



UNIVERSIDAD DEL BIOBIO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

**EFFECTOS DE LA INVERSIÓN DIRECTA DE EMPRESAS
BRASILEÑAS EN CHILE Y DE EMPRESAS CHILENAS EN BRASIL**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTORES: Fuentes Garrido, Elisa.
Dos Santos Sourit, Julio.
Profesor Guía: Medina Giacomozzi, Alex.

CHILLÁN 2012

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I	12
Problema y Objetivos de la investigación.....	12
1.1. Antecedentes y Justificación de la Investigación.....	13
1.2. Objetivos:.....	14
1.2.1. Objetivo General.....	14
1.2.2. Objetivos Específicos.	14
CAPÍTULO II	15
Marco Teórico	15
2.1. Concepto de Inversión Extranjera Directa.	16
2.2. Motivos que llevan a la Internacionalización.....	17
2.2.1. Enfoque de aproximación ecléctica.	18
2.2.2. Enfoque de internacionalización	20
2.3. Factores determinantes de las estrategias empresariales.....	21
2.4. Estrategias de internacionalización de la Empresa.	25
CAPÍTULO III	33
Metodología de la investigación	33
3.1. Tipo de investigación.....	34
3.2. Población.....	34
3.3. Muestra.....	35
3.4. Recopilación de datos.	35
3.5. Diseño y análisis.....	36

3.6. Indicador económico.....	37
CAPÍTULO IV.....	40
La Inversión Extranjera Directa en Chile y Brasil	40
4.1. Evolución de IED en Chile.....	41
4.2. La inversión brasileña directa en Chile.....	44
4.3. Evolución de IED en Brasil.....	46
4.4. La inversión chilena directa en Brasil.....	49
CAPÍTULO V.....	54
Identificación de las empresas y sus estrategias de IDE.....	54
5.1. Empresas chilenas con IED en Brasil.....	55
a) Embotelladora Andina S.A.....	55
b) Masisa S.A.....	56
c) Madeco S.A.....	56
d) CMPC.....	57
e) Farmacias Ahumada (FASA).....	58
f) Sonda S.A.....	59
g) Celulosa Arauco y Constitución S.A.....	59
h) Codelco.....	61
i) Cencosud S.A.....	62
j) Enersis.....	62
5.2. Estrategias de IED adoptadas por las empresas chilenas.....	64
5.3. Empresas brasileñas con IED en Chile.....	80
a) Banco Itaú.....	81
b) CVRD Holdings.....	82
c) Gerdau S.A.....	82

d) Constructora Norberto Odebrecht S.A.	82
e) Camil Alimentos S.A.	83
f) Tigre S.A.	83
g) Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobras)	83
h) Rexam Beberage Can South America	84
i) Banco do Brasil S.A.	84
j) Alpargatas Santista Textil S.A./ Icortex S.A.	85
k) Companhia A-Port S.A.(Camargo Corrêa).....	85
5.4. Estrategias de IED adoptadas por las empresas brasileñas.	85
CAPÍTULO VI	92
Análisis estratégico y económico de las empresas	92
6.1. Análisis descriptivo de las estrategias entre las empresas brasileñas y chilenas.	93
6.2. Análisis de la rentabilidad de la matriz en comparación rentabilidad observada en las filiales.	96
CONCLUSION	107
BIBLIOGRAFIA	112
ANEXO N°1	117
ANEXO N°2	117
ANEXO N°3	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Factores determinantes de las motivaciones estratégicas en las economías receptoras.....	23
Tabla 2: Estrategias de entrada en los mercados exteriores	25
Tabla 3: Estrategias de Inversión Externa.....	36
Tabla 4: Estado de resultado para análisis de la rentabilidad	39
Tabla 5: La inversión directa de capitales chilenos en Brasil	51
Tabla 6: Adquisiciones recientes de la empresa Sonda S.A.	71
Tabla 7: Motivaciones de la internacionalización de las empresas chilenas en Brasil	77
Tabla 8: Estrategias de entrada al mercado brasileño de las empresas Chilenas	79
Tabla 9: Inversión empresas brasileñas en Chile a través del D.L. 600, 1974-2010.	81
Tabla 10: Motivaciones de la internacionalización de las empresas brasileñas en Chile	87
Tabla 11: Estrategias de entrada al mercado chileno de las empresas brasileñas	91
Tabla 12: Resumen de las estrategias y motivaciones de las empresas	94
Tabla 13: Rendimiento de las empresas chilenas versus filial en Brasil	104
Tabla 14: Rendimiento de las empresas brasileñas versus filial en Chile.	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ingresos de IDE hacia Chile	43
Gráfico 2: Ingresos de IDE de capitales brasileños en Chile.....	45
Gráfico 3: Ingresos de IDE hacia Brasil.....	48
Gráfico 4: Ingresos de IDE de capitales chilenos a Brasil	50
Gráfico 5: IDE chilena en Brasil por sectores	52
Gráfico 6: Ventas Andina S.A. por país, 2011	65
Gráfico 7: Ventas de Masisa por país, 2011	67
Gráfico 8: Rendimiento de Embot. Andina S.A.....	97
Gráfico 9: Rendimiento de Masisa S.A.....	98
Gráfico 10: Rendimiento de Enersis	100
Gráfico 11: Ingresos Sonda S.A. y Filial en Brasil	101
Gráfico 12: EBITDA Sonda S.A. y filial en Brasil	101
Gráfico 13: Margem EBITDA Sonda Do Brasil	102
Gráfico 14: Rendimiento de Celulosa Arauco y sus filiales brasileñas	103
Gráfico 15: Rendimiento de Banco Itaú S.A.	105
Gráfico 16: Rentabilidad de las empresas y sus filiales	109
Gráfico 17: Promedio entre Matrices y Filiales	110

Agradecimientos

Difícil elegir las palabras correctas para describir tantas emociones encontradas, fueron cinco años y medio de un importante capítulo de mi vida, donde Dios puso en mi camino ángeles para guiarme, una familia que no había tenido la oportunidad de compartir y la cual quiero agradecer en especial a mis tíos Orlando Solís y Anita Iris Sourit, a mi familia en Brasil, gracias por creer que este sueño era posible.

En Brasil suelen decir que “los amigos son la familia que podemos elegir”, es por ello que agradezco a todos los momentos que pude compartir con ellos, gracias a mis maestros de la Universidad del Bío Bío en especial Alex Medina, profesor guía de esta memoria.

Finalmente quiero dedicar esta memoria de título, a Guadalupe L. Sourit Vásquez y Lázaro J. Dos Santos, mis padres que sin ellos nada de eso sería posible, Marco I. León Sourit y Romina T. Dos Santos Sourit, mis hermanos gracias por todo que ustedes representan para en mi vida y Elisa E. Fuentes Garrido, mi pareja, amiga, compañera, profesora, que hace cinco años y medio nos conocimos y desde entonces estuviste cada día a mi lado.

Muchas Gracias.

Julio Jair Dos Santos Sourit.

Agradecimientos

La presente memoria de título marca el final de 5 años y medio de mucho esfuerzo, penas, alegrías y enseñanza, pero el comienzo de una nueva etapa en mi vida.

Es el momento de agradecerles a todos quienes han creído en mi, a todos los que me han acompañado fielmente a través de todo este tiempo en la Universidad, es por ello que comenzaré agradeciendo a quienes incondicionalmente me han dedicado parte de su propia vida, a mi madre, a mis hermanos y mi sobrino Paul, que me apoyaron durante este tiempo, de forma incondicional, entendieron mis ausencias, mis malos y buenos momentos.

Quisiera del mismo modo agradecer a Dios por todas las bendiciones que me ha regalado durante toda mi vida, especialmente durante mi carrera, en la cual siempre me iluminó y me dio las fuerzas necesarias para seguir adelante en los momentos difíciles.

Agradezco a aquella persona que siempre está en mi corazón y que, de alguna manera u otra, aunque no esté con nosotros me han dado fuerzas para continuar siempre adelante... gracias Papi.

Agradezco de manera especial a mi Julio, mi fuente de inspiración, quien se ha convertido en un pilar fundamental en mi vida; gracias por entregarme tu incondicional apoyo, entrega de infinito amor sin necesidad de pedirte, junto con estar siempre dispuesto a compartir mis penas y alegrías a mi lado.

Muchas Gracias.

Elisa Ester Fuentes Garrido

INTRODUCCIÓN

En los últimos años muchas empresas, de nuestro país y el mundo, se han visto sometidas a diferentes presiones para mantenerse vigentes en su mercado de origen. Estas presiones derivan de la creciente competencia, motivada por la apertura económica mundial, innovaciones tecnológicas y por los clientes que cada día poseen necesidades más exigentes.

Pero qué sucede cuando el mercado nacional se encuentra saturado y no hay posibilidades de crecimiento, o es necesario seguir a un importante cliente. Una de las herramientas que las empresas chilenas y extranjeras utilizan para responder esta pregunta es salir a mercados externos, es decir “internacionalizarse”. Esta decisión puede ser una de las más importantes en la trayectoria de la empresa, puesto que supone un gran reto para ella; sin embargo, una correcta formulación de estrategias permite minimizar la incertidumbre que conlleva esta decisión.

Por internacionalización se entiende el conjunto de procesos incrementales desarrollados por una empresa, comprometiendo recursos económicos y humanos, que conducirán a que ésta pueda establecer relaciones comerciales más allá de sus fronteras nacionales. Este conjunto de procesos lleva consigo una serie de decisiones estratégicas, las que se pueden resumir en cuatro puntos importantes. El primero de ellos hace referencia a decidir el tipo de producto, servicio, actividad, etc. que decida expandir internacionalmente la empresa. El segundo se refiere a escoger el lugar correcto donde se internacionalizará la empresa, teniendo en cuenta por ejemplo: El costo de factores productivos, situación política y económica del país de destino. El tercer punto a considerar es la elección correcta de la forma que se utilizará para entrar al mercado internacional; Esta decisión es crucial por el impacto que puede tener sobre los resultados obtenidos en dichos mercados. Por último, el cuarto punto hace

referencia a la temporalidad y la velocidad que tenga la sociedad en el desarrollo de su proceso de internacionalización.

En diversas publicaciones las estrategias de internacionalización han sido clasificadas en base a diferentes niveles de compromiso que dan lugar a grados de control, nivel de riesgo y resultados. Que la empresa seleccione una u otra estrategia dependerá del compromiso, control que quiera tener sobre sus negocios, así como también del riesgo que quiera correr con ellos.

Debido a lo anterior y en especial el tema que tiene relación con la internacionalización a mercados externos, específicamente con la inversión extranjera directa, el capítulo uno de esta memoria se dedica a los antecedentes y justificación de la investigación, teniendo como principal objetivo la “Comparación de las estrategias seguidas y el efecto en los resultado económicos de empresas filiales de Chile en Brasil y de Brasil en Chile que ingresaron por medio de IED a dichos mercados”, a continuación presentamos un breve resumen de los capítulos de esta memoria de título.

En el capítulo dos se definen los principales conceptos de Inversión Extranjera Directa con el objetivo de introducir el tema, luego se explican los motivos que llevan a la Internacionalización de las empresas y, para finalizar, se describen las principales estrategias de internacionalización de las empresas, el objetivo es explicar de qué manera las empresas deciden expandirse internacionalmente, a través de una estrategia u otra. Este capítulo establece las bases teóricas sobre las estrategias de internacionalización existente y para así poseer un conocimiento sobre la identificación de las estrategias de internacionalización que son utilizadas por las empresas chilenas y brasileñas para entrar a mercados externos.

En el capítulo tres tiene por finalidad definir el diseño de la investigación, explicando cada uno de los procesos que se realizaron, con el objeto de obtener

información para identificar la población del estudio, la muestra y su segmentación, el análisis tipo estadístico y ,por último, recopilación de los datos, los cuales son la fundamentación de este trabajo.

En el capítulo cuatro se desarrolla el análisis descriptivo de la evolución de la IED en Chile, además de identificar la inversión proveniente de Brasil. También se realiza un análisis de la evolución de la IED de Brasil y cuanto de esta proviene de Chile.

En el capítulo cinco se lleva a cabo la identificación de las empresas chilenas con IED en Brasil y cuales son las estrategias frecuentemente utilizadas por estas empresas al momento de internacionalizarse. Al mismo tiempo se identificaran las empresas brasileñas que invierten directamente en Chile.

En el capítulo seis se efectúa en análisis descriptivo de las motivaciones de entrada en dichos mercados de las empresas chilenas y las empresas brasileñas, además se realiza una breve comparación de las estrategias de entrada que efectuaron tanto las empresas chilenas como las empresas brasileñas. Se realiza el análisis de rentabilidad de la matriz en comparación con la rentabilidad observada en las filiales.

Por último, se presentarán las conclusiones de la investigación, las limitaciones del estudio, las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

Problema y Objetivos de la investigación.

1.1. Antecedentes y Justificación de la Investigación.

En el marco de la expansión económica mundial a través de la Inversión Extranjera Directa (IED), se decidió investigar a dos países latinoamericanos, Chile y Brasil, donde Chile es un país muy atractivo para los inversores extranjeros debido a su estabilidad económica, sus tasas de crecimiento que muestra una relación IED sobre el Producto Interno Bruto (PIB) superior a los demás países latinoamericanos, además de ser uno de los países más exitosos al momento de atraer flujos de IED, producto de reformas legales e institucionales para liberalizar sus regímenes de IED, lo cual genera confianza y certidumbre para los inversionistas extranjeros y Brasil, el país más grande en economía y población de América Latina. La estabilidad económica, el fortalecimiento de las instituciones políticas y el mercado potencial de consumo, sus bajos costes de materia prima y mano de obra, colocan al Brasil como uno de los principales focos de atracción de capitales extranjeros entre los países emergentes, reteniendo así las miradas de los inversionistas extranjeros a nivel mundial.

La investigación tiene la intención de dar a conocer, cómo es el desempeño de las empresas que deciden internacionalizarse de Chile hacia Brasil y de Brasil hacia Chile, es por esto que se busca evaluar a las empresas chilenas que deciden internacionalizarse en la modalidad de inversión directa a Brasil. Así mismo buscamos determinar si dichas inversiones son rentables para la empresa o si solo es parte de la estrategia de expansión empresarial, con respecto a las empresas brasileñas que deciden venir a Chile, se comparan los resultados entre las filiales instaladas en Chile y la matriz brasileña con el fin de determinar si tales inversiones son significativas para la empresa.

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo General.

Comparar las estrategias seguidas y el efecto en los resultado económicos de empresas filiales de Chile en Brasil y de Brasil en Chile que ingresaron por medio de IED a dichos mercados.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Analizar la evolución o involución de la Inversión Extranjera Directa en Chile realizada por empresas brasileñas.
- Analizar la evolución o involución de la Inversión Extranjera Directa en Brasil realizada por empresas chilenas.
- Identificar las principales empresas protagonistas de la Inversión Extranjera Directa de Chile y Brasil.
- Determinar las principales estrategias seguidas por las principales empresas que efectuaron IED en Chile y Brasil.
- Calcular el beneficio económico obtenido por las empresas que realizan inversión extranjera directa en Chile y en Brasil.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

En el siguiente capítulo se describen las principales formas de Internacionalización de la empresa, el objetivo es explicar de que manera las empresas deciden expandirse internacionalmente, a través de una estrategia u otra. También se incluyen los principales concepto de Inversión Extranjera Directa con el objetivo de introducir más en el tema, luego se explican los motivos que llevan a la Internacionalización de las empresas y para finalizar se describen las principales estrategias de internacionalización.

2.1. Concepto de Inversión Extranjera Directa.

Con el objetivo de ampliar la comprensión de la IED, a continuación se presentan las principales definiciones que han elaborado importantes autores y organismos nacionales e internacionales tales como, Krugman (2006), que define como, “los flujos internacionales de capital mediante los cuales una empresa de un país crea o amplía una filial en otro país”.

FMI (Fondo Monetario Internacional):

“La IED, 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)”, según Manual de Balanza de Pagos. FMI. 5ta Edición, 1994.

UNCTAD (División de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo):

“La inversión extranjera directa refleja el interés de largo plazo de una entidad residente en una economía (inversor directo) en una entidad residente en otra economía (inversión directa). Cubre todas las transacciones entre los inversores directos y la inversión directa, lo cual significa que cubre no sólo la transacción inicial, sino que también las transacciones subsecuentes entre las dos entidades y el resto de empresas afiliadas”.

Para efectos de la investigación la Inversión Extranjera Directa o IED, es un tipo de inversión que consiste en la inyección de fondos extranjeros en una empresa que opera en un país distinto al origen del inversionista. La inversión extranjera directa se realiza por muchas razones, incluyendo para tomar ventaja de los bajos salarios del país, los privilegios especiales de inversión, tales como exenciones fiscales ofrecidas por el país, como un incentivo para ganar acceso libre de aranceles a los mercados del país o la región entre otros.

2.2. Motivos que llevan a la Internacionalización.

La decisión de internacionalización suele responder a una necesidad de la empresa; necesidad que da lugar a una motivación para realizar dichas operaciones en el exterior, estas motivaciones justifican la salida de la empresa del mercado local.

Para analizar los motivos de internacionalización, estudiaremos el proceso qué la empresa debe cumplir para superar los obstáculos y expandirse a los mercados externos.

A su vez Medina (2005), dice que “al tratar de establecer cuáles son los motivos que llevan a una empresa a salir al exterior hay que remitirse, en primer lugar, a la finalidad genérica de toda compañía: cuál es la intención de buscar incrementar su valor económico, lo que la lleva a desarrollar diversas actividades económicas en pos de alcanzar dicha finalidad”.

Por su parte agrega Medina, los motivos que llevan a la internacionalización se pueden orientar hacia el enfoque de aproximación ecléctica que plantean Hirsch (1976), Dunning (1977), y el enfoque de internacionalización donde cada uno de estos enfoques pretende explicar el motivo que llevaría a la empresa a salir fuera de sus fronteras.

2.2.1. Enfoque de aproximación ecléctica.

Este enfoque fue propuesto por su inspirador Dunning (1979 y 1981), trata de construir una teoría general a cerca de los motivos de la internacionalización de la empresa y es una propuesta fundamentalmente integradora. No obstante ser la propuesta más relevante de todas, es importante referirse brevemente a todos aquellos enfoques que pueden ser clasificados dentro de este ítem, como es el enfoque decisional de Hirsch, enfoque ecléctico de Dunning, y enfoque de la ventaja competitiva, los cuales en general están relacionados entre sí.

Enfoque de aproximación ecléctica de Hirsch

Para internacionalizarse se debe cumplir:

a) Ventaja comparativa dinámica:

Estrechamente relacionado con el costo de comercialización en el mercado del país de origen con el costo de comercialización de la exportación. Es decir, los costos de comercialización en el mercado del país de origen sean mayores a los costos de exportación.

b) Ventaja específica de la empresa:

Directamente vinculado a una ventaja organizacional, tecnológica o comercial de la empresa, vale decir que no es imitable por otra, por lo tanto para la empresa que no la posee, esto representa un costo.

c) Ventaja del costo de internalización:

Se comparan los costos de internalización del país de origen con los costos de internalización de la actividad exterior, buscando que comprar en el país de destino es más asequible que en el mercado local. Ampliando la posibilidad de la inversión directa.

