

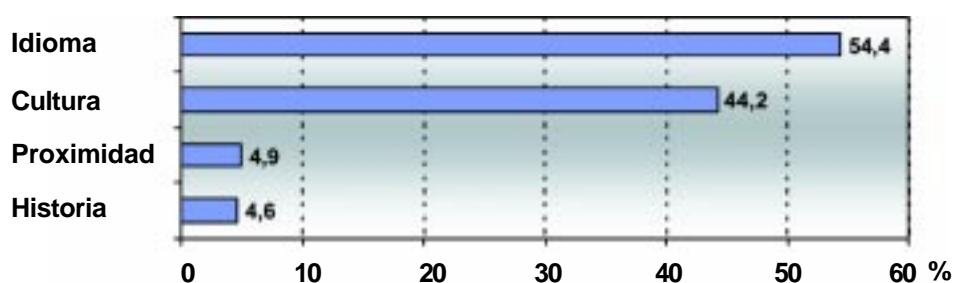
## APÉNDICE I

# ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y SUS RELACIONES COMERCIALES CON AMÉRICA LATINA

<sup>1</sup> Este Apéndice I recoge los resultados del Tercer Fórum de Opinión que realiza la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE), como consecuencia del interés de la Asociación de Antiguos Alumnos en difundir a la sociedad y el mundo empresarial español la opinión y visión que mantienen directivos y profesionales sobre distintos temas, tanto generales como específicos, que afectan a la actividad empresarial y profesional. En concreto, se muestran las principales conclusiones referentes a la estrategia competitiva de las empresas españolas en el ámbito de sus relaciones comerciales con el continente latinoamericano. Así, se hace mención a los aspectos que facilitan la introducción en esta zona, las ventajas competitivas de nuestras empresas para comerciar con esos países, los factores que favorecen la inversión y aquellos sectores donde existe mayor facilidad de entrada. Es importante destacar que este análisis de opinión se realizó durante los años 2000 y 2001.



GRÁFICO I. RELACIONES COMERCIALES CON AMÉRICA LATINA  
ASPECTOS QUE FACILITAN LA APERTURA LATINOAMERICANA



- Los principales factores que favorecen la apertura de nuevos mercados en América Latina para España son las semejanzas en *el idioma y la cultura*.
- Cabe destacar que la batería de respuestas ha sido muy amplia, pero en este caso, sólo se han considerado aquellos aspectos de mayor citación (superior al 4% aproximadamente).

GRÁFICO II. VALORACIÓN POSITIVA DE LAS RELACIONES  
ECONÓMICAS CON AMÉRICA LATINA PARA ESPAÑA



- La posible relación económica con América Latina para España se valora de forma positiva de una manera bastante rotunda (98,8%), ya que representa un *incremento del mercado y del propio negocio*.

GRÁFICO III. MOTIVOS DE LA VALORACION POSITIVA

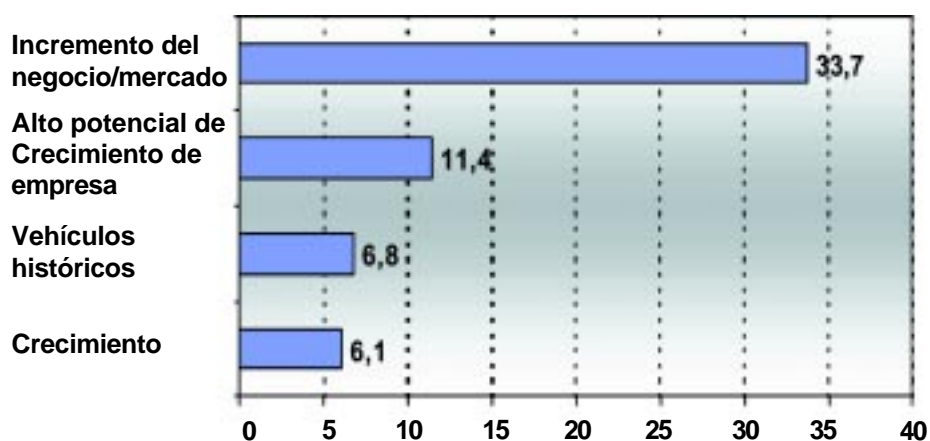
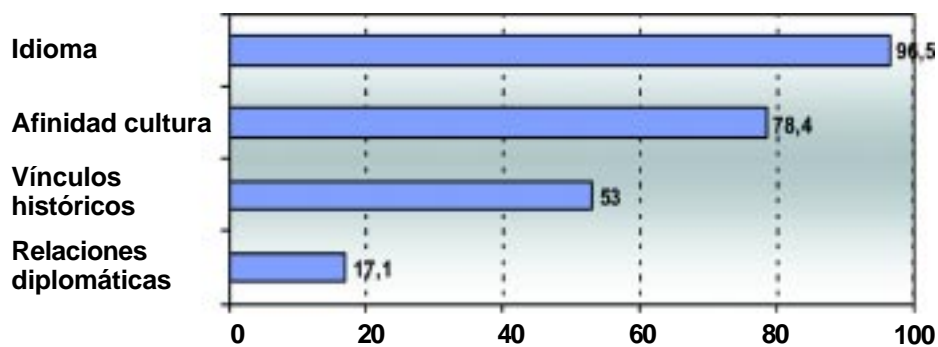


