identificación con la UE puede contribuir a atenuar esa distancia frente a la tecnología y los modelos de gestión norteamericanos.

Finalmente, en lo tocante a la relación de las empresas inversoras con los empleados, clientes y proveedores, la inversión norteamericana aparece asociada a pautas de relación adaptadas a los mercados locales y que ofrecen oportunidades de participación y promoción. Por el contrario, en esta dimensión, los directivos y las empresas españolas son criticados por el trato brusco y despectivo hacia el empleado y el cliente local. En la relación con sus clientes, la percepción es que las empresas españolas parecen insensibles a las reclamaciones. En la relación con los empleados, son cúpulas cerradas y poco receptivas a la participación de los profesionales y directivos de los países en los que invierten. Finalmente, la identificación de las inversiones españolas con privatizaciones y compra de empresas preexistentes genera preocupaciones por la hipotética reducción de puestos de trabajo.

Estos aspectos restarían interés a la inversión española y constituyen un obstáculo de primer orden para su aceptación. En comparación, la inversión norteamericana está mejor valorada en la creación de nuevos puestos y la calidad del empleo ofertado. Los salarios y condiciones de trabajo resultan más atractivos para los empleados de los países receptores de las inversiones.

7. Matices: las diferencias entre los países

La imagen homogénea de España como país próximo, que genera empatía por su perfil humano/cálido, presenta algunas diferencias relevantes por país.

7.1. Argentina

La imagen de España es positiva, básicamente afectiva (la madre patria) y está relacionada con la masiva inmigración de finales del siglo XIX y principios del XX. Respecto de la España actual, la imagen es de prosperidad, sienten admiración y respeto por la superación del atraso económico frente a Europa, que se visualiza como inversor en el exterior, y por el proceso de modernización.

Los españoles se ven hospitalarios, alegres, festivos, nacionalistas, respetuosos de sus tradiciones, trabajadores y seguros de sí mismos, pero rústicos, testarudos y poco inteligentes. En su relación con los argentinos se reconoce un vínculo afectivo, con una cultura compartida (idioma, cultura y valores).

La inversión española es controvertida, tiene una presencia muy notoria y el sector de telecomunicaciones domina el imaginario. La inversión es asociada con servicios públicos (Teléfonica, Endesa), combustibles (Repsol YPF), banca (BBV Banco Francés, Santander Banco Río) y con Aerolíneas Argentinas.

El problema básico de la imagen de la inversión española es su vinculación con las privatizaciones, que habrían sido negociadas en condiciones favorables con un gobierno muy cuestionado, dando lugar a situaciones de rápido enriquecimiento, servicios caros y no reinversión de ganancias en el país. Esto lleva a la desconfianza, el resentimiento y una situación de "reconquista" (Aerolíneas Argentinas contribuyen a la mala imagen). A pesar de las críticas, la inversión de Telefónica es mejor valorada.

Las principales características positivas y negativas percibidas de la inversión española son:

- Fuerte en servicios, pero no en tecnología.
- Estabilidad de su presencia a futuro.
- Inversión desproporcionada con relación a lo que es España en el mundo.
- Inversiones especulativas, síntomas de “reconquista”.
- Inversiones negociadas, procedentes de privatizaciones.
- Aprovechamiento de la situación monopolística: caros, recuperación de capital.

En general, se reclama a las inversiones españolas, entre otras cosas, la asunción de un rol de socio, mayor comunicación y transparencia de lo invertido y aprovechamiento de los códigos culturales para una comunicación más cercana y franca, mayor participación en organizaciones empresariales locales, intercambio entre países, mayor contacto con aspectos culturales (promover la cultura) y actividades de devolución a la comunidad, y sobre todo, evitar negociaciones poco transparentes, vinculaciones con el poder político e iniciativas con rasgos de corrupción.

En cuanto a la inversión española frente a la inversión norteamericana, destaca positivamente por su empatía con el país y su cultura y resulta competitiva en el plano de los servicios y la tecnología.