Enfoque de aproximación ecléctica de Dunning

Para la internacionalización de la empresa existen:

a) Ventaja específica:

La empresa debe poseer una ventaja específica frente a sus competidores dentro y fuera del país, esta ventaja debe o se espera que sea perdurable lo más posible en el tiempo, para poder diferenciarse de las empresas competidoras.

b) Ventaja de internalización:

La empresa que posea una ventaja específica, deberá decidir si desea internalizarla, buscando mayores beneficios, los que pueden ser de rentabilidad en los nuevos mercados mediante la exportación, la relación contractual o la inversión directa en el extranjero.

c) Ventaja de localización:

Todas estas ventajas especificadas por Dunning van de la mano una de otra, es así donde en este punto la empresa decide por la opción de inversión directa, analizando en qué lugar reporta mejores y mayores ventajas para instalarse en el extranjero.

Según Hirsch y lo reafirma Dunning, la existencia de ventajas específicas de la empresa es una condición determinante para su salida al exterior.

Siguiendo con lo anterior Medina (2005), expone propuestas que permitirían comprender los motivos que impulsan a las empresas a la salida de sus propias fronteras nacionales, de las cuales se consideran: Menores costos de localización y menores costos de transacción.

2.2.2. Enfoque de internacionalización

Menores costos de localización

En este caso, la empresa ubica sus actividades en donde estas tengan menores costos, lo cual puede explicar el motivo de por qué muchas empresas salen de sus propias fronteras. Es importante indicar que dicho enfoque parte de considerar al país cuyo destino son las actividades de la empresa y no al país de origen. Los factores de localización de uno u otro país pueden traducirse en ventajas de localización para una empresa, lo cual podría llevar a esta entidad a extender su actividad a un tercer país.

Así también Medina (2005), cita a Buigues y Jacquemin (1992), que en este entendimiento han reconocido dos tipos de localización estrechamente ligadas entre sí, estas son:

- a) Aquellas basadas en las propias características de los países que permiten mejorar la eficiencia de la propia empresa al internacionalizarse.
- b) Las basadas en el comportamiento estratégico de la empresa internacionalizada para defender o aumentar su poder de mercado.

Menores costos de transacción

Medina (2005), cita a Alonso (1994), y éste define “este enfoque plantea que la empresa crece internalizando mercados hasta el punto de lograr que los beneficios de esta acción compensen a sus costos, lo cual puede llevarla a buscar su salida fuera de sus fronteras para lograr este equilibrio”.

Así también Durán (2001), pronuncia “la empresa busca distribuir directamente sus productos y/o servicios en el exterior, ya sea mediante exportaciones o producción en el exterior, para incrementar el volumen total de ventas y así lograr minimizar sus costos de transacción”.

Según Buckley y Casson (1976), el crecimiento de la empresa a partir del concepto de internalización de los mercados, se basa en, “una transacción se internaliza sólo cuando los beneficios derivados de la internalización superan a los costos de la misma”. Siguiendo con el mismo lineamiento Galán y González (2000), señalan que se trata de economizar los costos de transacción, que son altos en el mercado en situaciones de incertidumbre, asimetrías de información, escasez de contratantes, racionalidad limitada o activos específicos, favoreciéndose el riesgo de comportamientos oportunistas, lo que unido a la frecuencia de la transacción provocan que la internalización pueda ser una mejor solución que el mercado.

2.3. Factores determinantes de las estrategias empresariales.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha desarrollado sobre la base de lo propuesto por John Dunning (1980, 1988), cómo identificar los factores determinantes que utilizan las empresas a la hora de utilizar diferentes estrategias de internacionalización:

- 1) Búsqueda de recursos naturales: explotar recursos naturales en terceros países;
- 2) Búsqueda de eficiencia: producir a bajo costo para exportar a otros mercados;
- 3) Búsqueda de mercados: producir y vender productos y servicios en mercados locales o regionales.
- 4) Búsqueda de activos estratégicos: tener acceso a activos, como el conocimiento, la tecnología de punta o los recursos humanos calificados.

Tabla 1: Factores determinantes de las motivaciones estratégicas en las economías receptoras

Estrategia de ID E	Principales Determinantes	Beneficios Potenciales	Posibles Dificultades
Búsqueda de Recursos Naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Abundancia y calidad de los recursos naturales • Acceso a los recursos naturales • Tendencias de los precios internacionales de los productos básicos • Regulación ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de las exportaciones de recursos naturales • Mejoramiento de la competitividad internacional de los recursos naturales • Alto contenido local de las exportaciones • Empleo en áreas no urbanas • Ingresos fiscales (impuestos y regalías) 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades que operan en forma de enclaves y no integran a la economía local • Bajo nivel de procesamiento local de los recursos • Precio internacional cíclicos • Bajo ingreso fiscales por recursos no renovables • Contaminación ambiental
Búsqueda de mercados	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño del mercado, ritmo de crecimiento y poder de compra • Nivel de protección arancelaria y no arancelaria • Barreras a la entrada • Existencia y costo de los proveedores locales • Estructura de mercado (competencia) • Requisitos locales de regulación y supervisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas actividades económicas locales • Incremento del contenido local • Profundización y creación de encadenamientos productivos • Desarrollo empresarial local • Mejoramiento de los servicios (calidad, cobertura y precio) y de la competitividad sistémica 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos costos locales de producción y provisión de servicios • Débil competitividad internacional • Producción de bienes y servicios sin competitividad internacional (alejados de la clase mundial) • Problemas regulatorios para los servicios • Disputas provenientes de obligaciones internacionales de inversión • Desplazamiento de empresas locales

<p>Búsqueda de eficiencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a mercados de exportación • Calidad y costo de los recursos humanos • Calidad y costo de la infraestructura física (puertos, caminos, telecomunicaciones) • Logística de servicios • Calidad y costo de los proveedores locales • Acuerdos internacionales de comercio y de protección a la inversión extranjera 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de las exportaciones de manufacturas • Mejoramiento de la competitividad internacional de las manufacturas • Transferencia y asimilación de tecnología • Capacitación de recursos humanos • Profundización y creación de encadenamientos productivos • Desarrollo empresarial local • Evolución de plataforma de ensamblaje a centro de manufacturas 	<ul style="list-style-type: none"> • Estancamiento en la trampa del bajo valor agregado • Concentración en ventajas estáticas y no en las dinámicas • Limitados encadenamientos productivos: dependencia de importaciones de componentes en las operaciones de ensamblaje • Limitado avance en materia de creación de aglomeraciones productivas • Desplazamiento de empresas locales • Reducción de los estándares (race to the bottom) en lo que respecta a los costos de producción (salarios, beneficios sociales y tipo de cambio) • Aumento de incentivos (race to the top) en materia de impuestos e infraestructura
<p>Búsqueda de activos estratégicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de activos específicos requeridos por la empresa • Base científica y tecnológica • Infraestructura científica y tecnológica • Protección de la propiedad intelectual 	<ul style="list-style-type: none"> • Transferencia de tecnología • Mejoramiento de la base y la infraestructura científica y tecnológica • Desarrollo logístico especializado 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja propensión a la inversión tecnológica • Estancamiento en un cierto nivel del desarrollo científico y tecnológico • Tensión con objetivos nacionales de ciencia y tecnología

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

2.4. Estrategias de internacionalización de la Empresa.

La internacionalización de empresas consiste en el proceso mediante el cual una empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países.

Las empresas tienen varios caminos para empezar sus actividades a nivel internacional, teniendo en cuenta distintas opciones en función del control que tiene la empresa en su actividad exterior, el riesgo que asume y los recursos que emplea en su expansión internacional.

El proceso de internacionalización según Medina (2005), puede ir desde la exportación, la relación contractual con el exterior hasta la inversión externa (Tabla 1), por lo que corresponde dar una estructura y clasificación a estas tres formas que pueden seguir toda empresa en su afán de cruzar las fronteras nacionales.

Tabla 2: Estrategias de entrada en los mercados exteriores

Exportación	Exportación Directa Exportación Indirecta
Relación Contractual con el exterior	Exportación con representante en el exterior Licencia al Exterior Franquicias al Exterior Contratos de fabricación en el exterior Contratos de gestión en el exterior
Inversión Externa	Inversión en filial Inversión mixta (Joint Ventures) Oficina de representación en el exterior Consortios en el exterior

Fuente: Elaboración propia a partir de Johnson y Scholes (1999) y Bueno (1996).

Se procederá a exponer brevemente las características de cada una de estas estrategias de entrada a los mercados externos, de acuerdo a lo planteado por Medina (2005) y Jara (2000).

Exportación

Según Medina (2005) define la exportación como: “La forma de internacionalización más común de la empresa y requiere de una inversión comparativamente baja al relacionarla con las otras modalidades de salida al exterior, por lo que en este contexto las opciones de una empresa para exportar, ya sean productos y/o servicios, van de la exportación indirecta a la directa”.

Así también Jara (2000) y Calvo (1993), definen a la exportación como: “La estrategia más común para penetrar mercados extranjeros. Infiere que esta alternativa es el primer paso que las entidades dan en el largo proceso de internacionalización, y para ellos existen dos alternativas de exportaciones: en forma directa o indirecta”.

a) Exportación directa

Según Jara (2000), “La característica de este tipo de exportación radica en que la gestión de promoción y comercialización de los productos es realizada por la propia empresa, ya sea a través de su propio departamento de comercio exterior o mediante la creación conjunta de una entidad especializada en el tema (Consortios de Exportación). Esta alternativa permite a las unidades económicas un mayor conocimiento y control sobre sus operaciones internacionales”.

En tanto Medina (2005), la define como “La modalidad más compleja que la exportación indirecta, ya que la propia empresa se encarga de la gestión de exportación en su totalidad, tanto en el país de origen como de destino, por lo que ella asume toda la responsabilidad. Es importante indicar que la modalidad de

venta al exterior puede revestir diversas formas, de acuerdo a la realidad de cada empresa exportadora en su relación con sus mercados de destino”.

b) Exportación indirecta

“Para la pequeña y mediana empresa las exportaciones son la solución al problema de la internacionalización, principalmente atendiendo a sus bajos requerimientos de recursos y a la gran posibilidad de adquirir nuevos conocimientos (relacionados con comercio exterior) claves para el desarrollo de nuevas estrategias internacionales” expresa Jara (2000).

A su vez Jara (2000) “En esta fórmula de internacionalización la empresa no se compromete en las tareas de comercialización y marketing de sus productos en los mercados de destino, tareas que son encomendadas a empresas intermediarias de comercio exterior. Esta alternativa proporciona un bajo control sobre las operaciones internacionales y un menor conocimiento de la actividad internacional”.

Según Medina (2005) la expresa como “La forma más simple de internacionalización de la empresa, ya que se realiza en forma indirecta, es decir, por intermedio de una tercera empresa, que es en realidad la que está exportando, no obstante, el hecho de que parte o incluso toda la producción vaya al exterior, implica que también esta empresa productora se está internacionalizando”.

Relación contractual con el exterior

La relación contractual es otra forma de internacionalización de la empresa la cual implican la cesión a otra empresa ubicada en el país de destino, de determinados derechos que son propios de una empresa, quedando el beneficiario obligado a las condiciones establecidas del contrato y a cubrir la paga en la forma y montos acordados.

a) Exportación con representante en el exterior

“Esta modalidad es similar a la exportación directa, pero a diferencia de ella aquí existe un contrato con otra empresa la cual es importadora y distribuidora, y se encuentra ubicada en el país de destino para la venta de los productos exportados, por lo cual establece una relación constante en el tiempo y mayor seguridad en la colocación de los productos en el mercado de destino”, Medina (2005).

b) Licencia al Exterior

“Supone un acuerdo contractual que permite al adquirente acceder a un conocimiento protegido (generalmente incorporado en un activo intangible, en un proceso de producción o en una marca) a cambio de satisfacer una determinada compensación, que se define en función de las ventas”. Jara (2000).

“Es la facultad o permiso que la empresa concede a otra entidad ubicada en un tercer país para la realización de determinadas actividades, procesos o productos, según las condiciones establecidas en la respectiva licencia”. Medina (2005).

c) Franquicias al Exterior

“Suele cederse no sólo un conocimiento, sino también una forma de organizar el negocio, un nombre comercial y una tecnología de gestión”. Jara (2000).

“Es el derecho que se entrega a una empresa ubicada en un tercer país con la finalidad de que ésta inicie determinadas actividades, como la producción, distribución o venta, pero en donde el franquiciador es responsable de la marca u

otros aspectos estratégicos de los productos o procesos franquiciados”. Medina (2005).

d) Contratos de fabricación en el exterior

“Es el acuerdo plasmado en un contrato, en donde una determinada empresa entrega el derecho a fabricar y vender en un tercer país sus propios productos (o partes o piezas de ellos) a otra (subcontratación), ubicada en ese país, quedando esta última sujeta a las condiciones y obligaciones expuestas en el respectivo contrato”. Medina (2005).

e) Contratos de gestión en el exterior

Es el acuerdo establecido mediante el cual una empresa entrega la gestión de su actividad empresarial a otra empresa ubicada en un tercer país, de acuerdo a las propias condiciones y obligaciones del contrato. Medina (2005).

Inversión Directa en el Exterior (IDE)

Bajo esta modalidad la empresa compromete en el exterior sus propios recursos, es la opción más arriesgada, pero es la más rentable a largo plazo y por ello, las empresas con mayor experiencia internacional suelen preferirlas (Pla Barber y León, 2004: 74).

Jarillo (1991:90) en esta estrategia genérica de internacionalización considera que el establecimiento de una filial de ventas con su almacén, una delegación u oficina de representación, pueden ser clasificadas como una inversión directa extranjera, pero sin duda de menor monto.

A diferencia de las dos estrategias anteriores, la inversión directa representa un riesgo muy elevado, ya que hay que incurrir en mayores costos para

la empresa que debe adquirir otra en su totalidad o en una parcialidad que permita ejercer el control de la empresa en otro país o invertir una cantidad de dinero en crear una empresa en el país de destino, pero proporciona un mayor control de las operaciones internacionales. De esta forma las alternativas de inversión en el exterior son:

a) Inversión en filial:

Las empresas pueden crear un establecimiento propio en otros mercados de dos formas (Nieto y Llamazares, 1997):

- Adquiriendo total y/o parcialmente (pero en todo caso una participación mayoritaria que garantice el control) otra empresa ya existente.
- Creando una nueva empresa.

La primera es una forma mucho más rápida de introducirse en el mercado que la segunda. La empresa que adquiere a otra obtiene una gestión nacional, un conocimiento local y contactos con el mercado y el gobierno del país, por lo tanto tiene una inserción más rápida al mercado del país elegido para internacionalizarse.

Por otro lado, al crear una nueva empresa se tiene más libertad para enfrentarse competitivamente al mercado. Por ejemplo, si se constituye una nueva planta se podrán incorporar los equipos más modernos y las últimas tecnologías, también se pueden evitar problemas laborales así como las prácticas de la empresa que fue adquirida.

“Una filial es una compañía local sujeta a la ley del país en que se instala, y cuyo capital es propiedad de una compañía matriz radicada en el extranjero. Esta fórmula de internacionalización es básicamente destinada a la gran empresa,

debido a la elevada inversión que compromete” Jara (2000), de tal manera “pueden obtener una filial creando una empresa nueva en el tercer país o comprando una empresa ya existente en dicho país”, Medina (2005).

En general, las filiales pueden ser clasificadas según la naturaleza de sus operaciones o papel funcional. Se puede distinguir entre las siguientes clases de filiales, Durán, J. (2001): comerciales, de fabricación, de investigación y desarrollo, financieras, instrumentales. Asimismo, desde el punto de vista de la interrelación con otras unidades de la empresa matriz, se pueden diferenciar de la siguiente manera:

a) Filial cuasi-autónoma. Existe un dominio de las relaciones con agentes externos a la empresa matriz. Las relaciones con la empresa matriz u otras filiales son de índole financiera y administrativa.

b) Filial integrada en el sistema corporativo de la empresa multinacional en el sentido de que tanto sus inputs como sus outputs dependen de las otras filiales y elementos o unidades de la propia multinacional. Corresponde a una estructura de tipo divisional.

b) Inversión mixta (joint ventures):

“Una empresa mixta es una compañía en la que participan con voluntad de permanencia, dos o más agentes procedentes de países distintos. Es ésta, una de las formas de presencia internacional más utilizadas”. Entre sus ventajas se encuentran las siguientes según Jara (2000):

- Se consigue una mayor permisividad de los gobiernos locales, que son menos reacios a esta fórmula compartida, en comparación con opciones como la filial.

- Permite una más fácil transferencia de recursos y capacidades tecnológicas y de gestión por parte de los socios comprometidos.
- Disminuye el volumen de recursos financieros que son necesarios por parte de la empresa internacional para poner en marcha el proyecto empresarial.

En tanto Medina (2005) lo define como “Acuerdos entre dos o más empresas, en los cuales cada una mantiene su independencia, con la finalidad de crear una nueva organización en un tercer país distinto a la de las entidades matrices, lo que implica la inversión de una significativa cantidad de dinero. Esta inversión, desde el punto de vista de la empresa inversora, puede ser minoritaria o mayoritaria”.

c) Oficina de representación en el exterior:

“Esto es una extensión de la propia empresa en el mercado de un tercer país, mediante la implementación de una estructura organizativa que represente sus intereses comerciales en dicho país, lo cual requiere realizar las inversiones necesarias para su constitución y el desarrollo de sus actividades”, Medina (2005).

d) Consorcios en el exterior:

“Los consorcios pueden implicar a dos o más empresas que mantienen un contrato de Joint Venture en el exterior, y suelen estar centrados en un proyecto concreto de gran envergadura, y que requieren además de elevadas inversiones, que una empresa en particular o un grupo de ellas es muy difícil que puedan llevar a cabo”, Medina (2005).

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

El siguiente capítulo tiene por finalidad definir el diseño de la investigación, explicando cada uno de los pasos que se realizaron con el objeto de obtener información para identificar la población del estudio, la recopilación y análisis de datos para la obtención de la muestra, y por último determinar la forma de cálculo de los indicadores económicos para efectos de análisis de las empresas. A continuación se da conocer de manera amplia los distintos elementos de la metodología utilizada.

3.1. Tipo de investigación.

El análisis desarrollado en esta investigación es de tipo descriptivo y cuantitativo. Dentro de la parte descriptiva el propósito es investigar e identificar las estrategias de internacionalización por medio de la inversión directa utilizadas por las sociedades, chilenas y brasileñas, realizando una breve comparación entre las estrategias más utilizadas por las empresas, para ello se utilizaron variables cualitativas, estas variables expresan distintas cualidades o características de cada una de las sociedades utilizadas en la investigación, estas características serán denominadas como atributos. Los atributos serán las motivaciones y las formas inversión directa que utilizan las sociedades al entrar a los mercados externos.