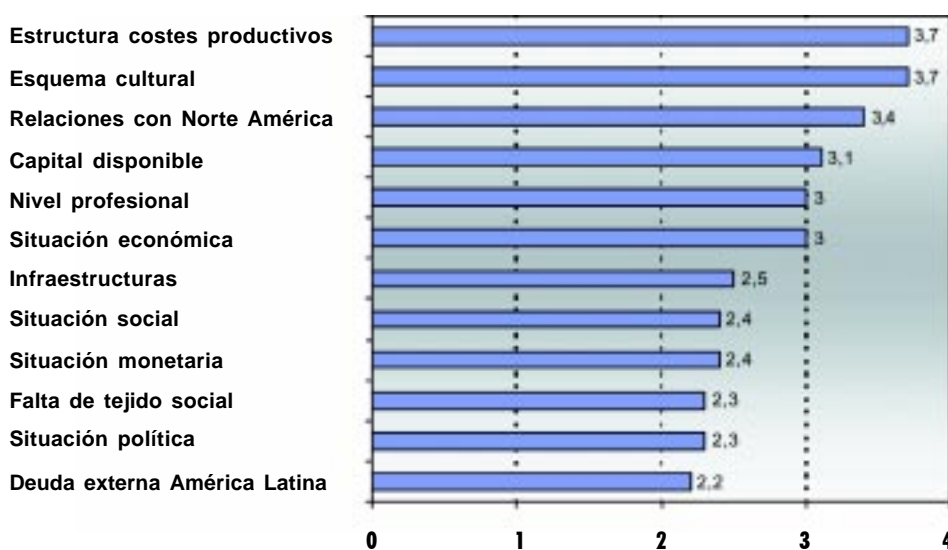
GRÁFICO IV. VENTAJAS COMPETITIVAS DE ESPAÑA PARA COMERCIAR CON LATINOAMERICA RESPECTO A OTROS PAISES



Entre los motivos de dicha valoración positiva se encuentran el incremento del mercado y del negocio (con un 33,7%), junto al alto potencial de crecimiento de la empresa (con casi un 11,5%).

- Casi la totalidad de los encuestados (96,5%) afirman que el *idioma* es la principal ventaja competitiva de España en el comercio con Latinoamérica en comparación con otros países.
- El segundo factor fuente de ventaja competitiva para España es la *afinidad cultural*, siendo los encuestados que trabajan en el *sector industrial* los que consideran este factor de forma más importante, con un 80% de respuesta, seguido del *sector servicios* con un 79,2%.

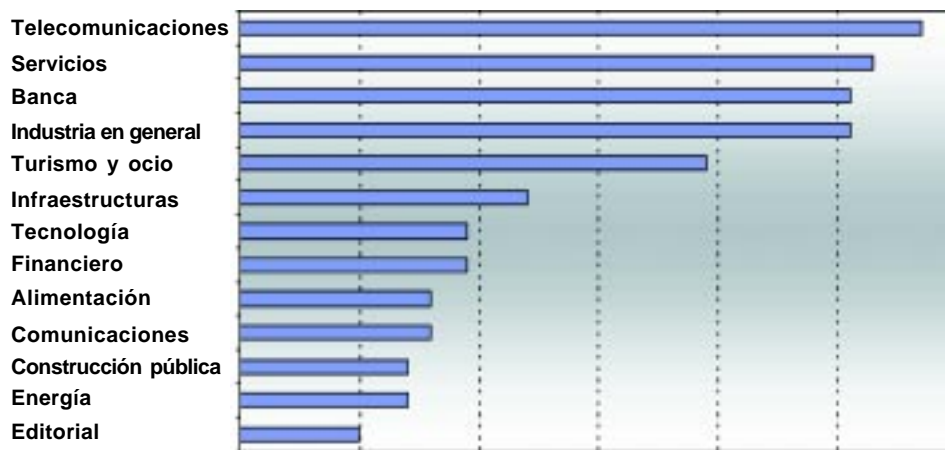
GRÁFICO V. FACTORES QUE FAVORECEN LA INVERSIÓN ESPAÑOLA EN IBEROAMÉRICA



- En referencia a las *relaciones diplomáticas* son los encuestados relacionados con el área de *marketing* los que otorgan una mayor importancia (23,9%) respecto al resto de áreas funcionales de la empresa, al contrario que los relacionados con la *Gerencia Directiva*, que tan sólo ofrece un 13,2%.
- Los aspectos *más favorables* a la inversión española en Latinoamérica son las *estructuras de costes productivos* y el *esquema cultural* de estos países.

- En referencia al *esquema cultural*, son las *empresas de entre 4.000 y 10.000 empleados* las que lo consideran el factor más importante para la inversión, e incluso lo consideran por encima de las «Estructuras de costes productivos».
- Destacan la *deuda externa* y la *situación política* de América Latina como los aspectos *menos favorables* a la inversión española.

GRÁFICO VI. SECTORES LATINOAMERICANOS DONDE EXISTE MAYOR FACILIDAD DE ENTRADA



- El sector de las *Telecomunicaciones* es el que se ve con una *mayor facilidad de introducción en América Latina*, seguido por los sectores de *Servicios*, *Banca* e *Industria en general*.
- Otros sectores que se consideran de fácil introducción en América Latina son el *Turismo y el ocio*.
- Cabe destacar que, de todos modos, no existe una idea clara de los sectores en que España se podría introducir en América Latina, ya que los porcentajes de respuesta a esta cuestión son muy bajos.