Su punto débil se encuentra en su identificación con modelos rígidos y autoritarios de gestión. Este aspecto contradice las expectativas iniciales despertadas por España. Los Estados Unidos destacan por su posición de liderazgo indiscutido, tecnología avanzada e innovación y buenas condiciones de trabajo, formación y promoción. Los rasgos negativos de la inversión norteamericana se centran en el desinterés por el país, los rasgos de personalidad impositivos y arrogantes y su frialdad y distancia.

7.2. Brasil

España es menos conocida en Brasil que en el resto de países latinoamericanos, pues no fue colonizada por España y no hablan español. La imagen es la de un país que ha superado la dictadura y se ha desarrollado económicamente en muy poco tiempo. El estereotipo del español es la del “torero”, con temperamento fuerte, y la del artista, con tendencias estéticas y sensibles. El terrorismo vasco refleja la agresividad potencial del pueblo.

Las nociones sobre el pueblo español y su relación con Brasil son polémicas y conflictivas, poco sedimentadas y en formación, pero la actitud es abierta y las expectativas elevadas. Los brasileños se muestran sorprendidos con la magnitud de la inversión española, país al que consideraban pobre y con una sorprendente y reciente pujanza económica. La inversión española se relaciona con telecomunicaciones, de forma negativa, y con la banca.

Los aspectos de la inversión española a conservar serían:

- Estrategia de *marketing* transparente, confianza.
- Atención al cliente: de calidad, más próxima y humana.
- Intercambio cultural con exposiciones de arte, cine, música, danza, etc.
- Iniciativas de trabajo social, segmento de personas mayores.

Y los aspectos de la inversión española a incorporar:

- Conocer la cultura, las costumbres y la realidad del país.
- Estudiar, analizar y planear metas e iniciativas compatibles con las necesidades reales.
- Valorar el potencial del país y del trabajador brasileño.
- Establecer imagen y relación de proximidad.
- Dar al empleado brasileño el mismo tratamiento que al español.
- Adaptarse a la cultura y al Brasil.

Además habría aspectos de la inversión española a evitar:

- Despedir empleados y subir precios.
- Presentarse con una arrogante, superior, intentando imponer condiciones y reglas.
- Ser frío, desconfiado.
- No respetar al trabajador brasileño como persona confiable, capaz y esforzada.
- Adoptar actitud de prometer y no cumplir, caso del sector de telecomunicaciones.
- Contratar mano de obra sin capacitación con la finalidad de ahorrar en salarios.

Entre las recomendaciones están: que España, como país inversor, mostrara sus ventajas y avances tecnológicos, adoptara un *marketing* "institucional", promoviera el intercambio cultural entre los dos países y promoviera acciones de cuño social. En resumen, que rescatara una imagen propicia y confiable de inversor, capaz de disipar la vinculación inmediata entre el país y el estilo despreciativo de la gestión de las empresas de telecomunicaciones.

La inversión norteamericana ocupa una posición histórica muy destacada y bien valorada en Brasil. Destaca su liderazgo histórico, alta tecnología y aportación de capital. Son vistos como emprendedores, con buenos modelos de gestión, buena adaptación a la realidad social, eficiencia y calidad. Los rasgos negativos se limitan a la desigualdad, al carácter "extractivo" y al intercambio limitado y extremadamente desequilibrado.

La inversión española, frente a la norteamericana, ofrece expectativas de mayor participación, proximidad cultural, escala económica más equilibrada, carácter emprendedor y decidido y fortaleza en sectores como el turismo. El raso menos positivo es la debilidad de los beneficios más tangibles e inmediatos para Brasil: tecnología, empleo y modelos de gestión.

7.3. Chile

La imagen de España es la de un país en desarrollo económico notable, después de mucho tiempo de espaldas a Europa. Su despegue económico es factor determinante en las inversiones en países menos desarrollados.

En Chile su presencia es importante y de gran notoriedad. Aparece muy vinculada al sector de telecomunicaciones, energía y, en menor medida, a la banca.