Lo que corresponde a la parte cuantitativa se busca evaluar el efecto en el beneficio económico de empresas filiales chilenas en Brasil y de filiales brasileñas en Chile que ingresaron por medio de IED a dichos mercados, en base a un análisis objetivo de los estados financieros de la respectiva muestra.

3.2. Población.

La población utilizada en este estudio, son las empresas chilenas que realizaron inversión directa en Brasil y las empresas brasileñas que realizaron inversión directa en Chile.

3.3. Muestra.

El tipo de muestreo desarrollado fue no probabilístico según criterio del investigador ya que las sociedades que conforman la muestra final se eligieron por la accesibilidad a la información requerida para llevar a cabo el estudio, de acuerdo a las fuentes de información seleccionadas. Para ello la segmentación de la muestra se realizó considerando los siguientes criterios:

Sociedades Anónimas internacionalizadas, contenidas en la Súper Intendencia de Valores y Seguros en el caso chileno y en la Bolsa de Valores de São Paulo en el caso Brasileño. Además sólo se consideró aquellas sociedades que publican sus memorias o informes anuales correspondientes al periodo del 2006 al 2010, también se consideró la información publicada en su página Web, con la finalidad de extraer los antecedentes que permitan identificar las estrategias de internacionalización de las empresas y los estados financieros de las empresas, para el análisis de la rentabilidad económica.

No se consideraron, para el análisis de rentabilidad, aquellas empresas cuya la información aparece incompleta o que dentro de su información no se detallará a nivel de filial, debido a que no se cumpliría con el objetivo de analizar y comparar la rentabilidad económica entre la matriz versus la filial.

3.4. Recopilación de datos.

Para la recopilación de datos se procedió a trabajar con fuentes secundarias de información objetivas y confiables que poseen ambos países. Para ello, la fuente de información utilizada fue la base de datos de la Súper Intendencia de Valores y Seguros (SVS) en el caso chileno y la Bolsa de Valores de São Paulo en el caso brasileño, también se consideró utilizar la información publicada en la página web de las propias empresas para identificar las

estrategias de inversión directa que llevan a cabo las empresas (véase Tabla 3) y evaluar la rentabilidad económica de matriz versus filial internacionalizada.

Tabla 3: Estrategias de Inversión Externa

Inversión Externa	Inversión en filial	Según su naturaleza	Comercial Fabricación Investigación y desarrollo Financiera Instrumental
		Según su interrelación	Cuasi-Autónoma Integrada
	Inversión mixta (Joint Ventures)		
	Oficina de representación en el exterior		
	Consortios en el exterior		

Fuente: Elaboración propia a partir de Johnson y Scholes (1999), Bueno (1996) y Durán (2001).

Para evaluar la evolución o involución de la inversión directa en ambos países recopilamos información secundaria de distintas organizaciones involucradas en el proceso de internacionalización de las empresas tales como: la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Comité de Inversiones Extranjeras, el Banco Central de Chile, DIRECON en Chile, y en Brasil nuestra principal fuente de información es el Banco Central do Brasil.

3.5. Diseño y análisis

Para identificar las estrategias de internacionalización específicamente de inversión directa que llevan a cabo las empresas, se centró en la información proveniente principalmente en las memorias desde 2006 a 2010 de las empresas obtenidas de la página Web de la Superintendencia de Valores y Seguros, Bolsa de Valores de São Paulo y fuentes de información adicional (página Web de la empresa y estudios relacionados).

Luego de obtener la información necesaria para identificar las estrategias de cada empresa se realiza una comparación descriptiva de estas, para eso separamos el proceso de internacionalización en dos grupos, 1) las motivaciones, por la cual conlleva a las empresas elegir el país de destino de las inversiones y 2) las estrategias, que adoptan en dicho mercado, para hacer que su filial sea competitiva en el país de destino.

Luego de analizar las motivaciones y las estrategias de las empresas se observa que estas pueden tener más de una motivación para ingresar a los mercados y adoptar más de una estrategia para hacer competitiva su filial (ver anexo 3), es por ello que se procedió a agrupar las motivaciones y estrategias por país, luego se calcula el porcentaje en base al total de motivaciones y de estrategias, para así multiplicar el factor por la cantidad de empresas internacionalizada en cada país, con el objetivo de conocer con exactitud la cantidad de empresas que elegirían una y solo una de cada motivación y estrategia.

Se analiza la rentabilidad económica tanto de la matriz como de la filial, observando los efectos ya sean negativos o positivos para las empresas versus filiales. Para hacer ese análisis utilizamos los activos totales individuales de la matriz y los activos totales de la filial, además de utilizar Beneficio Antes de Interés e Impuesto (BAIT), (ver Tabla 4), como alternativa al no poseer estos datos utilizaremos los ingresos de la compañía generados por país evaluando así el peso que tiene la filial sobre los ingresos totales de la empresa, además se analizará el EBITDA y el margen EBITDA en caso necesario.

3.6. Indicador económico.

En los siguientes ítems se da a conocer una descripción del indicador económico y el desarrollo de manera amplia de los elementos que conforman la rentabilidad económica.

El rendimiento, también denominado rentabilidad económica, es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Se toma el BAIT para evaluar el beneficio generado por el activo independiente de cómo se financia el mismo, sin tener en cuenta los gastos financieros. El estudio del rendimiento es un indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina como carácter general si una empresa es rentable o no económicamente. La rentabilidad económica relaciona un concepto de resultado antes de intereses, con la totalidad de las inversiones empleados en su obtención, por lo que representa, el rendimiento de la inversión de la empresa.

Para efectos de esta memoria la rentabilidad económica o rendimiento viene dado por el siguiente indicador:

$$r = \frac{\textit{Beneficio antes de interes e impuestos}}{\textit{Activo Total}}$$

La rentabilidad económica o rendimiento como cociente entre el *BAIT* y el *activo operacional*, puede descomponerse, multiplicando el numerador y el denominador por las ventas y mediante esto se genera dos ratios, el margen de beneficio sobre las ventas y la rotación del activo total. Siendo esto un nivel de análisis más profundo de los elementos que forman el rendimiento.

En base a lo anterior, la rentabilidad económica se descompone como lo indica la siguiente expresión:

$$\frac{\textit{BAIT}}{\textit{Activos Total}} = \frac{\textit{BAIT}}{\textit{Ventas}} \times \frac{\textit{Ventas}}{\textit{Activos Total}}$$

$$\textit{Rendimiento} = \textit{Margen sobre ventas} \times \textit{Rotacion de activos}$$

Al proceder de esta forma hemos descompuesto la rentabilidad (*r*) en el producto de dos componentes, margen sobre ventas y rotación de activos.

Según González Pascual, Julián (1995), la rentabilidad económica genera cambios provocado por las siguientes partidas:

- Aumentando el margen, siempre que la rotación permanezca invariable.
- Aumentando la rotación, siempre que el margen permanezca invariable.
- Disminuyendo cualquiera de las dos magnitudes siempre que, alternativamente, se produzca un incremento tal en la otra magnitud, de cuyo producto se deduzca una tasa de rendimiento mayor.

Para realizar el análisis de la rentabilidad y sus distintos elementos se considera la siguiente nomenclatura para su cálculo:

Tabla 4: Estado de resultado para análisis de la rentabilidad

Ingresos de explotación	(+)	V
Costos de explotación	(-)	CV
Margen de contribución	(=)	MC
Gastos fijos de operación	(-)	GFO
Resultado de explotación	(=)	BAITop
Resultados no operacionales	(±)	Bno
Beneficio antes de intereses e impuestos	(=)	BAIT
Gastos financieros	(-)	GF
Beneficio antes de corrección monetaria	(=)	BACM
Corrección monetaria	(±)	CM
Beneficio antes de impuesto a las utilidades	(=)	BAT
Impuesto a la utilidad	(-)	IU
Beneficio del ejercicio	(=)	BDT
Interés minoritario	(-)	IM
Beneficio después de interés minoritario	(=)	BDIM

Fuente: Medina, Alex (2009).

CAPÍTULO IV

La Inversión Extranjera Directa en Chile y Brasil

En el presente capítulo se desarrolla el análisis descriptivo de los flujos de IED en Chile desde 1990 al 2010, donde se describen los sucesos más importantes que han generado dichos montos durante este periodo, además de identificar la inversión proveniente específicamente de Brasil.

Igualmente se realiza un análisis de los flujos de entrada de IED en Brasil durante el mismo periodo y se identifica cuanta es la inversión materializada de Chile hacia este país.

4.1. Evolución de IED en Chile.

La evolución de la IED en Chile a comienzos de la década de 1990, según la CEPAL 2000, se vio fuertemente consolidada, con el retorno de la democracia y los positivos indicadores macroeconómicos de la economía chilena. Así, el programa de conversión de deuda externa en capital permitió una rápida reincorporación de Chile a los círculos empresariales internacionales, atrayendo recursos financieros a nuevos sectores (agroindustria, celulosa y papel) de inversionistas poco comunes en el ámbito latinoamericano (Nueva Zelandia, Australia, Arabia Saudita, etc.); y las inversiones hacia las actividades tradicionales, en particular la minería, encontraron condiciones apropiadas para iniciar un ciclo de grandes inversiones que se extendió durante los años noventa casi en su totalidad.

En la segunda mitad de los 90, las entradas de IED continuaron creciendo, alcanzando un punto máximo en 1999 con una entrada de 8.761 millones de dólares, la explicación de este aumento radica en las entradas de recursos destinados a fusiones y adquisiciones de empresas chilenas, como es el caso de las compañías eléctricas (CEPAL, 1998). Para fines de la década, la masiva llegada de IED hacia actividades de servicios comenzó a definir un renovado patrón de la presencia de las empresas transnacionales en la economía chilena.

Con la llegada del nuevo milenio la IED muestra una disminución en el flujo observado importante entre el 2000 al 2003, como resultado del término de del ciclo de los mega proyectos mineros y de la reducción de las fusiones y adquisiciones en servicios (véase el gráfico 1).

En el 2004, la entrada de IED a Chile nuevamente empezó a mostrar un aumento. Esto reflejó un incremento de las fusiones y adquisiciones, además del desarrollo de nuevos proyectos en los sectores de la minería, telecomunicaciones e infraestructura, actividades que no fueron igualmente exitosas durante el 2005, en que se reflejó más bien una continuidad de los proyectos iniciados en períodos anteriores.

Para el año 2009, Chile recibió 12.702 millones de dólares por concepto de IED, un 16% menos que en 2008. A pesar de la caída, esta cifra es el segundo mayor flujo de IED recibido por el país, lo que representa un buen resultado si se consideran las condiciones económicas y la incertidumbre que imperó en 2009. Se estima que la mayor parte de la IED se dirigió al sector de servicios, donde se destaca la compra de la cadena chilena de supermercados Distribución y Servicio S.A (D&S) por parte de la estadounidense Wal-Mart. La IED en minería, una de las principales actividades receptoras, tuvo una caída importante del 57% a consecuencia de los bajos precios del cobre prevalecientes en la mayor parte de 2009.

Ante todo lo anterior Chile sigue siendo un destino de inversión atractivo debido a sus políticas sólidas. Chile clasificó en el lugar 28 en el Informe de Competitividad de Crecimiento del Foro Económico Mundial 2008/09 y en el lugar 39 en su Informe de Tecnología de la Información Global 2008/09, 40 en el Informe de Hacer Negocios del Banco Mundial 2008, 23 en el Índice de Percepción de Corrupción 2008 y 11 en Libertad Económica 2009. Chile obtuvo las mejores clasificaciones entre todos los países latinoamericanos.

Gráfico 1: Ingresos de IDE hacia Chile



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Central de Chile.

4.2. La inversión brasileña directa en Chile.

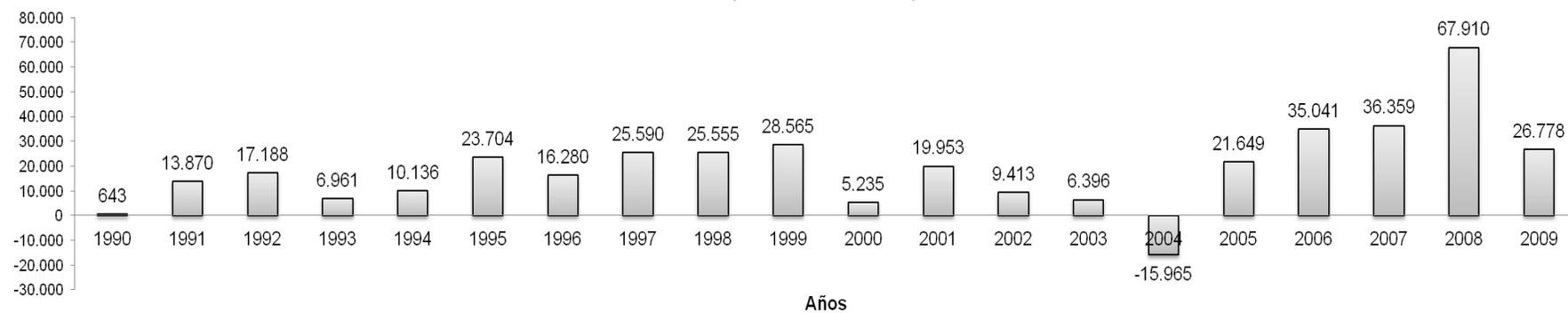
Luego de la promulgación del D.L. 600 (1974) la IED comenzó a mostrar un dinamismo en la economía chilena. No obstante la apertura económica de los años setenta incidió positivamente en la atracción de capitales extranjeros, las inversiones brasileñas no han mostrado el mismo dinamismo y representan solo un 0,5% del total. Puede observarse un ligero crecimiento de la IED a partir de 1990, pero ese crecimiento cae repentinamente para el año 2000 con la economía mundial siendo afectada por la “Crisis Asiática”. Para el año siguiente las inversiones por empresas brasileñas vuelven a repuntar, pero no con la misma intensidad de los años anteriores a la crisis.

Es por todo lo anterior que la inversión empieza a decaer llegando para el año 2004 al punto más bajo, una de las causas de esa desinversión está explicada en el mercado interno brasileño, que durante ese periodo obtiene un gran crecimiento económico, atrayendo muchas empresas transnacionales, obligando que algunas empresas brasileñas tengan que repatriar capitales invertidos en el extranjero para defender su posición en el mercado local, para los años que siguen la inversión brasileña sigue aumentando llegando a su punto más alto en 2008, antes de estallar la “Crisis Inmobiliaria” de Estados Unidos.

Sin embargo cabe destacar que parte importante de los capitales de origen brasileño se invierte a través de terceros Estados (Islas Caimán, Bahamas, etc.), por lo que subvaloran el monto real de la inversión brasileña materializada. Existen procedimientos de inversión que no son informados en el país, como son la transferencia de los activos del Bank of América al Banco Itaú, según López y Muñoz, 2008. La escasa afluencia de capitales brasileños al país obedece a diversas razones, una de esas es que los países latinoamericanos son clasificados como inversionistas tardíos a raíz de la crisis de la deuda de los años ochenta y el costo de recuperación que esta significó para ellos. Según Krug y Trevino (2007) la situación político-social continúa siendo un obstáculo para la llegada de IED en los países de Latino América.

Gráfico 2: Ingresos de IDE de capitales brasileños en Chile

INGRESOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA MATERIALIZADA DE CAPITALES BRASILEÑOS HACIA CHILE
(miles de dólares)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Central Do Brasil.

4.3. Evolución de IED en Brasil.

La situación política y económica de Brasil a principios de los años 90 era catastrófica, con una hiperinflación descontrolada, bajos niveles de empleabilidad y un bajo crecimiento económico, hacían que Brasil fuera un país poco atractivo para los capitales extranjeros. En los comienzos del mandato de Fernando Collor de Mello se adoptan medidas para el control de la inflación que se hizo llamar "Plan Collor", esa medida logra frenar la inflación de Brasil, pero debido a la inestabilidad política la inflación vuelve aparecer y con ella muchas debilidades del gobierno culminando con la renuncia de Fernando Collor de Mello en diciembre de 1992, asumiendo el cargo de Presidente de la República Itamar Franco, que en ese entonces era vicepresidente de Brasil.

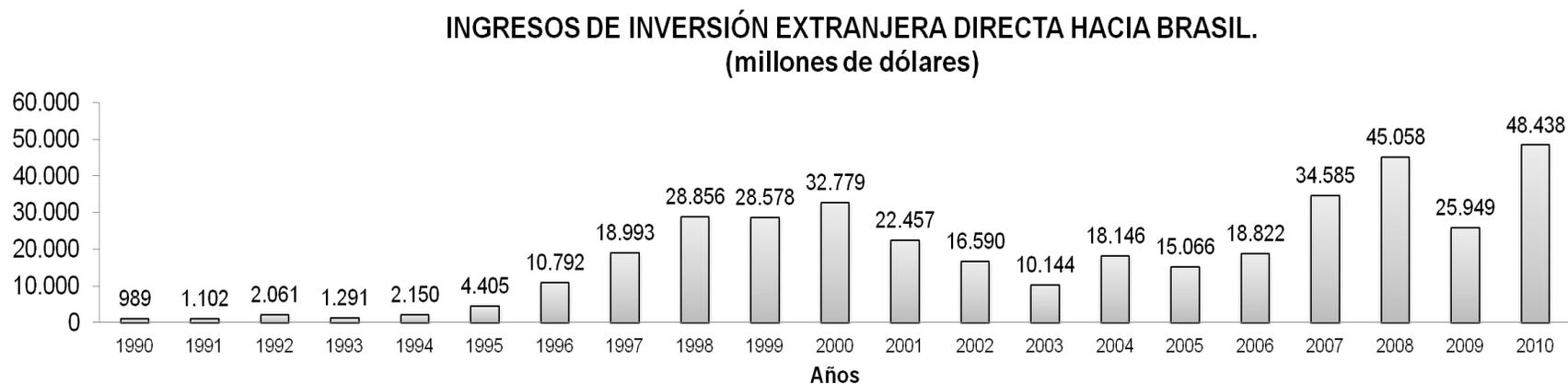
Con el nuevo presidente determinado a controlar la inflación y reactivar la economía, empiezan a poner en marcha el denominado "Plan Real", que luego de tres etapas entra en vigor por completo el año de 1994, bajo el gobierno de Fernando Henrique Cardoso. El "Plan Real" tenía una meta clara, controlar la inflación, estabilizando así la economía brasileña, el plan logra una reducción abrupta de la inflación, de un ritmo de inflación mensual promedio de 43,1% durante el primer semestre de 1994, se pasó a uno de 3,1% en el segundo semestre, y a 1,7% en 1995, finalmente Brasil logra estabilizar su moneda y empieza con una política de privatización con el objetivo de atraer inversiones extranjeras al país.