Desde el punto de vista empresarial, a los españoles se les considera bien desarrollados, con una clase ejecutiva homogénea, culta, bien preparada y audaz, pero (aspectos más negativos) despóticos, avasalladores y arrogantes.

De la inversión española, se ve en positivo el compartir el mismo idioma, pero negativo el trato dado a los empleados (despidos, relaciones verticales y malos modales). Una

respuesta espontánea habitual es la de calificar a los inversionistas españoles como “conquistadores”, centrando esta percepción negativa en las adquisiciones realizadas por Telefónica, Enersis, Endesa y algunas entidades financieras.

Entre los aspectos de la inversión española que debieran tener continuidad se mencionan:

- Conocimientos en la industria del turismo.
- Promoción de empresas y capacidad de innovación.
- Tratar de mantener la conducta que tienen en España.
- Apoyo tecnológico y experiencia internacional (caso de la banca).

Como aspectos de la inversión española a incorporar:

- Conocer la cultura chilena.
- Dar a los empleados chilenos un trato digno, con buenas maneras.
- Crear corporaciones de desarrollo, con patrocinio de actividades culturales y sociales, seminarios de nuevos negocios y nuevas tecnologías.
- Traer investigación y tecnología, no sólo compra de un negocio para vender rápido e irse.

Y entre los aspectos de la inversión española a evitar:

- No hacer en Chile lo que no harían en España (respeto a los trabajadores, al medioambiente, buenas costumbres, principios éticos).
- Hacer uso de procedimientos inadecuados para lograr que el negocio funcione.
- Inmiscuirse y opinar en temas conflictivos.
- Dar mal trato a los empleados.

Sobre la gestión que realizan los españoles se señala que deberían ser menos “políticos” e instalar un estilo más profesional, centrado en hacer negocios (como el norteamericano). Chile requiere inversión que desarrolle el sector productivo, que favorezca la inversión, genere empleo y capital y proporcione seguridad y tranquilidad.

Las inversiones españolas y norteamericanas comparten rasgos de protagonismo importante en el país. Frente a los Estados Unidos, España se presenta como una alternativa con escaso atractivo, se considera próxima, se asocia con cierta eficiencia y podría ser creíble su deseo de permanencia y de compromiso con el país. Sin embargo, genera tensiones y conflictos que contrastan con la diplomacia que se asocia a la inversión norteamericana.

Norteamérica es vista como claro líder: genera admiración, con productos y servicios de calidad, es innovadora, dinámica, profesional, seria, transparente y respetuosa, y presta atención a la promoción y formación profesional. Los rasgos negativos se limitan a la escasa reinversión, la frialdad y la distancia emocional.

7.4. Colombia

España tiene una presencia positivamente valorada, aunque restringida al sector servicios: destacan la banca, la energía, las telecomunicaciones y la construcción.

Los colombianos tienen la imagen de España como país que ha logrado un buen desarrollo económico y social, si bien hay grupos que lo consideran aún subdesarrollado. Ven a España como un país organizado y seguro.

La imagen del español es la de una persona con visión, consciente de que es eficiente. Es cálido, amistoso, buen amigo, servicial, solidario, nacionalista y familiar, pero elitista, racista, creído, pedante, prepotente, desconfiado, terco, perezoso y egoísta.

La inversión española es vista con agrado debido a la confianza y credibilidad que el empresario español ha mostrado en el país, aun en momentos de crisis.

Destacan dos percepciones contrapuestas: una de “reconquista” asociada a la inversión española, si bien existe un componente afectivo, con sentimientos de protección, apoyo y motivación de España por el desarrollo colombiano; y otra, que convive con la anterior, dónde se atribuye a España la inversión en Colombia como resultado de una estrategia general de invertir en toda América Latina para mejorar su posicionamiento en la Unión Europea, pero sin ningún interés especial por Colombia.

Dentro de este contexto, los sectores en los cuales se percibe un mayor interés del inversionista español son el financiero y el de servicios públicos, áreas en las que incorpora mejoras en el servicio al cliente, tecnología y mayor competencia, lo que ha llevado a la empresa local a modernizarse y diversificar productos.