Con la inflación controlada, ocurre una apreciación de la moneda, lo que hace que el gobierno tenga que elevar la tasa de interés para frenar el consumo, con eso además se le suma la enorme cantidad de entrada de capitales al país, permite que Brasil siga creciendo y a la vez aumentando sus reservas de capitales, ese incremento de las reservas prosigue hasta estallar la crisis asiática, en donde el gobierno brasileño tuvo que financiar a través de instrumentos de deuda a las empresas.

La crisis asiática afecta gravemente la economía mundial, haciendo caer los mercados bursátiles alrededor de todo el mundo y también hace que las economías entren en una larga recesión, Brasil recibe el coletazo de esta crisis reflejando en una baja en las inversiones que luego de casi 4 años de crecimiento por primera vez disminuye, durante los el periodo de 2000 al 2003 las inversiones disminuyen drásticamente, debido al ambiente político de incertidumbre generado por el país vecino Argentina y miembro del MERCOSUR, que enfrentaba uno de los periodos más largos de recesión de su historia, hacía que el riesgo de los países sudamericanos se elevará y si combinamos eso con la disminución del crecimiento económico brasileño justificamos la baja inversión durante dicho periodo.

A partir del año 2004 con mejores señales de las economías, Brasil empieza a recuperar el crecimiento a través de una política de incentivos económicos disminuyendo la tasa de interés que en junio de 2003 alcanzaba 26,5%, para enero del 2004 estar en 16,5%, pero como medida cautelar el banco central anunció en septiembre el inicio de un proceso de alza de la tasa de interés, a fin de combatir presiones inflacionarias y con un crecimiento del PIB promedio de 4,8% aproximadamente durante el periodo de 2004 al 2008, Brasil junto con Rusia, India y China, conforman lo denominado BRIC que son países con un alto dinamismo en sus economías, con un mercado con gran potencial de crecimiento, pero el crecimiento esperado por los inversionista se ve frenado con la Crisis financiera de Estados Unidos, es en ese punto que para el año 2009, se frenan bruscamente las entradas de inversión al territorio brasileño, solo para el año 2010 debido a las políticas anti-cíclicas adoptadas por el gobierno, Brasil vuelve a crecer fuerte y los inversores vuelven a creer en el potencial del gigante de América Latina. (ver gráfico 3)

Gráfico 3: Ingresos de IDE hacia Brasil



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Central Do Brasil.

4.4. La inversión chilena directa en Brasil.

Brasil mantiene su segunda posición como país receptor de las inversiones chilenas directas en el mundo, luego de Argentina. El monto de inversiones directas provenientes desde Chile, y materializadas durante el periodo 1990 - diciembre 2010, alcanza a los US\$ 11.374 millones, un 3% del total de la inversión que ingresa a Brasil.

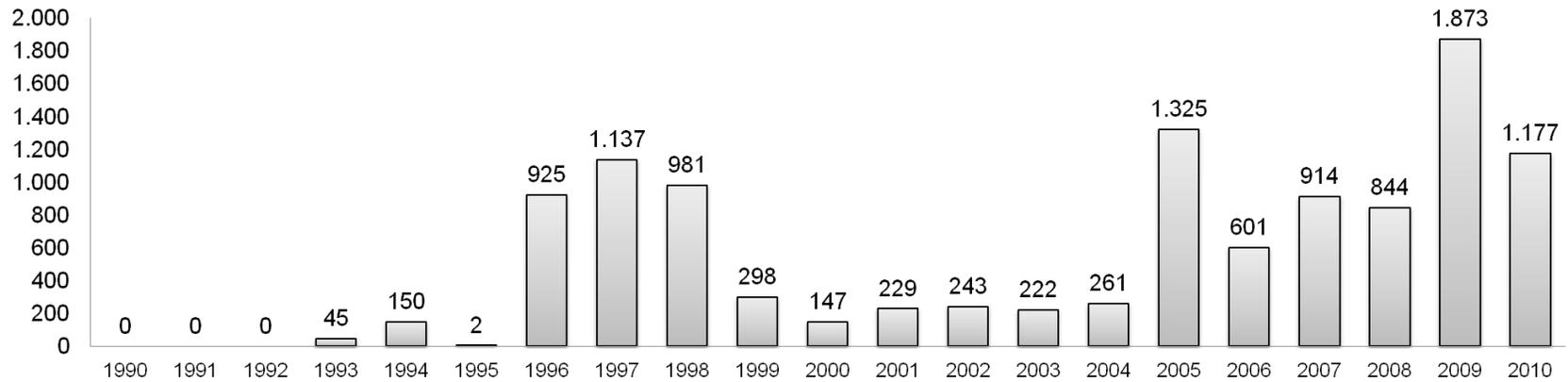
En el año 2009 alcanza su punto máximo con US\$ 1.873 millones de inversión directa materializada de empresas chilenas en Brasil. Esta alza de inversiones partió en agosto del 2009, cuando Arauco selló la compra de la empresa Tafisa, filial de la portuguesa Sonae Industria, Luego la compañía liderada por Horst Paulmann selló la compra de la cadena de supermercados Bretas líder en el estado de Minas Gerais.

En el intertanto, la CMPC compra de una planta de celulosa en Brasil y Sonda compró tres empresas en ese país, entre otras operaciones de adquisiciones lideradas por firmas chilenas. De esta manera, las inversiones de empresas chilenas en Brasil se masifican y elevan la inversión un 122% en comparación al año 2008.

El sector energético es el principal objeto de la inversión chilena en Brasil. En esta área destacan las iniciativas que ha materializado el grupo Enersis. La industria representa el segundo sector de atracción, destacando las inversiones en activos forestales y de celulosa, el rubro de servicios ocupa el tercer lugar donde se encuentra la participación del grupo Cencosud, entre otras firmas.

Gráfico 4: Ingresos de IDE de capitales chilenos a Brasil

INVERSIÓN DIRECTA MATERIALIZADA DE CAPITALES CHILENOS EN BRASIL
(millones de dólares)
Total inversión directa materializada en Brasil US\$ 11.374 millones.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del DIRECON.

Tabla 5: La inversión directa de capitales chilenos en Brasil

SECTOR INDUSTRIAL 1990 – Junio 2011, US\$ millones

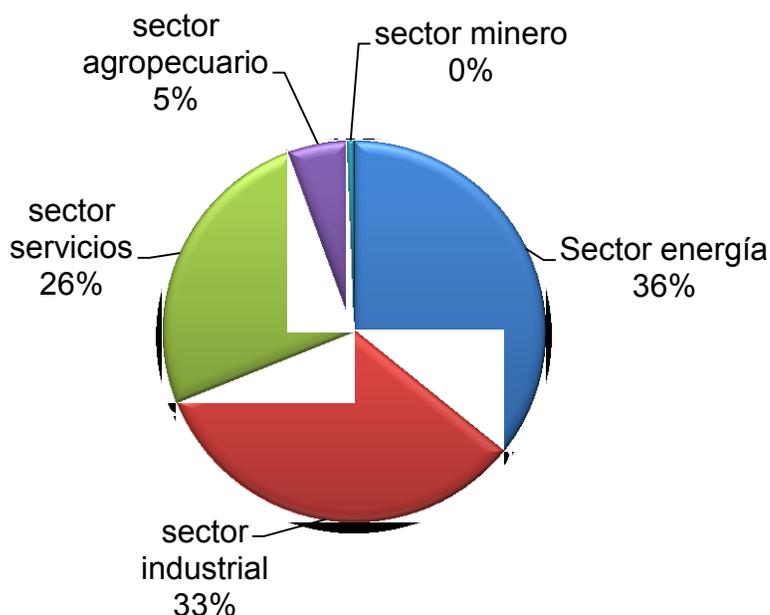
	ALIMENTOS Y BEBIDA	FORESTAL	MANUFACTURERO	METALMECANICA	METALURGIA	OTROS	QUIMICA	TOTAL
BRASIL	591	2.751	220	216	0	0	1	3.780
	16%	73%	6%	6%	0	0	0	100%

FUENTE: DIRECON. Depto. de Inversiones en el Exterior.

En el gráfico 4 se puede apreciar que la presencia de inversiones directas chilenas muestra una actividad en constante desarrollo en Brasil. Actualmente, estas inversiones alcanzan a US\$ 11.374 millones.

En términos sectoriales la inversión directa de capitales chilenos en Brasil posee la siguiente estructura (gráfico 5), el sector de energía (particularmente, generación y distribución de electricidad) sigue siendo el principal objeto de la actividad inversionista chilena en Brasil y captura un 35,6% del total, unos US\$ 4.274 millones.

Gráfico 5: IDE chilena en Brasil por sectores
Inversión Directa de Capitales chilenos en Brasil
Estructura Sectorial
(1990 - 2011,%)



Fuente: Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. DIRECON.

El sector industrial sigue en una tendencia al alza y se consolida como segundo sector de atracción para los capitales chilenos, con inversiones que alcanzan los US\$ 3.780 millones, o un 33% del total materializado. En la tabla 5 se

muestra la descomposición del sector industrial, donde podemos observar que mayoritariamente con un 73% de la inversión materializada en el sector industrial se realiza en el área forestal en la producción y comercialización de celulosa, papel, maderas y tableros de madera. En Brasil, la presencia chilena en el Subsector alimentos y bebidas alcanza a unos US\$ 591 millones (16%). Las manufacturas conforman el tercer subsector en importancia al interior del sector industrial. Entre las principales actividades destacan: envases y embalajes; edición e impresión y reproducción de grabaciones; cerámicos; fabricación de metales; productos textiles y calzado; muebles y colchones; maquinarias y equipos de transporte, entre otros. Brasil es el segundo receptor de las inversiones chilenas después de Argentina, con US\$ 220 millones (6%). Y el sub sector metalmecánica también representa un 6% de las inversiones materializadas en Brasil del sector industrial.

El sector Servicios ocupa actualmente el tercer lugar de importancia, con una inversión acumulada de US\$ 3.034 millones y una participación de 25,4%. En este sector, inciden fuertemente los servicios como “transporte aéreo y marítimo” “retail” y “tecnologías de información”. Este último ha mostrado un interesante aumento en el último tiempo.

En cuarto lugar se encuentra el sector Agropecuario con US\$ 604 millones y un 5,0% de participación sobre el total de inversiones materializadas. Minería sólo concentra US\$ 56 millones, lo que representa un 0,5% del total.

CAPÍTULO V

Identificación de las empresas y sus estrategias de IDE.

En este capítulo se lleva a cabo la identificación de las empresas chilenas con IED en Brasil y cuáles son las estrategias mayoritariamente adoptadas por estas empresas al momento de internacionalizarse. Al mismo tiempo se identificarán las empresas brasileñas que invierten directamente en Chile y las estrategias de internacionalización de cada una de estas.

5.1. Empresas chilenas con IED en Brasil.

a) Embotelladora Andina S.A.

Embotelladora Andina es una empresa chilena creada en 1946. En Chile cuenta con la franquicia para producir y comercializar los productos de The Coca-Cola Company (KO), siendo una de las embotelladoras más importantes de Latinoamérica.

Inició su expansión internacional en los años noventa, concentrándose en Argentina y Brasil. Las operaciones de Andina en Brasil se iniciaron en 1994, cuando adquirió Rio de Janeiro Refrescos Ltda., cuya zona concesionada abarcaba parte del Estado de Rio de Janeiro, parte del Estado de Minas de Gerais y el Estado de Espírito Santo. En el 2000 Andina adquiere un embotellador de KO Nitvitgov Refrigerantes S.A., Niteroi, Victoria y Gobernador Valadares (NVG), con lo que amplió la zona del estado de Rio de Janeiro, y por último en el 2004 Rio de Janeiro Refrescos Ltda. y una filial de The Coca-Cola Company en Brasil efectúa el intercambio de la franquicia de Gobernador Valadares en el estado de Minas Gerais por el de Nova Iguaçu en el estado de Rio de Janeiro.

Actualmente Andina cuenta con dos plantas embotelladoras en Brasil, una en Jacarepaguá, en el estado de Rio de Janeiro, y en Vitória, en el estado de Espírito Santo.

b) Masisa S.A.

Masisa es una empresa productora y comercializadora de tableros con operaciones en Chile, Brasil, Argentina, Venezuela y México, y oficinas comerciales en Colombia, Ecuador y Perú. Adicionalmente, la compañía cuenta un canal de distribución estratégico, “Placacentro”, con el cual logra una mayor cercanía con sus consumidores finales. Su condición de productor integrado le otorga importantes sinergias en la producción, comercialización y distribución de sus diferentes productos.

En 1995 creó Masisa do Brasil Ltda., planta que produce principalmente para el mercado local y Estados Unidos. En 1997 se constituye la sociedad Terranova Brasil Ltda., la que en el 2005 cambió su nombre a Masisa Madeiras Limitada con sede en Rio Negrinho, Estado de Santa Catarina. En el 2005 Masisa y Terranova se fusionan. Adicionalmente se cambió el nombre de la entidad fusionada, de Terranova S.A. a Masisa S.A. En el 2007 se aprobó la construcción de la planta de tableros de Medium Density Particleboard (MDP) en Montenegro, en el estado de Rio Grande do Sul, (Brasil). En el 2011 se constituye placacentro Masisa Brasil Ltda.

En Brasil tienen las plantas Ponta Grossa, dedicadas a tableros MDF, y Rio Negrinho, aserradero y planta de molduras, además posee cincuenta locales Placacentro Masisa Brasil Ltda. y 12,3 m³ hectáreas de bosques.

c) Madeco S.A.

Madeco es una compañía chilena, ocupa hoy en día una posición de liderazgo en los mercados en que participa a través de sus cuatro Unidades de Negocios (cables, tubos y planchas, envases flexibles y perfiles de aluminio) y posee instalaciones productivas ubicadas en Chile, Argentina, Perú y Brasil.

Madeco ingresa a Brasil en 1997 cuando adquirió el 67% de Ficap S.A., la segunda mayor empresa de cables de este país. En 1999 estableció Ficap optel una empresa conjunta con Corning Inc, la cual se deterioró con la disminución de la demanda de cables telefónicos registrando pérdidas entre 1999 y 2001, el resultado fue el distanciamiento de Corning, luego el año 2005 Madeco compró a Corning su 50% de Optel Ltda., con lo cual pasó a controlar el 100% de la empresa hoy Madeco Brasil Ltda. (Madeco, 2005).

d) CMPC

Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) es un holding industrial que, a partir de su patrimonio forestal, integra verticalmente la producción y comercialización de diversos productos forestales. La compañía participa en los siguientes negocios:

Forestal: Tiene como objetivo formar y administrar un patrimonio forestal (en Chile, Argentina y Brasil) para respaldar el desarrollo industrial de la compañía.

Área Celulosa: Es un productor relevante de celulosa a nivel mundial, con cuatro plantas (Laja, Pacífico y Santa Fe en Chile, y Celulosa Riograndense en Brasil), y una capacidad instalada cerca a 2,5 millones de ton/año.

Área Papel: Tiene cinco filiales y fabrica papel periódico, papel corrugado, papeles y cartulinas.

Área Tissue: Fabrica y comercializa productos como papel higiénico, pañuelos desechables, servilletas y toallas de papel, pañales y toallas femeninas.

Área Productos de Papel: Produce cajas de cartón corrugado, sacos de papel y bandejas de pulpa moldeada.

En el área de adquisiciones, destaca su ingreso a Brasil en 1997 la creación de la empresa denominada CMPC Cartolinas do Brasil Ltda., nombre que fue modificado pasando a llamarse Protisa do Brasil Ltda. en el año 2001.

En el 2009, se destaca la compra de los activos forestales e industriales de la unidad Guaíba de la compañía forestal brasileira Aracruz Celulose e Papel, y la adquisición de Melhoramentos Papeis Ltda. (CMPC, 2009).

En el año 2010 la filial CMPC Celulose Riograndense Ltda. absorbió en su totalidad los activos y pasivos de la sociedad Protisa do Brasil Ltda.

e) Farmacias Ahumada (FASA)

FASA es la Cadena de Farmacias n°1 en Latinoamérica, actualmente cuenta con 993 farmacias distribuidas en México, Chile y Perú.

El negocio principal de FASA es la comercialización de medicamentos, que aporta cerca del 60% de los ingresos consolidados. Adicionalmente, la empresa comercializa productos no farmacéuticos tales como artículos para el cuidado personal y mercadería en general.

Farmacias ahumada entró a Brasil en el año 2000, donde adquirió, junto con AIG Capital Partners Inc., el 77% de Drogamed, la principal cadena de farmacias del Estado de Paraná creando Fasa do Brasil Ltda. sin embargo en este país tuvo dificultades y después de cinco años de pérdidas, en enero de 2006 vendió el 100% de su filial Drogamed brasileña a inversionistas locales.

f) Sonda S.A.

Sonda es una compañía multinacional chilena más grande en el sector de la tecnología de la información (TI), es reconocida como la más importante en América Latina.

Sonda es fundada en 1974. Se dedicada a la prestación de servicios de consultoría y tecnología de la información (TI). Hoy en día la empresa de está presente en 10 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú y Uruguay.

Sonda está presente en Brasil desde el año 2002 y a finales de año 2006 lanza su nueva marca Sonda do Brasil, recientemente en el año 2007 adquirió el 100% de la empresa brasileña Procwork, en Brasil en servicios de consultoría e integración de soluciones en tecnologías de información.

g) Celulosa Arauco y Constitución S.A.

Es una empresa chilena creada en septiembre de 1979, tras la fusión de Industrias de Celulosa Arauco S.A. y Celulosa Constitución S.A., esta empresa se dedica a la fabricación de pulpa de celulosa y derivados como madera aserrada y paneles. La compañía posee las siguientes unidades de negocios:

Área Celulosa

La empresa posee seis plantas, cinco en Chile y una en Argentina, tienen una capacidad total de producción de aproximadamente 3,2 millones de toneladas al año. La producción de estas plantas es comercializada en más de 40 países, principalmente en Asia y Europa.

Área Paneles

Las 8 plantas industriales de Arauco, 3 en Chile, 2 en Argentina y 3 en Brasil, tienen una capacidad de producción total anual de 3,2 millones de m³, de paneles terciados, aglomerados (PBO), MDF (Medium Density Fiberboard), HB (Hardboard) y molduras.

Área Madera Aserrada

Arauco posee 9 aserraderos en operación, 8 en Chile y 1 en Argentina, con una capacidad anual de producción de 2,8 millones de m³ de madera aserrada. Adicionalmente, la empresa cuenta con 6 plantas de remanufactura, 5 en Chile y 1 en Argentina, las cuales reprocessan la madera aserrada, elaborando productos remanufacturados de alta calidad. Todos estos productos son comercializados en más de 28 países.

Área Forestal

La División Forestal constituye la base del negocio de Arauco, ya que provee la materia prima para todos los productos que la Compañía produce y comercializa. Al controlar directamente el desarrollo de los bosques que serán procesados, Arauco se asegura de contar con madera de calidad para cada uno de sus productos. (Memoria Anual 2010 Pág. 284)

Arauco mantiene un creciente patrimonio forestal que se encuentra distribuido en Chile, Argentina y Brasil, alcanzando a 1,5 millones de hectáreas, de las cuales 939 mil hectáreas se destinan a plantaciones, 367 mil hectáreas a bosques nativos, 158 mil hectáreas a otros usos y 52 mil hectáreas por plantar. Las principales plantaciones que posee Arauco son pino radiata y taeda, especies con una rápida tasa de crecimiento.