Las empresas que se perciben más claramente como inversión española son BBV Banco Ganadero y Santander.

Las actividades que la inversión española debe desarrollar en Colombia están centradas en ideas de mejora del nivel de competencia, a partir de la introducción de nuevas tecnologías y de las mejoras en el servicio al cliente.

El inversionista español debe incorporar a sus actividades en Colombia el interés por los sectores productivos de la economía, una mayor preocupación por un conocimiento del entorno al que llegan, dejando de lado prejuicios que subvaloran al trabajador y a la empresa local.

La inversión española en el país debe evitar la aplicación de medidas de choque, como despidos masivos de trabajadores y la subvaloración del recurso humano, de los procesos y de las “formas de hacer las cosas” por parte de la empresa local.

Frente a los Estados Unidos, España se presenta como una esperanza para participar activamente en un crecimiento compartido. Este es un enfoque más integrador y humano que el interés “extractivo” que se atribuye a los Estados Unidos.

Sin embargo, España es valorada como una presencia débil, reciente y limitada al sector de servicios. Además la reestructuración y el trato personal al trabajador colombiano generan tensiones importantes.

7.5. México

En México, la inversión española es reciente y limitada a la banca, aunque con presencia en telecomunicaciones, energía y turismo. Existe también una imagen de la inversión tradicional que coexiste con la entrada reciente de nueva inversión. Lo tradicional está fuertemente asociado a los sectores de alimentación y distribución.

España es percibida como un país que en los últimos diez a quince años se ha superado económicamente. Hay sentimientos encontrados: afinidad con España por la

cultura, el idioma y la religión, y resentimientos por la Conquista (3) y por el racismo atribuido a los españoles.

Existe un enorme desconocimiento de las empresas y la inversión española, pero las que se conocen del sector financiero han sido bien recibidas y se espera que su participación beneficie a todo el sector financiero.

Al igual que a las inversiones de otros países, a la española se le exige que respete las leyes del país y sobre todo que trate justa y equitativamente a los trabajadores (salario, relaciones laborales, etc.).

Los aspectos de la inversión española a conservar y promover son:

- La permanencia, el compromiso, “que sigan invirtiendo aquí”.
- Calidad en los productos.
- Buenos servicios hoteleros.
- Que sigan siendo muy trabajadores.
- Sus tradiciones.

Los aspectos de la inversión española a incorporar serían:

- “Que se den cuenta que no es el pueblo de antes”, que se ha superado.
- Respeto, trato de igual a igual, como socios.
- Contratar a empleados mexicanos, con salarios justos y valorando su trabajo.
- Conocer y respetar la cultura (fiestas, costumbres) y la idiosincrasia del mexicano.
- Dar mucha difusión a sus empresas.
- Ser equitativos, competitivos, hablar sobre sus logros y su historia.
- Promover la investigación y el desarrollo en México.
- Invertir en agricultura y en hoteles, arriesgar más, promoverse más.

Y los aspectos de la inversión española a evitar son:

- Traer gente de España y no contratar mexicanos, desplazar al trabajador mexicano.
- Engañar al público, cerrar oportunidades al talento.
- Sentirse conquistadores, venir con mentalidad *gringa*, violar las leyes.
- Menospreciar a la gente, ser racistas, maltratar al empleado.
- Mentir y abusar.
- Descuidar su imagen (personal y de empresa).
- Buscar beneficios sólo para ellos.
- Meterse por el lado de la tecnología, dónde España no tiene credibilidad.
- Ser presumidos, hostiles y groseros.

Frente a Estados Unidos, España se presenta como un posible modelo a seguir, más próximo e igualitario, que permite mayor margen a la participación del mexicano y preservando mejor sus valores.

Sin embargo, la inversión española está poco presente y pueden presentarse problemas acusados por los rasgos culturales controvertidos: la imposición, la rudeza y la falta de respeto por la cultura y el orgullo nacional de los mexicanos, un aspecto de especial relevancia en este país.

Estados Unidos destaca por un liderazgo histórico consolidado, aportación continua de capitales, tecnología de vanguardia, calidad de productos, atención al cliente, buenos modelos de gestión y generación de empleo. Lo negativo está radicado en la percepción de gran dependencia, pues se califican como “explotadores”, con pérdida de sentimiento, soberanía y valores, corrupción y, en lo emocional, distancia y frialdad.

7.6. Perú

España tiene una presencia notoria en comunicaciones, banca, energía y combustibles.

La imagen de España en Perú es la de un país costumbrista, tradicional, conservador, desarrollado, pero atrasado en Europa, con una imagen negativa por la presencia de ETA y que se ha transformado en los últimos años en un país algo más liberal y moderno.

Existe un matiz de emociones y pensamientos en la muestra peruana que por momentos dejan entrever un sentimiento de aceptación hacia España y, al mismo tiempo, presenta un escenario fuerte de resentimiento por el daño que consideran causó a la cultura indígena precolombina y por ende al país hace quinientos años.

Uno de los rasgos positivos más destacados de la percepción de la inversión española en Perú es la confianza que parecen depositar los españoles en el país, aunque persiste el juicio negativo de una segunda “Conquista” en el ámbito económico (la inversión viene a llevarse el máximo de utilidades al menor costo).

Como principales aspectos positivos de la inversión española se mencionan:

- Divisas.
- Modernidad y mejor calidad de los servicios.
- Mejor imagen del Perú.
- Progreso, desarrollo al país.
- Nueva tecnología.
- Generación de trabajo.

Entre los nuevos aportes que podría hacer la inversión española se cuentan:

- Invertir en educación del país.
- Incorporación de nuevas tecnologías.
- Invertir en hoteles.
- Generar más trabajo para peruanos y mejor remunerado.
- Invertir en agroindustria ya que es un sector descuidado.
- Mejor la calidad del trato a los peruanos y del servicio que ofrece.

Los rasgos negativos de la inversión española más relevantes y a evitar en el futuro serían:

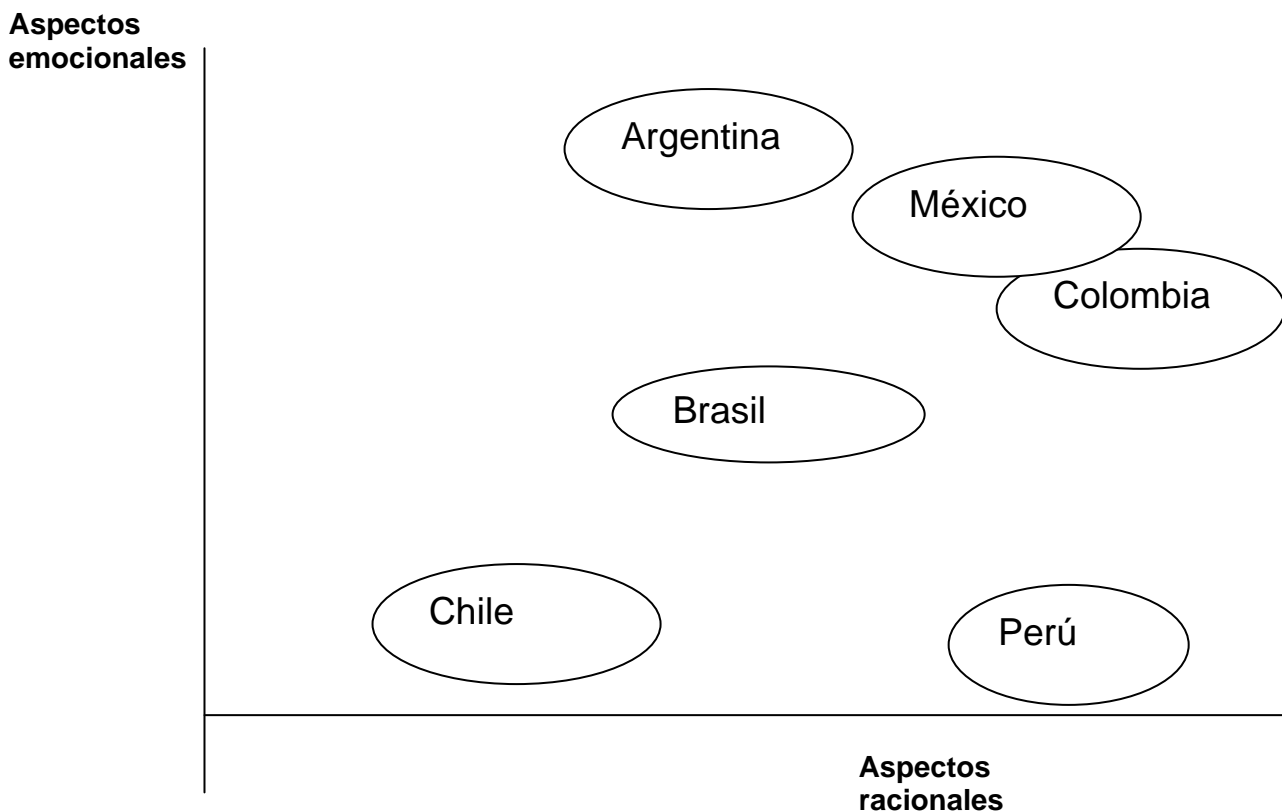
- Abuso de su posición, con tarifas demasiado elevadas y cobros injustificados.
- Subestima del peruano: no se promueve su implicación, participación y promoción.
- Rigidez, inflexibilidad y falta de permeabilidad hacia la cultura local.