Arauco ingresó a Brasil en el 2005, cuando adquirió del Grupo Louis Dreyfus la totalidad de las operaciones forestales e industriales de Placas do Paraná S.A. (actual Arauco do Brasil S.A.) esta filial es responsable de la producción y comercialización de tableros MDF y tableros aglomerados en Brasil. Actualmente cuenta con una planta de tableros MDF y una de tableros aglomerados.

También en este mismo año Arauco adquiere LD Forest Products, hoy Arauco Forest Brasil S.A. esta se dedica a la forestación, reforestación, manejo y cosecha de bosques de su propiedad, ubicados principalmente en el estado de Paraná.

En el 2007 Arauco adquiere el 79% Arauco Florestal Arapoti S.A. (Brasil), la cual se dedica a la forestación, reforestación, cosecha y comercialización de productos y subproductos forestales y de la producción y comercio de semillas de eucalipto y pino, su última adquisición es en el año 2009 cuando Celulosa Arauco adquiere 100% de la empresa Tafisa Brasil S.A.

h) Codelco

Empresa estatal chilena integrada por siete divisiones: Chuquicamata, Radomiro Tomic, Ministro Hales, Salvador, Andina, El Teniente y Ventanas y posee inversiones en otros yacimientos filiales. Codelco es la empresa estatal que más aportes económicos realiza al estado chileno.

Codelco ha concentrado sus operaciones en el ámbito local y recientemente está empezando a realizar inversiones en el exterior.

Actualmente opera en Brasil desde el año 2003 a través de Codelco do Brasil Mineração Ltda., con actividades de exploración y explotación, actividades comerciales y de desarrollo de mercado.

i) Cencosud S.A.

Cencosud es uno de los más grandes y prestigiosos conglomerados de retail en América Latina. Cuenta con operaciones activas en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia en los sectores inmobiliarios, servicios, retail, logística y distribución entre otros.

En Brasil, Cencosud opera desde el año 2007 con la cadena Gbarbosa, manteniendo presencia en el área noreste de Brasil con 61 tiendas y 132.556 m².

Durante el año 2010, la compañía realizó importantes adquisiciones en el mercado brasileño. En marzo, adquirió Super Familia, que contaba con cuatro tiendas en la ciudad de Fortaleza, equivalentes a 7.000 m² y dos centros de distribución. En julio, Cencosud compró Perini, operador de ocho tiendas en la ciudad de Salvador de Bahía y dos centros de distribución. Finalmente en octubre, adquirió la cadena de supermercados Bretas que opera con sesenta y seis supermercados, diez estaciones de servicio y tres centros de distribución.

j) Enersis

Enersis es una de las principales multinacionales eléctricas de Latinoamérica. Actualmente posee participación directa e indirecta en el negocio de generación, transmisión y distribución de la energía eléctrica, y áreas relacionadas. Cuenta con operaciones en cinco países de la región: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

Durante 1996, Enersis incursionó por primera vez en el mercado brasileño, adquiriendo parte importante de la Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro (Cerj), la que distribuye energía eléctrica en la ciudad de Rio de Janeiro y Niteroi, Brasil, cuya actual razón social es Ampla Energía e Serviços S.A.

A principios de 1998, Enersis nuevamente volvió a incursionar en el mercado brasileño, esta vez mediante un consorcio que se adjudicó el control de la Companhia Energética de Ceará S.A. (Coelce), empresa que distribuye electricidad en el norte del Brasil, en el Estado de Ceará.

Desde octubre de 2005, Enersis consolida Endesa Brasil con una participación, directa e indirecta, de 53,6%.

5.2. Estrategias de IED adoptadas por las empresas chilenas.

Las inversiones extranjeras directas pueden clasificarse según la motivación o la estrategia principal del inversionista. En general, las empresas buscan en terceros países la posibilidad de explotar recursos naturales, acceder a mercados locales o regionales, producir a bajos costos para exportar a terceros mercados o tener acceso a activos estratégicos, como conocimiento, tecnología de punta y mano de obra calificada. (CEPAL, 2004, sobre la base de Dunning, 1993).

Los países latinoamericanos se caracterizan por atraer inversiones extranjeras, ya sea que las empresas inversionistas están en búsqueda de nuevos mercados, recursos naturales y de eficiencia en los procesos de producción. (Cepal, 2007).

Las empresas chilenas deciden invertir en Brasil en busca de nuevos mercados y recursos naturales. El reducido tamaño del mercado interno es uno de los factores más importante que han empujado a las empresas chilenas a invertir en el exterior. (Calderón, 2006).

Determinación de la estrategia de las empresas chilenas a Brasil

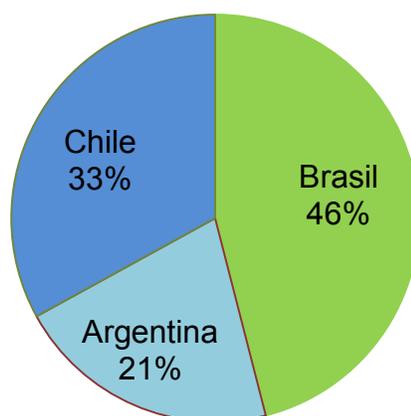
Embotelladora Andina S.A.

Embotelladora Andina S.A. invierte directamente en Brasil adquiriendo empresas con ubicaciones estratégicas con la finalidad de aumentar la zona concesionada en este país, con vistas de lograr economías de escalas. Andina reestructuro sus operaciones en Brasil para aumentar la eficiencia en su red de producción y distribución.

Como se indica en el gráfico 6, actualmente el 67% de las ventas de Andina se realizan fuera de Chile, lo que subraya la importancia de la internacionalización en la estrategia de crecimiento de la empresa. Las zonas de Argentina y Brasil donde Andina desarrolla sus actividades tienen un consumo per cápita más bajo que el de Chile, y en consecuencia tienen mayores posibilidades de crecimiento (Feller Rate, 2005).

Gráfico 6: Ventas Andina S.A. por país, 2011

(En porcentajes)



Fuente: Memoria anual de Embotelladora Andina S.A. Santiago de Chile, 2011.

A su vez Andina en Brasil posee filial comercial y de fabricación a través de la adquisición de Rio de Janeiro Refrescos Ltda, esta filial se encarga de la fabricación y venta de bebidas alcohólicas y sin alcohol, agua mineral, néctares, jarabes, refrescos en polvo y otros productos semielaborados.

Esta es una filial cuasi-autónoma ya que se caracteriza por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas. La filial de Embotelladora Andina S.A. en Brasil poseen una estructura organizativa diferente y adaptada a los requerimientos del mercado donde se encuentra inserta la filial, para adaptarse al medio local, por ejemplo en Brasil emplea marcas de productos diferentes que solo se consumen en dicho país.

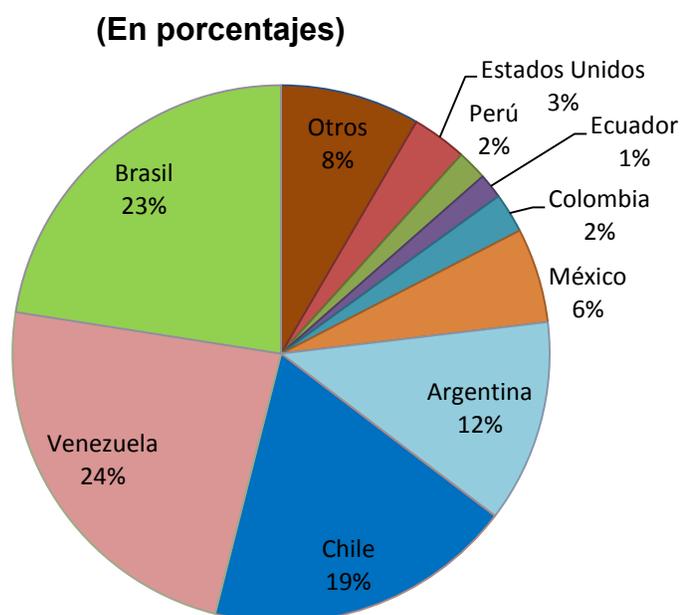
Masisa S.A.

La estrategia de Masisa apunta a convertirse en una empresa con una fuerte presencia latinoamericana, de tal manera de tener mayor presencia y poder negociador. Además busca adelantarse a sus competidores chilenos o extranjeros, los que han reducido sus inversiones en los países de origen y consiguientemente, han aumentado la inversión en países que cuenten con algún marco que fomente la actividad forestal y que tengan bajos costos de producción, en el gráfico 7 se puede observar que los ingresos por venta de Masisa provienen en un 81% del exterior.

Masisa invierte en Brasil para mitigar los riesgos de abastecimiento de materias primas, especialmente resinas químicas y madera, que son insumos esenciales para la producción de sus productos. Es por ello que Masisa mantiene inversiones propias en bosques y plantaciones en Brasil, manteniendo una política de diversificar su abastecimiento, disminuyendo la dependencia de proveedores individuales.

Adicionalmente, la compañía cuenta un canal de distribución estratégico, “Placacentro”, con el cual logra una mayor cercanía con sus consumidores finales. Su condición de productor integrado le otorga importantes sinergias en la producción, comercialización y distribución de sus diferentes productos.

Gráfico 7: Ventas de Masisa por país, 2011



Fuente: Memoria anual de Masisa S.A. Santiago de Chile, 2011.

Masisa en Brasil posee filial de fabricación, comercial y de I+D, a través de la creación de Masisa do Brasil Ltda., esta filial se encarga de la producción, el comercio, la importación y la exportación de paneles de madera, actividades agrícolas y de exploración de florestas, administración y ejecución de proyectos I+D, por cuenta propia o de terceros.

Las filiales de Masisa son integradas ya que tanto sus inputs como sus outputs dependen de las otras filiales. Masisa cuentan con un abarcado patrimonio forestal asegurando en el corto y largo plazo, la disponibilidad de materias primas propias requeridas por las plantas industriales, siendo éste otro factor clave en la competitividad de los productos y, por tanto, de la compañía.

Madeco S.A.

Madeco empresa chilena que impulsada por el desarrollo de la minería del cobre se transformo en un agente importante en la producción de cables de cobre.

Con una sólida posición en sus países de origen, esta empresa comenzó a invertir en el exterior, aprovechando principalmente las oportunidades que brindaron los programas de privatización. Madeco internacionaliza sus operaciones a Brasil como un mecanismo para acceder a recursos naturales y diversificar su producción o para ingresar a mercados protegidos y explotar ventajas productivas y gerenciales.

Madeco en Brasil posee filial de fabricación, comercial, a través de Madeco Brasil Ltda., esta filial se encarga de la fabricación de cables de fibra óptica en general, para sistemas de telecomunicaciones, prestación de servicios y asistencia técnica, para proyectos de instalación de sus productos, en comercio, exportación e importación, transporte y almacenamientos de bienes relativos a su actividad industrial.

Esta es una filial cuasi-autónoma ya que se caracteriza por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas.

CMPC

CMPC efectuó el proceso de internacionalización primero mediante exportaciones, a las que le siguieron inversiones directas, a través de la compra de empresas e instalación de plantas productivas y oficinas propias en Brasil. La expansión internacional de CMPC, buscó ampliar y diversificar la oferta productiva para atenuar la vulnerabilidad a los ciclos económicos propios de los productos básicos (CMPC, 2004), no obstante este proceso también estuvo determinado por la creciente escasez de terrenos para nuevas plantaciones y las mayores exigencias medioambientales y de comunidades indígenas en Chile, es por ello que CMPC a principios de los años noventa, invirtió en patrimonio forestal en el exterior, básicamente en Argentina, Uruguay y Brasil.

CMPC hizo hincapié en la manufactura de productos de papel, cuando su patrimonio forestal maduró lo suficiente y le permitió instalar una planta de producción de celulosa, es aquí donde su estrategia de expansión internacional converge a la manufactura de papeles.

CMPC en Brasil desarrolla estrategias de entrada a los mercados externos a través de creaciones y adquisiciones de empresas, es por ello que actualmente posee una filial comercial a través de la creación de Protisa do Brasil Ltda.

Esta filial se encarga de la compra, venta, importación, exportación, comercialización y actuación como representante comercial o distribuidora de cualquier especie de papeles y/u otros productos de papel, incluso productos de higiene adulta e infantil y cosméticos.

Luego 2009 CMPC ingresó a Brasil en el negocio de papeles tissue a través de la adquisición de la Companhia Melhoramentos Papéis Ltda., y en el negocio de celulosa, papel y maderas, mediante la compra de los activos forestales e industriales de la unidad Guaíba a la sociedad brasileña Aracruz Celulose S.A.

Las filiales de CMPC son integradas ya que tanto sus inputs como sus outputs dependen de las otras filiales. CMPC cuentan con activos forestal asegurando, la disponibilidad de materias primas propias requeridas para la producción de sus productos.

Farmacias Ahumada (FASA)

El proceso de internacionalización que llevo a cabo FASA es en búsqueda de nuevos mercados. No podemos dejar de mencionar que Farmacia Ahumada en este país tuvo dificultades y después de cinco años de pérdidas, en enero de 2006 vendió el 100% de su filial brasileña a inversionistas locales.

La estrategia de entrada utilizada por Fasa en Brasil fue a través de la adquisición de Drogamed, la filial Fasa Do Brasil Ltda., era de índole comercial, ya que se encarga del comercio y prestación de servicio en el área de la salud.

Esta filial era cuasi-autónoma ya que se caracteriza por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas.

Sonda S.A.

La internacionalización de sonda se llevo a cabo de acuerdo a la estrategia de adquisiciones con diversas compañías como se observa en la tabla 6, con el objeto de simplificar la gestión y generar las sinergias como compañía líder en TI.

Sonda se internacionalizó a Brasil en busca de nuevos mercados donde poder prestar sus servicios de TI, aumentando su participación de mercado y ampliando significativamente su base de clientes, ya que Brasil es el principal mercado de TI en Latinoamérica, con un crecimiento promedio en TI estimado de

10,5% para el período 2010-2015. El tamaño de la industria de TI en ese país es de aproximadamente US\$ 53 mil millones anuales, según cifras de IDC¹.

En 2011 los ingresos provenientes de Brasil representaron el 35,2% del total de ingresos, alcanzando \$ 208.383 millones (US\$ 401,4 millones), y tuvieron un crecimiento de 26,8% respecto del año anterior.

Tabla 6: Adquisiciones recientes de la empresa Sonda S.A.

Año	Empresa adquirida	Empresa comprada	Valor (MM US\$)
2012	PARS, Brasil	Sonda S.A	55,00
2010	CEITECH S.A. Argentina	Sonda S.A.	6,30
2010	Sonda Procwork SA, Brasil	Capgemini SA	...
2010	Kaizen Ltda., Brasil	Sonda Procwork SA	6,70
2010	NextiraOne México SA de CV	Sonda Mexico SA	29,00
2010	Soft Team Consultoria, Brasil	Sonda Procwork SA	8,64
2010	Soft Team Sistemas, Brasil	Sonda SA	8,68
2010	Telsinc Informática SA, Brasil	Sonda SA	37,58
2008	Red Colombia SA	Sonda de Colombia SA	13,60
2007	Procwork, Brasil	Sonda SA	...
2006	Qualita-Technical Support, México	Sonda SA	118,10

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Sonda en Brasil posee filial comercial, a través de Sonda do Brasil S.A., esta filial es la encargada de la gestión profesional de ambientes complejos de tecnología de información de terceros. Las actividades corresponden a diversas categorías de servicios profesionales con foco principal en redes de tecnología, desde la mantención de equipos TI hasta servicios de consultoría para mejorar la infraestructura.

¹ IDC: International Data Corporation.

Sonda es una sola organización con diferentes unidades de negocio y con una amplia presencia en Latinoamérica. Respecto a la estructura organizacional de la Compañía, ésta se articula bajo una administración corporativa radicada en Santiago de Chile, pero con administraciones locales en cada una de las unidades de negocios en América Latina. Esta estructura organizacional posibilita adaptarse a la realidad específica de cada país, contando con una oferta regional unificada y de calidad homogénea, permitiendo a su vez la generación de sinergias que hagan a SONDA más eficiente y competitiva.

Las filiales de SONDA son cuasi-autónoma ya que se caracteriza por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas. La filial en Brasil posee una estructura organizativa diferente y adaptada a los requerimientos del mercado, para adaptarse al medio local, por ejemplo en Brasil servicios diferentes de acuerdo a los requerimientos de sus clientes y adaptados a un mercado mucho más grande y distinto que el chileno.

Celulosa Arauco y Constitución S.A.

El proceso de internacionalización de Arauco se llevo a cabo con la adquisición tanto de plantaciones, como plantas productoras de madera aserrada y plantas de paneles en Brasil.

Este proceso de internacionalización fue producto de que durante la década de 1990 el proceso de plantación se volvió cada vez menos atractivo en Chile, debido a que los suelos de un costo atractivo para plantar se volvieron escasos, haciendo que la empresa decida incursionar el mercado brasileño en busca de recursos naturales para su producción. Arauco en Brasil posee filial de fabricación, comerciales y de I+D, a través de las siguientes filiales:

Arauco do Brasil Ltda., esta filial se encarga fabricación, industrialización y comercialización de paneles de madera; industrialización y comercialización de

maderas aserradas, brutas o aplanadas, y productos químicos en general; forestación, reforestación, y sus actividades asociadas; producción y comercialización de semillas, plantines, maderas y sus subproductos.

Arauco Forest Brasil S.A. esta filial se dedica a la forestación, reforestación y sus actividades, además realiza investigaciones sobre el mejoramiento genético, silvicultura, manejo y cosecha de maderas; producción y comercialización de semillas, plantines, madera y sus subproductos.

Arauco Florestal Arapoti S.A. Forestación, reforestación, cosecha y comercialización de los productos y subproductos obtenidos con la exploración de esas actividades; producción y comercialización de semillas de eucalipto y pino.

Las filiales de Arauco son integradas puesto que adquiere patrimonio forestal, la disponibilidad de materias primas propias requeridas para la fabricación de sus productos.

Codelco

La estrategia de internacionalización de Codelco apunta a buscar oportunidades de exploración y explotación de recursos naturales en Brasil. Codelco invierte en Brasil a través de sus filiales Codelco International Limited y Codelco Technologies Limited las cuales han constituido la sociedad Codelco Do Brasil Mineração Limitada, cuyo objeto es desarrollar proyectos de exploración y explotación, actividades comerciales y de desarrollo de mercados.

Además busca el mejoramiento continuo de la gestión operacional y de su proyección en el corto, mediano y largo plazo, como empresa líder mundial en el negocio minero del cobre, se sustenta en un conjunto de proyectos de inversión, estos buscan fundamentalmente incrementar la capacidad de producción,

disminuir los costos y optimizar la gestión ambiental y de recursos humanos de la Corporación.