La inversión española se encuentra, frente a Estados Unidos, en clara desventaja. Los Estados Unidos parecen proponer un vínculo más fluido y más armonioso que España.

La especialización de España en servicios y la credibilidad que le aporta su carácter europeo constituyen aspectos valiosos que pueden representar una cierta ventaja competitiva. La conflictividad del vínculo emocional resulta un punto débil importante para España.

7.7. La geografía de las percepciones

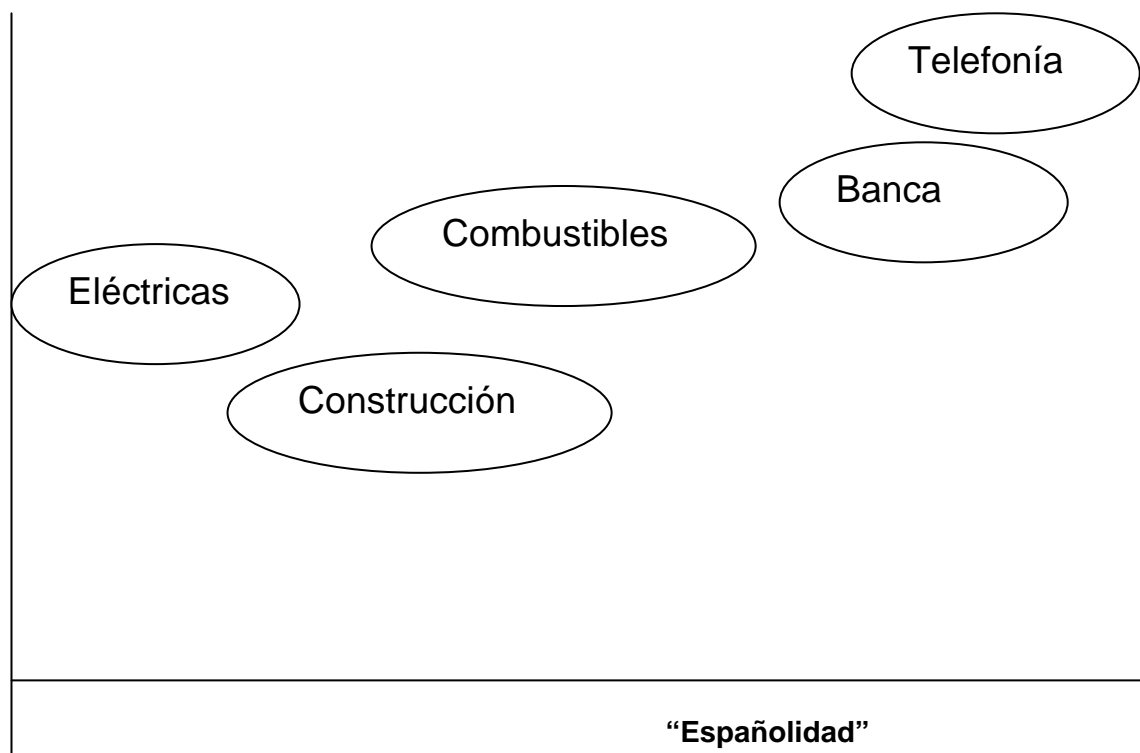
Habría varias dimensiones en las que podemos diferenciar a los seis países. En primer lugar, la receptividad hacia la inversión española opera desigualmente en los planos emocional y racional:



- México y Colombia son los países que se muestran más interesados en acoger inversión española.
- Argentina y Perú presentan una relación controvertida.
- Brasil aparece como relativamente poco interesada, pero receptiva.
- Chile es claramente un país muy receloso ante la inversión Española.

Además, el peso de la contribución sectorial a la imagen de la inversión es muy desigual:

Notoriedad



8. Conclusiones: el capital disonante

El análisis de las imágenes mediante técnicas cualitativas nos aporta una información fundamental para entender los resultados de encuestas recientes que muestran indicios de deterioro en la valoración de las inversiones españolas. El panorama es mucho más rico que el obtenido de los datos de encuesta por la combinación que encontramos de factores emocionales y racionales.

La percepción es que las empresas españolas aportan recursos para el desarrollo, contribuyendo a la modernización económica y social. Desde el aspecto económico, los españoles son considerados eficientes. Además, las inversiones se concentran en servicios intensivos en tecnología (nuevas tecnologías en las telecomunicaciones o la banca). Y, desde el punto de vista social, se percibe un efecto democratizador, ya que la joven democracia española contrasta con al carácter jerárquico y autoritario de las sociedades latinoamericanas.

La cultura compartida, es decir, lengua, hábitos y valores comunes, facilitan la comunicación y la organización de las actividades. Con todo, se considera a las inversiones y las empresas de Estados Unidos económicamente más dinámicas. Sus tecnologías y formas de organización son más avanzadas. Además, están incorporadas a sectores más productivos que las españolas.

Ahora bien, las empresas norteamericanas moralmente están menos preocupadas y comprometidas que las españolas. Se esperaba de las empresas españolas un nivel de compromiso ético con la realidad latinoamericana mayor que el de las inversiones norteamericanas. Lo anterior indica que el umbral de expectativas respecto a las inversiones españolas se sitúa más alto que el de las estadounidenses. Ahora España es –vuelve a ser– también un “conquistador”, pero se esperaba que fuese más filantrópico que el norteamericano. Es una primera disonancia, entre las expectativas y

las percepciones, efecto de la proximidad cultural entre España y América Latina, que no se da en el caso de los Estados Unidos.

Por otro lado, habría una segunda fuente de frustración ligada a lo que con Hirschman (1981) podríamos llamar “efecto túnel”: la decepción producida por el estancamiento propio tras el avance de los semejantes. España, a partir de la Transición Democrática, representa progreso y modernización. Sin embargo, por las propias circunstancias económicas y políticas de América Latina, las inversiones españolas en la región no pueden producir efectos similares en los países receptores, que por lo tanto no avanzarían en la misma medida que España, al que hasta hacía poco tiempo (recordemos) se consideraba prácticamente “hermano” en términos de desarrollo. Tras una etapa inicial de espera (el túnel) el hecho de seguir en la cola genera recelo contra quienes han avanzado, sobre todo hasta el punto de “reconquistar” el país con las inversiones. El efecto es más intenso en tanto en cuanto la imagen actual de España como país conquistador también es disonante con la imagen anterior de país poco desarrollado. Por lo tanto, estamos ante una segunda disonancia cognitiva, entre la similaridad percibida con España y el nivel diferente de desarrollo, que tenía que jugar necesariamente en contra de las inversiones españolas.