Codelco en Brasil posee filial de fabricación, comerciales y de I+D, a través de su filial Codelco Do Brasil Mineração Limitada, cuyo objeto es desarrollar proyectos de exploración y explotación, actividades comerciales y de desarrollo de mercados.

La filial Codelco Do Brasil Mineração Limitada, es una filial cuasi-autónoma ya que se caracteriza por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas.

Codelco también realiza Joint venture de exploraciones con distintas empresas en Brasil, tales como: Teck Cominco (Estado de Pará), empresa Minera Caraíba S.A. (Estado de Bahía, la empresa Santa Elina en el proyecto Rondonia, Anglo American, Xstrata y Pan Brasil.

Cencosud S.A.

La internacionalización de Cencosud hacia Brasil fue básicamente en busca de nuevos mercados en el sector comercio minorista, con las adquisiciones de los supermercados GBarbosa, Perini y Bretas.

Cencosud en Brasil posee filiales de fabricación, comercial, instrumentales y de I+D:

Cencosud Brasil S.A. filial instrumental de Cencosud, esta se encarga de organización, participación societaria y la realización de inversiones en sociedades de todo tipo en Brasil y/o en el extranjero.

Gbarbosa Comercial Limitada y Gbarbosa Holding S.A. son filiales comerciales se encarga de una serie de actividades, entre las que se incluyen:

- a) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de productos alimenticios en general, industrializados o no, en supermercados, e hipermercados o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación.
- b) Manufacturar y/o adquirir embalajes de mercancías y productos.
- c) Transportar y almacenar mercancía.
- d) Importar y exportar mercancía y materiales necesarios para desarrollar su actividad.

Estas es una filiales de Cencosud son cuasi-autónoma ya que se caracteriza por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas.

Energis

Energis comenzó con su proceso de expansión hacia otros países del continente en busca de nuevos mercados, participando en distintas privatizaciones, desarrollando así una presencia significativa en los sectores eléctricos de Argentina, Perú, Colombia y Brasil.

Energis en Brasil posee filial de fabricación, comercial, e instrumentales a través de las siguientes filiales:

La filial Ampla Energia e Serviços S.A se encarga estudiar, planear, proyectar, construir y explorar los sistemas de producción, transmisión, transformación, distribución y comercio de energía eléctrica, así como realizar investigaciones en el sector energético.

La filial Companhia Energética do Ceará (Coelce) realiza exploración y distribución de energía eléctrica y servicios.

Endesa Brasil es una filial instrumental del Enersis con una participación, directa e indirecta, de 53,6% la cual se creó con la finalidad de reorganización de todos los activos en Brasil fue simplificar la estructura organizacional, permitiendo una mayor eficiencia, transparencia en los flujos y estabilidad a los flujos de cajas locales, optimizando los costos de financiamiento, además de mejorar el financiamiento proveniente de terceros y fortalecimiento del posicionamiento del Grupo Enersis para optar a nuevas oportunidades de inversión.

Estas filiales de Enersis son de cuasi-autónoma ya que se caracterizan por que las conexiones de la empresa matriz y sus filiales son de carácter financiero y administrativas.

En la tabla 7 podemos apreciar el resumen de las motivaciones de internacionalización de las empresas chilenas en Brasil, donde las empresas se ven representadas por más de un tipo de motivación para entrar al mercado brasileño.

Tabla 7: Motivaciones de la internacionalización de las empresas chilenas en Brasil

Estrategia Corporativa Sector de Actividad	Búsqueda de Recursos Naturales	Búsqueda de Eficiencia	Búsqueda de Mercados	Búsqueda de Activos Estratégicos
Primario	<ul style="list-style-type: none"> • Masisa S.A. • CMPC • Arauco • Codelco 	<ul style="list-style-type: none"> • Masisa • Codelco 	<ul style="list-style-type: none"> • CMPC • Arauco • Codelco 	
Secundario	<ul style="list-style-type: none"> • Madeco S.A. • CMPC • Arauco 		<ul style="list-style-type: none"> • Emb. Andina S.A. • CMPC • Arauco 	
Terciario			<ul style="list-style-type: none"> • FASA. • Sonda S.A. • Enersis 	

Fuente: Elaboración propia en base CEPAL 2002 y 2004.

Como podemos observar, las empresas forestales van en busca de recursos naturales y nuevos mercados, concentrándose en el sector primario y secundario, mientras que Codelco al igual que las empresas forestales busca recursos naturales y nuevos mercados, pero también busca el mejoramiento continuo de la gestión operacional incrementando la capacidad de producción, disminuir los costos para optimizar la gestión. Por otro lado Madeco se internacionaliza en búsqueda de recursos naturales y las empresas que participan en el sector terciario como Sonda, FASA y Enersis, deciden internacionalizarse en búsqueda de nuevos mercados, al igual que embotelladora Andina que participa en el sector secundario.

En la tabla 8 señalamos las estrategias utilizadas por las empresas chilenas para entrar al mercado brasileño, ya sea invirtiendo directamente en filiales, Joint Ventures, oficina de representación en el exterior y consorcios en el exterior.

Tabla 8: Estrategias de entrada al mercado brasileño de las empresas Chilenas

		Emb. Andina S.A.	Masisa S.A.	Madeco S.A.	CMPC	FASA	Sonda S.A.	Arauco S.A.	Codeico	Cencosud S.A.	Enersis	
Inversión Externa	Inversión en filial	Según su naturaleza										
		Comercial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		Fabricación	X	X	X	X			X	X	X	X
		Investigación y desarrollo		X					X	X	X	X
		Financiera										
	Instrumental										X	
	Según su interrelación											
	Cuasi-Autónoma	X		X		X	X		X	X	X	
	Integrada		X		X			X				
		Inversión mixta (Joint Ventures)								X		
	Oficina de representación en el exterior											
	Consortios en el exterior											

Fuente: Elaboración propia a partir de Johnson y Scholes (1999) y Bueno (1996).

Las filiales establecidas en Brasil, según su naturaleza son mayoritariamente filiales comerciales, seguidas por las filiales de fabricación y en algunas filiales además de ser comercial y de fabricación, en el caso de las forestales investigan y desarrollan nuevas tecnologías productivas y genéticas.

Según su interrelación la mayoría de las empresas opta que sus filiales sean cuasi-autónomas, debido la influencia del mercado brasileño hace que las filiales tengan que adaptarse a su entorno, dejando las relaciones con la matriz en el ámbito administrativo y financiero.

5.3. Empresas brasileñas con IED en Chile.

En 1974, Chile empieza con una política de privatización de empresas estatales, en búsqueda de disminuir la participación del estado y mejorar los servicios, uno de hechos más relevantes de ese periodo fue la promulgación del D.L. 600, que es el “Estatuto de la Inversión Extranjera” y permite que Chile abra las puertas para la inversión extranjera directa, (Hachette, 1998).

Según el Comité de Inversiones Extranjeras desde 1974 hasta el año 2010 la inversión autorizada acumulada es de \$133.621.400 miles de dólares estadounidense, de las cuales se materializaron en total \$77.261.473 miles de dólares estadounidense, la inversión directa brasileña a través del D.L.600 la inversión autorizada fue de \$816.000 miles de dólares estadounidense y se materializaron \$612.419 miles de dólares estadounidense, equivalente al 0,79% de la inversión materializada en Chile, a pesar del bajo porcentaje que representa la inversión brasileña dentro del total de la inversión extranjera en Chile, ella se ha materializado en sectores relevantes para la economía y el empleo. A juicio de las autoridades, las inversiones procedentes tanto de las pequeñas como de las medianas y grandes empresas son positivas para el desarrollo y cumplen con los requisitos que impone la legislación chilena, (López y Muñoz, 2008).

Con respecto a los sectores de preferencia de las empresas brasileñas, se distribuyen básicamente en ocho sectores, no obstante del total de la inversión materializa en Chile, el 81,19% esta explicada por catorce empresas, siendo el ingreso del Banco Itaú al mercado financiero chileno en 2006 responsable por el 30,05% del monto total, no responde a una inversión tradicional, puesto que la operación que permitió su entrada no significó un ingreso real de capitales al país.

Tabla 9: Inversión empresas brasileñas en Chile a través del D.L. 600, 1974-2010.

Empresa	Sector Económico de la IDE	IDE materializada (miles de USD)
BKB Chile Holdings, Inc.	Bancos/ Sociedades de inversión	135.595
CVRD Holdings GmbH	Minería	112.180
Itaú Chile Holdings, Inc.	Bancos	48.459
Gerdau S.A.	Industrias metálicas básicas	34.257
Constructora Norberto Odebrecht S.A.	Construcción	29.702
Camil Alimentos S.A.	Industria de alimentos	26.000
Tigre S.A. Tubos e Conexoes	Industria química	23.681
Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobras)	Comercio/ Industria	20.370
Rexam Beverage Can South America	Industria metalmecánica	16.500
Banco do Brasil S.A.	Bancos	13.050
Alpargatas Santista Textil S.A./ Icortex S.A.	Industria textil	10.780
Companhia A-Port (Camargo Corrêa)	Transporte y almacenaje	10.574
Bridgestone / Firestone do Brasil Indústria e Comercio Ltda.	Industria química	9.750
CBPO Engenharia Ltda.	Construcción	6.343
Otros 74 inversionistas (incluye no vigentes)	Varios	115.178
Total		612.419

Fuente: Elaboración propia en base a la Comisión de Inversión Extranjera de Chile (2010).

a) Banco Itaú

El ingreso del Banco Itaú al mercado financiero chileno en 2006, no responde a una inversión tradicional, puesto que la operación que permitió su entrada no significó un ingreso real de capitales al país. Para materializar su plan de expansión en América Latina, el Banco Itaú acordó con el Bank of América el traspaso del control de las operaciones de este a través de BankBoston, en Brasil, Chile y Uruguay. De esta forma, Itaú controlaría las operaciones en estos países,

a cambio de lo cual entregaría al Bank of América un porcentaje en la participación del Banco Itaú S.A.

b) CVRD Holdings

La Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) es la mayor productora y exportadora de mineral de hierro del mundo y es la segunda mayor compañía minera y productora diversificada de metales, además de ser la mayor compañía abierta de América Latina con una capitalización de mercado aproximada de US\$ 150 billones de dólares. Sus principales actividades son la producción de mineral de hierro, alúmina y bauxita y más recientemente cobre.

En Chile comienza a operar a partir del año 2002 con la creación de su filial Compañía Minera Latino-Americana (CMLA). Su principal foco en nuestro país son las actividades relacionadas con la exploración de cobre en diferentes regiones.

c) Gerdau S.A.

Unas de las mayores empresas en la industria siderúrgica del mundo, entra en Chile el año 1992, con la adquisición de la AZA S.A. empresa que tenía una trayectoria de casi 40 años en Chile, luego en el año 1997 cambia su razón social a Gerdau Aza S.A. e invierte una nueva planta siderúrgica haciendo con que producción anual de acero liquido se triplique.

d) Constructora Norberto Odebrecht S.A.

En 1979, la Constructora Norberto Odebrecht realizó su primera obra en Chile. En la oportunidad, la empresa inició las obras del desvío del río Maule, para el proyecto de la usina hidroeléctrica de Colbún-Machicura, la empresa fue responsable también por la fábrica de papel y celulosa Arauco y la planta de papel y celulosa de Santa Fe, en la ciudad de Nacimiento.

Entre 1992 y 1994, la empresa fue responsable de la construcción de la primera fase de la nueva terminal de pasajeros del Aeropuerto Arturo Merino Benítez, en Santiago.

e) Camil Alimentos S.A

La empresa inicia actividades en 1963, en la forma de una cooperativa en el estado de Rio Grande do Sul, Brasil. La cooperativa producía básicamente arroz, luego para los años 80 llegaron a ser líderes en ventas y distribución de arroz en el estado de Sao Paulo, en los años 90 después de adquirir varias empresas de menor tamaño, se transforma en Camil S.A. Dentro de su estrategia de internacionalización Camil S.A. llega a Chile en el año 2009, adquiriendo la empresa alimenticia Tucapel.

f) Tigre S.A.

La historia de Tigre Chile comienza en el año 1997 con la adquisición de un conjunto de empresas nacionales del rubro. En sus inicios, la compañía estaba dedicada a producir exclusivamente tuberías de PVC, pero su desarrollo en el tiempo se tradujo en una mayor diversidad de productos con la fabricación de conexiones sanitarias e hidráulicas. Con el enfoque puesto en entregar sistemas que mejoren la calidad de vida de las personas y su desarrollo en la sociedad.

g) Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobras)

Petrobras fue creada en 1953 en el gobierno de Getulio Vargas, en este entonces era una empresa netamente estatal y permaneció así hasta los años 90, cuando Petrobras, se transforma en receptora de capitales externos, terminando el monopolio de exploración y producción de petróleo y otras actividades relacionadas con el sector de petróleo, gas natural y derivados en Brasil.

En Chile, Petrobras empieza operar desde 2007, realiza actividades de producción de crudo, gas licuado de petróleo, gas natural, petroquímicos, lubricantes, trabajando en conjunto con la Empresa Nacional del Petróleo (ENAP) en la investigación de posibles proyectos de hidrocarburos y en el sector petroquímico. En 2008 Petrobras adquiere la participación de ExxonMobil en Esso Chile Petrolera y empresas asociadas en Chile, ingresando así con la distribución de petróleo a través de las más de doscientas estaciones de servicios, en todo Chile.

h) Rexam Beberage Can South America

Rexam Chile, empresa británica dedicada al rubro de fabricación de envases de aluminio desechables para bebidas, cerveza y jugos, ingresa al mercado chileno a través de una fusión por absorción en el año 2003 de Latasa S.A., empresa brasileña líder en la producción y comercialización de envases metálicos para bebidas en Brasil, Argentina y Chile, donde Rexam absorbe el capital de la empresa brasileña.

i) Banco do Brasil S.A.

La sucursal en Chile del Banco Do Brasil se encuentra operando desde el año 1963 e ingresa con el objetivo principal atender a Personas Naturales y Jurídicas que mantengan un vínculo comercial entre Chile y Brasil. De este modo, el Banco se destaca en operaciones de crédito en comercio exterior, créditos comerciales, préstamos para exportaciones chilenas y colocaciones bajo el concepto “adeudado por bancos”. Actualmente, debido a la estrategia de negocio de Banco Do Brasil no presenta colocaciones para la vivienda ni préstamos de consumo.

j) Alpargatas Santista Textil S.A./ Icortex S.A.

Unidad de negocio de Alpargatas S.A., dedicada al rubro de producción y comercialización de tejidos denim y workwear, ingresa al mercado chileno con la adquisición de parte de las acciones de Santista Textil S.A. en el año 2003, que poseía fábricas en Brasil, Chile y Argentina.

k) Companhia A-Port S.A.(Camargo Corrêa)

La Companhia A-Port S.A. fue creada el año 2007, por medio de joint-venture entre Camargo Correa Investimentos em Infraestrutura (80%), Unique (15%), empresa suiza operadora del Aeropuerto de Zúrich y la empresa chilena Gestión y Ingeniería IDC (5%), que tiene experiencia en la gestión de los aeropuertos de Latino América.

La A-Port actúa en el desenvolvimiento, inversión y operación de infraestructura aeroportuaria, con el alcance regional bien definido y el foco dirigido a Latino América y Caribe.

5.4. Estrategias de IED adoptadas por las empresas brasileñas.

Existen diferentes formas y motivos por las cuales las empresas deciden ingresar a Chile, algunas de esas razones puede ser la búsqueda de materia prima como es el caso de la Compañía Vale do Rio Doce (CVRD) que ingresa a Chile en el sector minero, como ya señalamos anteriormente “VALE” es la mayor explotadora de mineral de hierro del mundo, se instala en Chile para diversificar su matriz de cobre, otra razón es el seguimiento de los clientes como es el caso del Banco Itaú, que decide entrar a Chile para entregar soporte a sus clientes, o simplemente entran al mercado Chile como parte de una estrategia de expansión Latino Americana como es el caso de Camil S.A.

Para determinar qué tipo de estrategias adoptan las empresas multinacionales brasileñas al ingresar en Chile, utilizaremos el modelo aplicado por la CEPAL, desarrollado sobre la base del propuesto por John Dunning (1980, 1988), donde se plantea que existen cuatro estrategias corporativas:

- 1) Búsqueda de recursos naturales: explotar recursos naturales en terceros países;
- 2) Búsqueda de eficiencia: producir a bajo costo para exportar a otros mercados;
- 3) Búsqueda de mercados: producir y vender productos y servicios en mercados locales o regionales.
- 4) Búsqueda de activos estratégicos: tener acceso a activos, como el conocimiento, la tecnología de punta o los recursos humanos calificados.

Luego se sitúa la empresa según su actividad económica, para eso se utiliza la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU 2007), que se divide en tres sectores:

- 1) Sector primario: Comprendido de la letra A hasta la C
- 2) Sector secundario: Comprendido de la letra D hasta la F
- 3) Sector terciario: Comprendido de la letra G hasta la Q

Según sea el sector el cual la empresa se dedique la empresa, la situaremos en la tabla 10, como se ve a continuación.

Tabla 10: Motivaciones de la internacionalización de las empresas brasileñas en Chile

Estrategia Corporativa Sector de Actividad	Búsqueda de Recursos Naturales	Búsqueda de Eficiencia	Búsqueda de Mercados	Búsqueda de Activos Estratégicos
Primario	<ul style="list-style-type: none"> • CVDR 			
Secundario	<ul style="list-style-type: none"> • Gerdau S.A. • Rexam Chile S.A. 		<ul style="list-style-type: none"> • Constructora N. Odebrecht S.A • Camil Alimentos S.A • Tigre S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alpargatas Santista Textil S.A.
Terciario			<ul style="list-style-type: none"> • Banco Itaú • Banco do Brasil • Petrobras S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> • Companhia A-Port S.A.

Fuente: Elaboración propia en base CEPAL 2002 y 2004.

Como se puede observar en la tabla 10, en el sector primario se encuentra la Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), que llega a Chile en búsqueda de diversificar su matriz de cobre, la compañía actúa en Chile a través de su filial Compañía Minera Latino Americana (C.M.L.A), en el yacimiento “Tres Valles” en Coquimbo y busca la extracción del mineral para su posterior exportación.

Dentro del sector secundario se destacan varias empresas que adoptan diferentes estrategias para ingresar al mercado chileno, como por ejemplo Gerdau S.A. que invierte a través de Gerdau AZA S.A., la empresa del sector siderúrgico chileno orientada a la producción y abastecimiento de barras y perfiles de acero laminado, como estrategia utiliza la ventaja local de producción de mineral de hierro, además experiencia en el rubro que aporta la empresa AZA Ltda. que fue comprada en su totalidad por Gerdau S.A., además podríamos identificar que la compra de AZA Ltda. hace parte de una estrategia de expansión Latinoamericana del Grupo Gerdau.