El efecto túnel anterior viene reforzado por lo que también Hirschman (1971) denominó los “obstáculos cognitivos al desarrollo”. En los países latinoamericanos se infravaloran los efectos positivos de las inversiones por las dificultades de las sociedades en desarrollo para percibir los cambios en marcha que pueden llevar a una situación mejor. Es lo que Hirschman en otro momento califica también de complejo de fracaso o “fracasomanía” (Hirschman, 1981). Se produce un círculo vicioso en el que el desarrollo es bloqueado por esas actitudes fatalistas que se convierten en profecías que se autocumplen (4). El círculo vicioso es producto de otra disonancia inicial, la existente entre la autoimagen de los países latinoamericanos y las percepciones de la inversión española. No se acaba de asimilar la información sobre los efectos positivos de las inversiones porque no resulta congruente con la propia experiencia y la percepción de uno mismo.

En definitiva, las inversiones españolas resultan disonantes con la percepción de España en el pasado, pero también con las expectativas respecto al futuro y, finalmente, con la propia auto-percepción de muchos países latinoamericanos. El capital español es “contante y disonante”. Quizá por las disonancias anteriores, y a pesar de lo recientes que son las inversiones en comparación con las norteamericanas, no han tardado en emerger muestras de frustración, que se reflejan en algunos de los puntos negativos percibidos en las empresas e inversiones españolas. La ilusión del parecido de familia ha operado en las dos direcciones: de nosotros a ellos, pero también de ellos a nosotros.

Sin duda hay otros elementos que han coadyuvado a la aparición de imágenes negativas, tanto en las pautas iniciales de comportamiento de las empresas españolas como en la cultura política de los países latinoamericanos. Las disonancias cognitivas y emocionales que revela la investigación cualitativa no son los únicos factores, pero no por tratarse de percepciones son menos relevantes. El problema de imagen de las inversiones españolas nos recuerda, una vez más, que el “capital social”, es decir, los valores, expectativas, la (des)confianza, etc., que rodean las transacciones económicas, cuentan.

Angel Alloza, Director de Identidad y Reputación Corporativa, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria.

Javier Noya, Investigador principal del área de Imagen Exterior y Opinión Pública, Real Instituto Elcano.

Notas:

- (1) El *Proyecto Eneas* estuvo financiado por el BBVA, BSCH, Dragados, Endesa, Grupo Ferrovial, Iberdrola, Repsol YPF y Telefónica.
- (2) Investigación realizada por *Inner Strategic Market Research*.
- (3) Fenómeno compartido con Perú y Colombia.
- (4) "Cuando existen dificultades especiales que impiden percibir el cambio en marcha, es seguro que se perderán muchas oportunidades para acelerar dicho cambio y aprovechar ocasiones nuevas. De esta manera los obstáculos a la percepción del cambio se convierten en un importante obstáculo para el cambio mismo. Esto puede expresarse también en forma de círculo vicioso: en la medida en que un país es subdesarrollado, experimentará dificultades especiales para percibir cambios dentro de su propia sociedad, y por lo tanto no advertirá las oportunidades que se le presenten para efectuar

Referencias:

Casilda Béjar, R. (2003), *La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000*, Universidad de Alcalá, Alcalá.

Hirschman, A.O. (1971), *A Bias for Hope*, Yale University Press, New Haven.

Hirschman, A.O. (1981), *Essays in Trespassing. Economics to Politics and Beyond*, Cambridge University Press, Cambridge.

Noya, J. (2003), *La imagen de España en América Latina. Resultados del Latinobarómetro 2003*, RIE, Madrid.