Dentro del mismo sector se encuentran empresas como Tigre S.A. adquiere Fanaplas en 1997, dando el primer paso para lograr su visión “Ser la empresa líder en tuberías de Latino América”, esa adquisición aporta para tener el conocimiento del mercado chileno, luego de dos años de haber ingresado adquiere las empresas Plástica 21, Reifox y Saladillo, reforzando así su estrategia en el mercado local, de la misma forma entra Camil S.A. que en el año 2009 adquiere la empresa Tucapel S.A., una empresa del rubro alimenticio en Chile, esa decisión de compra es parte de una estrategia corporativa de Camil S.A. de expansión por Latinoamérica, de diferente forma ingresa la Constructora Norberto Odebrecht, a diferencia de las empresas anteriores no adquiere ninguna compañía en Chile, en 1979 realiza su primera construcción en Chile, la empresa básicamente ingresa en búsqueda de nuevos mercados y expansión geográfica.

Dentro del proceso de expansión Latinoamericano, el Grupo Camargo Correa, busca a través de la diversificación de negocios, la estrategia para seguir

siendo uno de los grupos económicos más importantes de Brasil y del mundo, la empresa es creada con la naturaleza de constructora, luego empieza el proceso de expansión y diversificación del grupo haciendo diversas inversiones en diferentes rubros, una de esas inversiones fue la adquisición del control de Alpargatas S.A. en el año 2002, para así en el siguiente periodo en Camargo Correa Inversiones S.A y Alpargatas S.A. compran la totalidad de los activos de Santista Textil S.A, empresa brasileña del rubro de fabricación de tejidos, la primera multinacional del rubro textil brasileña, con presencia en Brasil, Chile y Argentina y líder de Latino América en denim y tejidos workwear. En el año 2006 los inversionistas de Santista Textil S.A., se fusiona con Tavex S.A., empresa española del mismo rubro fabricación de tejidos, con la extinción de la primera y la absorción de todo el capital por la segunda, de esta forma Santista Textil pasa a ser parte del Grupo Tavex, como empresa controladora, el producto de esa fusión los controladores anteriores, Camargo Correa Inversiones S.A. y Alpargatas S.A., pasan a ser accionistas de Tavex S.A., que con la fusión pasa a ser la líder mundial en producción y comercialización de tejidos denim.

Otra de las inversiones del Grupo Camargo Correa fue la creación de la empresa A-Port S.A., creada el año 2007, por medio de joint-venture entre Camargo Correa Inversiones em Infraestructura (80%), Unique (15) y la empresa chilena Gestión y Ingeniería IDC (5%), que al momento de la constitución de la empresa poseía la concesión de tres aeropuertos en Chile, que se transfiere bajo el control de A-Port S.A.

En el sector terciario se incorporan dos bancos brasileños, Banco Itaú y Banco do Brasil, Itaú que es el mayor banco privado de América Latina, vienen a Chile cumpliendo con su estrategia de implantación de la marca en Sudamérica y dar el soporte necesario para sus clientes en Chile, la empresa entra a Chile con la compra del BankBoston Chile, que era controlado por Bank of América.

El Banco do Brasil es uno de los más antiguos en Chile, su ingreso al mercado chileno es en 1963, en búsqueda de dar el soporte necesario para sus clientes brasileños y el apoyo para las empresas que tenían negocios en Brasil.

La entrada de Petrobras S.A. esta direccionada a la conquista de los mercados chilenos, forma parte de una estrategia de consolidación de la empresa en el mercado Latino Americano, cabe destacar que la empresa ya tenía presencia en otros cuatro países antes de entrar a Chile a través de la compra de activos de Exxon Chile en 2008, asumiendo el control de 230 estaciones de servicios a largo del país.

En la tabla 11 se busca identificar las estrategias adoptadas por las empresas para ingresar al mercado chileno a través de sus filiales.

Tabla 11: Estrategias de entrada al mercado chileno de las empresas brasileñas

		Itaú Chile Holdings, Inc.	C.M.L.A Ltda.	Gerdau Chile Ltda.	Odebrecht Chile S.A.	Camil Chile S.A.	Tigre Inversiones Ltda.	Petrobras Chile S.A.	Rexam Chile S.A.	Banco do Brasil S.A.	AST Textil de Chile Ltda.	A-Port Chile S.A.	
Inversión Externa	Inversión en filial	Según su naturaleza											
		Comercial		X	X	X	X	X	X				
		Fabricación	X	X	X	X	X		X			X	
			X	X				X	X				
	Financiera	X								X			
	Instrumental				X							X	
	Según su interrelación												
	Cuasi-Autónoma		X		X						X		
	Integrada	X	X				X	X	X	X		X	
	Inversión mixta (Joint Ventures)				X								
	Oficina de representación en el exterior	X		X						X			
	Consorticios en el exterior		X										

Fuente: Elaboración propia a partir de Johnson y Scholes (1999) y Bueno (1996).

Podemos observar en que no hay una tendencia estratégica clara seguida por las empresas al momento de ingresar a Chile, las estrategias según la naturaleza de la filial es tan diversificada como los sectores a las cuales van direccionadas, prevaleciendo la opción de implementar la filiales de fabricación.

Con respecto a la interrelación que tiene la filial con la matriz, las empresas brasileñas optan que sus filiales sean integradas, siendo las decisiones estratégicas adoptadas por la filial en Chile, son definidas por la matriz que se encuentra en Brasil.

CAPÍTULO VI

Análisis estratégico y económico de las empresas

6.1. Análisis descriptivo de las estrategias entre las empresas brasileñas y chilenas.

Para analizar las estrategias de internacionalización de las empresas e identificar el comportamiento de estas al momento de ingresar a otro país, realizaremos la comparación entre las estrategias adoptadas por las empresas brasileñas al momento de instalar una filial en Chile y empresas chilenas al momento de instalar una filial en Brasil, para eso separamos el proceso de internacionalización en dos grupos, 1) las motivaciones, por la cual conlleva a las empresas elegir el país de destino de las inversiones y 2) las estrategias, que adoptan en dicho mercado, para hacer que su filial sea competitiva en el país de destino.

Luego de analizar las motivaciones y las estrategias de las empresas se observa que estas pueden tener más de una motivación para ingresar a los mercados y adoptar más de una estrategia para hacer competitiva su filial (ver anexo 3), es por ello que se procedió a agrupar las motivaciones y estrategias por país, luego se calcula el porcentaje en base al total de motivaciones y de estrategias, para así multiplicar el factor por la cantidad de empresas internacionalizada en cada país, con el objetivo de conocer con exactitud la cantidad de empresas que elegirían una y solo una de cada motivación y estrategia (ver tabla 12).

Tabla 12: Resumen de las estrategias y motivaciones de las empresas

		Estrategias y Motivaciones		Porcentaje		Empresas		
		Chile	Brasil	Chile	Brasil	Chile	Brasil	
Motivaciones para entrar al mercado	Búsqueda de Recursos Naturales	5	3	36%	27%	4	3	
	Búsqueda de Eficiencia	2		14%		1		
	Búsqueda de Mercados	7	6	50%	55%	5	6	
	Búsqueda de Activos Estratégicos		2		18%		2	
	Total	14	11	100%	100%	10	11	
Inversión Externa	Inversión en filial	Según su naturaleza						
		Comercial	10	5	42%	26%	4	3
		Fabricación	8	6	33%	32%	3	3
		Investigación y desarrollo	5	4	21%	21%	2	2
		Financiera		2		11%		1
		Instrumental	1	2	4%	11%		1
	Total Según naturaleza	24	19	100%	100%	10	10	
	Según su interrelación	Cuasi-Autónoma	7	4	70%	36%	7	4
		Integrada	3	7	30%	64%	3	6
		Total según interrelación	10	11	100%	100%	10	10
Total inversión filial	34	30	97%	91%	10	10		
Inversión mixta (Joint Ventures)	1	1	3%	3%				
Oficina de representación en el exterior		2		6%		1		
Consortios en el exterior								
Total	35	33	100%	100%	10	11		

Fuente: Elaboración propia.

Podemos decir que dentro de la muestra de las empresas chilenas que deciden hacer inversión directa en Brasil, una de sus mayores motivaciones es la búsqueda de nuevos mercados con un 50% de la preferencia, luego la búsqueda de recursos naturales con un 36%.

Con respecto a la muestra de empresas brasileñas que deciden internacionalizarse en Chile, la búsqueda de mercado con un 55% es la principal motivación, seguida de la búsqueda de recursos naturales con un 27% de la preferencia de las empresas.

Dentro de las estrategias de inversión directa, el 97% las empresas chilenas deciden invertir en filiales, ya sea por adquisición o creación, de estas el 42% corresponden a filiales comerciales y un 33% corresponden a filiales de fabricación, según el grado de interrelación con la matriz el 70% de las filiales instaladas en territorio brasileño son cuasi-autónomas y el 30% son integradas, y solo el 3% de las empresas chilenas ingresan a Brasil a través del joint venture, dentro de la muestra no se encuentran empresas que adopten como estrategia de entrada, tener una oficina de representación en Brasil o que sea parte de un consorcio.

Por otro lado tenemos las empresas brasileñas que del total de las inversiones directa materializada, el 91% de ellas optan como estrategia de entrada a Chile, la inversión en filiales, ya sea adquiriendo la totalidad o la parcialidad que otorgue el control de la empresa o por creación de una nueva empresa, y de estas según su naturaleza un 32% son de fabricación y 26% son comerciales, según la interrelación con la matriz el 64% de las filiales son integradas y el 36% cuasi-autónoma, el 6% del total optan por ingresar a través de oficina de representación en Chile y 3% del total optan por crear un join venture, ninguna de las empresas dentro de la muestra optaron por el consorcio como estrategia de entrada a Chile.

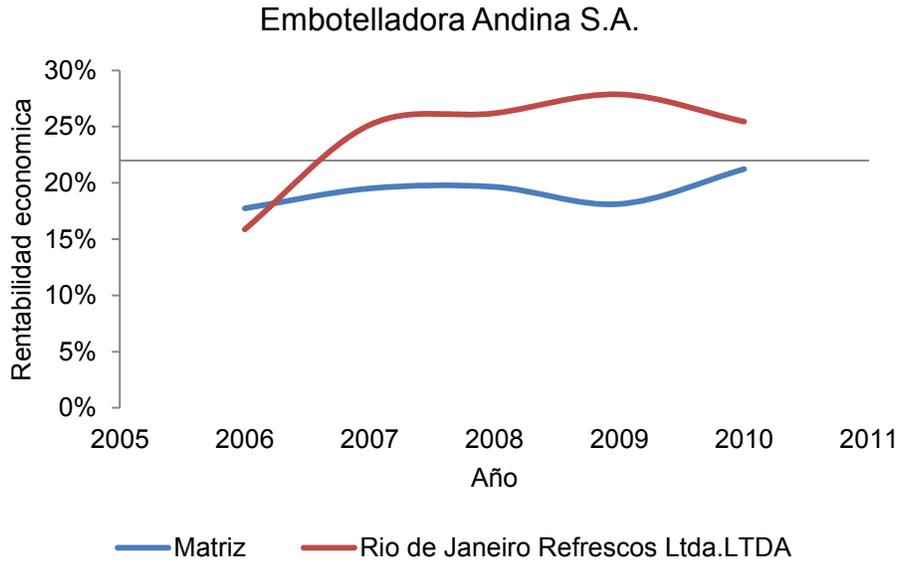
6.2. Análisis de la rentabilidad de la matriz en comparación rentabilidad observada en las filiales.

Para el análisis de la rentabilidad de las empresas chilenas en comparación con sus filiales en Brasil, de un total de 10 empresa solo se obtuvo la información pertinente de seis de estas, bebido a que algunas empresas como CMPC y Cencosud ingresaron recientemente al mercado brasileño, además Farmacias ahumada de retiro del mercado y Codelco no presenta información detallada de sus filiales del extranjero.

Con la información de recopilada de las seis empresas chilenas procedemos a calcular la rentabilidad económica considerando el ratio BAIT / Total Activos. El cual nos indica la capacidad económica de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados.

Podemos observar que al comparar la rentabilidad de Embotelladora Andina S.A. versus su filial en Brasil, la filial tiene un mejor rendimiento a partir del año 2007, y eso se mantiene así por los demás periodos del estudio, mientras que la matriz se encuentra por debajo del promedio (ver gráfico 8).

Gráfico 8: Rendimiento de Embot. Andina S.A.



Fuente: Elaboración propia.

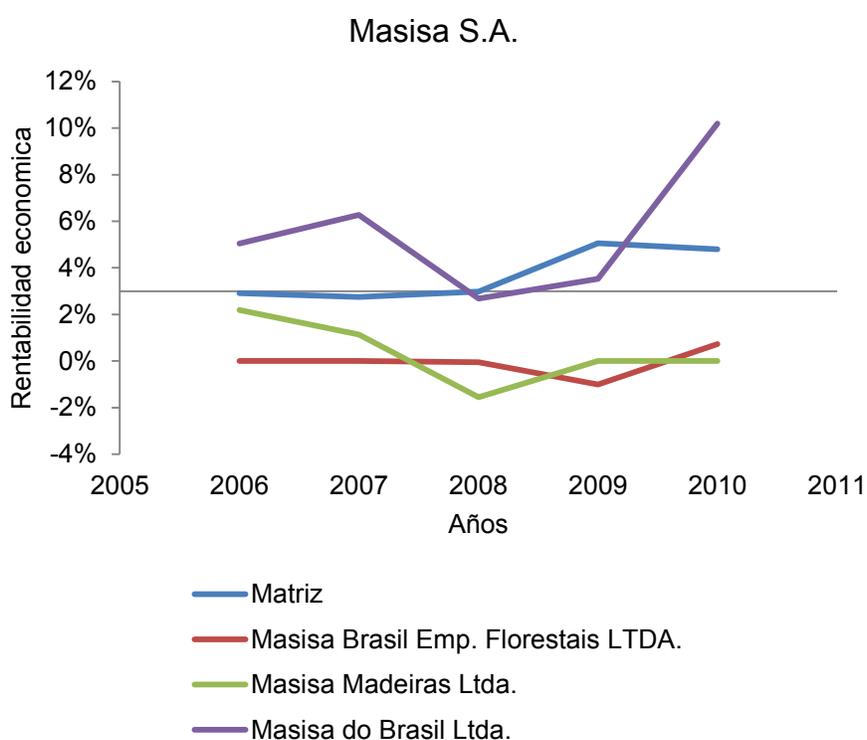
Por lo tanto podemos decir que la importancia que tiene la filial brasileña para la empresa es muy relevante, generando los activos de la filial un promedio 24,1% de rentabilidad comprado con un promedio de 19,25% de la matriz en Chile.

Al analizar Masisa S.A. se observa que la matriz posee un rendimiento de 3,7% sobre el promedio del rendimiento total de la empresa 2,4% (ver tabla 13), pero al comparar la matriz de forma individual con las filiales en Brasil se observa que la filial Masisa Do Brasil obtiene mayores rendimientos en los años 2006 al 2007, para los años 2008 y 2009 hay una caída en el rendimiento de esta filial lo cual se explica por la crisis Subprime, aparentemente la crisis afecto más a Brasil que Chile, ya que la matriz mantuvo y aumentó el rendimiento de sus activos durante ese periodo.

Las otras dos filiales de Masisa en Brasil poseen un bajo rendimiento de sus activos ya que Masisa Brasil Empreendimentos Florestais Ltda. fue creada en el año 2008.

Masisa madeiras tiene un rendimiento bajo al promedio, además en el año 2009, vendió por US\$70 millones los principales activos de su filial, entre los que se encontraron un aserradero en Rio Negrinho, una línea de moldura, una planta de cogeneración y 13.511 hectáreas de terrenos forestales, de las cuales el 53% estaba plantado. Los fondos de la venta de estos activos se destinaron a pagar parte de la deuda de corto plazo de Masisa.

Gráfico 9: Rendimiento de Masisa S.A.



Fuente: Elaboración propia base a datos de las memorias anuales Masisa S.A. año 2006 - 2010.

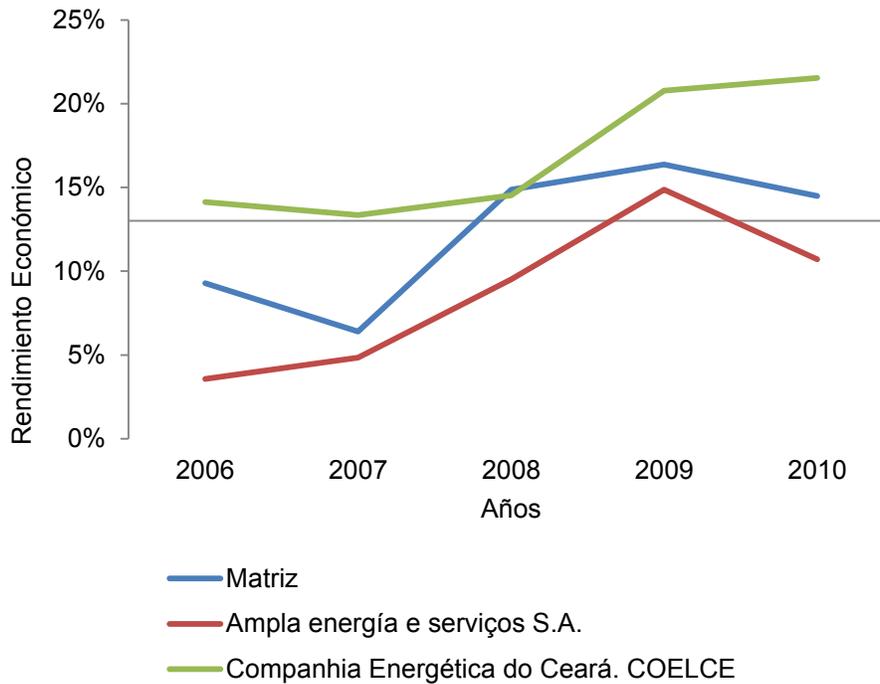
No podemos dejar de mencionar que Masisa adoptó IFRS para la preparación de sus estados financieros a partir del año 2009, lo que implicó que los activos biológicos se contabilizaran a su valor justo (fair value) menos los costos de cosecha y gastos de traslado hasta el punto de venta.

El valor justo de los activos biológicos se determina a través del valor presente de los flujos futuros de caja que generan los activos biológicos al momento esperado de cosecha.

Madeco S.A. posee un rendimiento similar entre su matriz y su filial ubicada en Brasil (ver tabla 13), pero el año 2008 se genera un incremento del rendimiento en la filial brasileña dado que vende la unidad de cables, lo cual generó que resultado no operacional aumentara. Fundamentalmente derivado de: una mayor utilidad por concepto de otros ingresos fuera de la explotación. Para los años posteriores a la venta de la unidad de cables se produce una diferencia significativa entre el rendimiento de la matriz y la filial en Brasil siendo esta última con un rendimiento negativo del -18,76% y -19.87% para los años 2009 y 2010 respectivamente (ver tabla 13).

Al analizar el rendimiento de los activos de Enersis de forma individual versus filial podemos decir que la Companhia Energética do Ceará (COELCE) tiene un rendimiento un poco superior a la matriz, llegan para el año 2008 a equipararse los rendimientos con la matriz, luego en los años 2009 y 2010 la diferencia vuelve a incrementarse (ver gráfico 10). Por otro lado la filial Ampla energia e serviços S.A. mantiene un rendimiento al de la matriz durante todo el periodo estudiado.

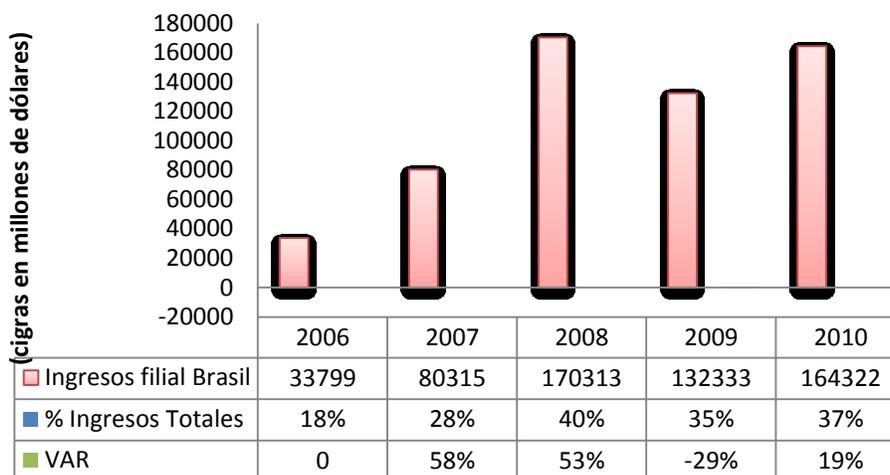
Gráfico 10: Rendimiento de Enersis



Fuente: Elaboración propia base a datos de las memorias anuales Enersis S.A. año 2006 - 2010.

Las operaciones de Sonda S.A. en Brasil crecieron en el ámbito de los ingresos y EBITDA. Los ingresos generados en Brasil, crecieron en promedio un 25% entre el 2006 y 2010 respectivamente. En el 2008 se observa que el 40% de los ingresos se generan en Brasil, además se prestar atención en la disminución de los ingresos generados en Brasil de un 29% respecto a 2008, que refleja fundamentalmente la postergación de proyectos de implementación SAP dentro de la línea de negocios de servicios TI (ver gráfico 11).

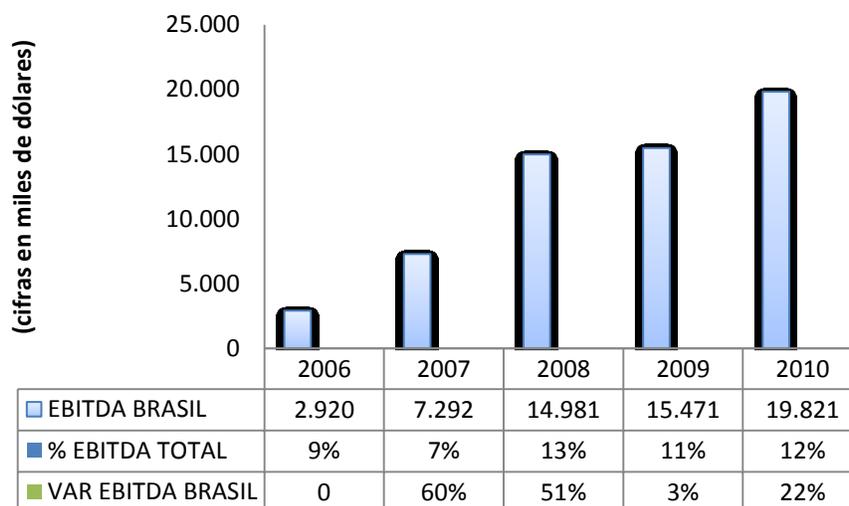
Gráfico 11: Ingresos Sonda S.A. y Filial en Brasil



Fuente: Elaboración propia base a datos de las memorias anuales Sonda S.A. año 2006 - 2010.

En relación al EBITDA, presenta variaciones hasta un 60% de incremento en el año 2007, en el 2008 crece un 51%, en el 2009 solo aumenta un 3%, pero en el 2010 crece un 22% respectivamente (ver gráfico 12).

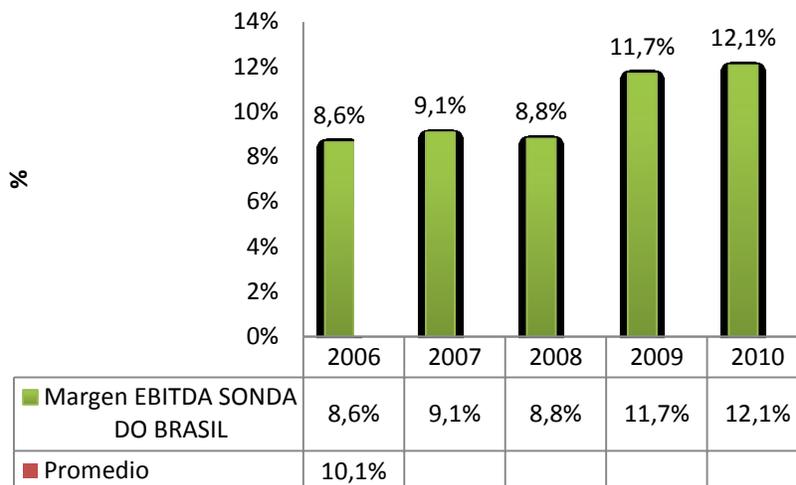
Gráfico 12: EBITDA Sonda S.A. y filial en Brasil



Fuente: Elaboración propia base a datos de las memorias anuales Sonda S.A. año 2006 - 2010.

El margen EBITDA, corresponde a un 10,1% promedio del 2006 al 2010, lo cual nos dice de la filial en Brasil posee un desempeño operacional que le permite ser eficiente con los ingresos generados en este país (ver gráfico 13).

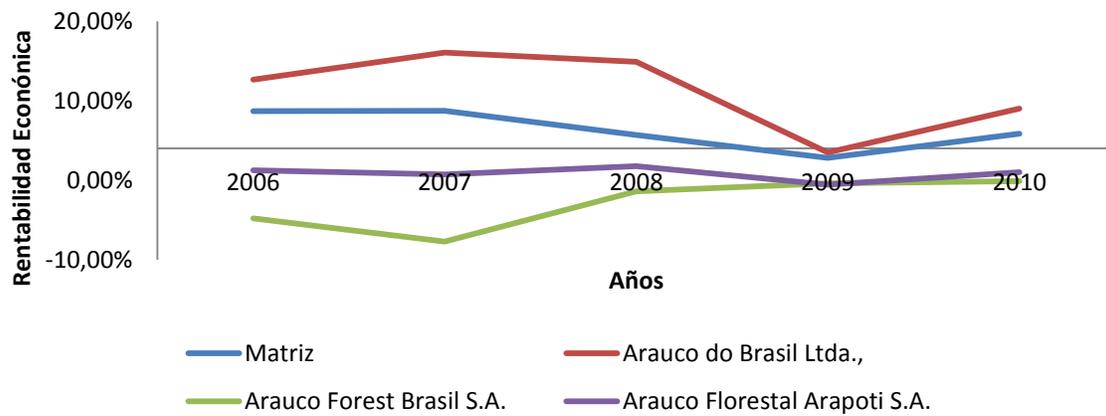
Gráfico 13: Margem EBITDA Sonda Do Brasil



Fuente: Elaboración propia base a datos de las memorias anuales Sonda S.A. año 2006 -2010.

La rentabilidad de los estados individuales de Celulosa Arauco y Constitución S.A. nos muestra que se encuentra sobre el promedio de rentabilidad durante el 2006 al 2008 pero en el 2009 debido a la crisis mundial disminuye su rentabilidad. La filial Arauco do Brasil muestra mayores rendimientos que la matriz y las demás filiales brasileñas pero también es afectada por la crisis mundial en el 2009 con una caída considerable (ver gráfico 14), en cambio Arauco Forest muestra rendimientos negativos durante los cinco años del periodo de estudio dado que esta filial se encarga de la forestación y reforestación de los bosques, por otro lado Arauco Floresta Arapotí no muestra grandes variaciones en el rendimiento de sus activos puesto que esta filial es la encargada de las plantaciones forestales en Brasil.

Gráfico 14: Rendimiento de Celulosa Arauco y sus filiales brasileñas



Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla podemos ver los rendimientos de las empresas chilenas y sus respectivas filiales en Brasil.

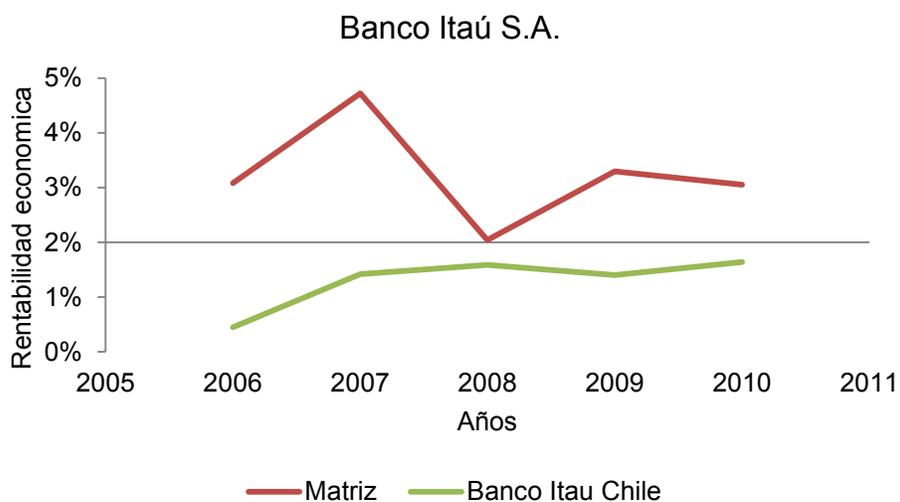
Tabla 13: Rendimiento de las empresas chilenas versus filial en Brasil

		Año					Promedio/Años	Promedio/Empresa
		2006	2007	2008	2009	2010		
Andina S.A.	Matriz	17,73%	19,50%	19,64%	18,12%	21,23%	19,25%	21,67%
	Rio de Janeiro Refrescos Ltda.LTDA	15,86%	25,15%	26,19%	27,87%	25,45%	24,10%	
Masisa S.A.	Matriz	2,92%	2,75%	2,98%	5,06%	4,80%	3,70%	2,65%
	Masisa Brasil Emp. Florestais LTDA.	-	-	-0,05%	-1,01%	0,72%	-0,11%	
	Masisa Madeiras Ltda.	2,19%	1,14%	-1,55%	0,00%	0,00%	0,35%	
	Masisa do Brasil Ltda.	5,05%	6,28%	2,68%	3,53%	10,20%	5,55%	
Madeco S.A.	Matriz	10,31%	7,56%	28,72%	5,55%	0,35%	10,50%	29,38%
	Madeco Brasil Ltda.	9,40%	7,64%	262,95%	-18,76%	-19,87%	48,27%	
Enersis S.A.	Matriz	9,29%	6,41%	14,88%	16,36%	14,49%	12,29%	12,62%
	Ampla energia e serviços S.A.	3,56%	4,85%	9,51%	14,87%	10,70%	8,70%	
	Companhia Energética do Ceará. COELCE	14,13%	13,35%	14,53%	20,78%	21,55%	16,87%	
Arauco S.A.	Matriz	8,71%	8,75%	5,70%	2,81%	5,86%	6,37%	3,89%
	Arauco do Brasil Ltda.,	12,67%	16,05%	14,90%	3,51%	9,00%	11,23%	
	Arauco Forest Brasil S.A.	-4,79%	-7,69%	-1,37%	-0,40%	-0,08%	-2,87%	
	Arauco Florestal Arapoti S.A.	1,25%	0,73%	1,77%	-0,56%	1,02%	0,84%	

Fuente: Elaboración propia.

Para el caso brasileño la rentabilidad económica de las matrices versus sus filiales, la escases de información fue determinante para este análisis, siendo que de un total de 11 empresas que componen la muestra, en apenas 1, la información se encuentra disponible y útil para el análisis, las demás presentan información incompleta, o sea, las Demonstrações Contábeis equivalente a los Estados Financieros en Chile, en las compañías que ponen a disposición la información financiera, solamente reportan los estados consolidados de las empresas, al no poseer información de la filial en Chile no es posible concretar el análisis y por lo tanto no se incorporaron dichas empresas, para efectos del análisis de rentabilidad matriz versus filial.

Gráfico 15: Rendimiento de Banco Itaú S.A.



Fuente: Elaboración propia

La única empresa que presenta la información completa es Banco Itaú S.A., que es parte de Itaú Unibanco Holding S.A., la rentabilidad obtenida por el banco en Brasil es relativamente superior a la rentabilidad de la filial en Chile (ver Gráfico 15 y tabla 14), siendo que la matriz está por encima del promedio de rentabilidad en todos los años del periodo estudiado, la disminución en la rentabilidad en el año 2008 es explicada por la fusión por absorción de Banco Itaú Holding Financiera S.A y União de Bancos Brasileiros S.A (Unibanco S.A.), que se concreta en el último trimestre del 2008. Con respecto a la filial chilena si bien su rentabilidad es inferior al promedio, hay una tendencia positiva, cabe destacar que Banco Itaú Chile empieza sus actividades en el año 2006 y por lo tanto es razonable que tarde algunos años en estabilizarse y optimizar sus activos, para llegar estándares de comparación directa.

Tabla 14: Rendimiento de las empresas brasileñas versus filial en Chile.

		Años					Promedio/Años	Promedio/Empresa
		2006	2007	2008	2009	2010		
Banco Itaú	Matriz	3,08%	4,72%	2,04%	3,30%	3,05%	3,24%	2%
	Banco Itaú Chile	0,45%	1,42%	1,59%	1,40%	1,64%	1,30%	

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSION

A continuación presentaremos las principales conclusiones de nuestra investigación.

En el ámbito de las inversiones directas por países tenemos que Chile, materializa mayores montos de inversión en Brasil, siendo un 3% de la inversión total recibida por los brasileños realizada por Chile, por otro lado Brasil solo invierte un 0,5% del total de inversiones que recibe Chile, según al Comité de Inversiones Extranjera los países que más invierten en Chile es Estados Unidos, seguido por España y Canadá

Los flujos de inversión directa que ingresaron a Brasil en el mismo periodo, además se identificaron los flujos de inversión directa provenientes de Chile, donde se identifico que el 36% de la inversión chilena en Brasil es hacia el sector de energía, luego con un 30% al sector industrial y un 26% al sector servicios entre los más relevantes.

El estudio fue concluyente al no existir mayores discrepancias en las motivaciones que tienen las empresas para elegir como destino de sus inversiones el mercado chileno o el mercado brasileño, la mayoría de las empresas en este estudio se centran en la internacionalización motivadas por la búsqueda de nuevos mercados y en búsqueda de recursos naturales.

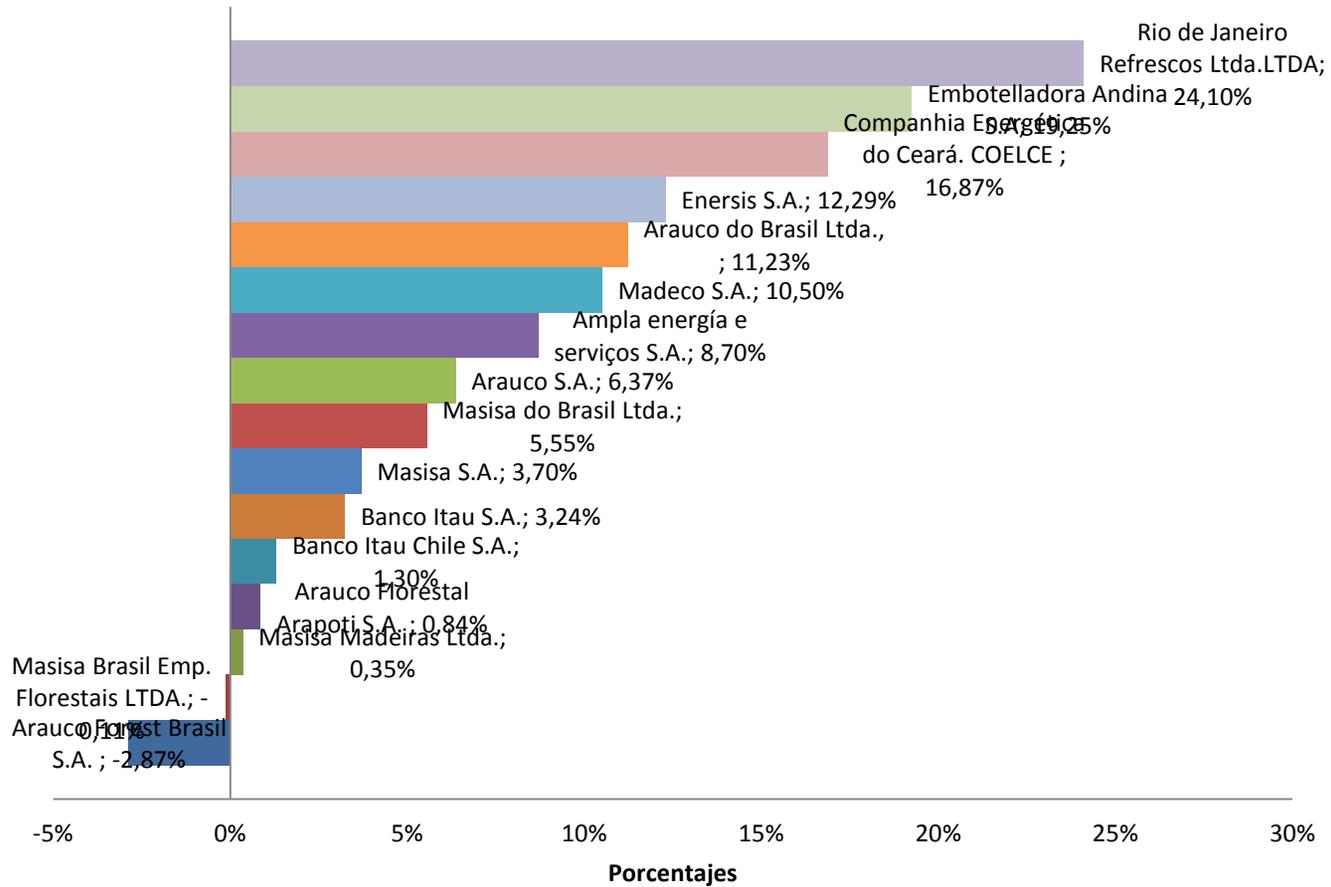
Al momento de la elección de las estrategias de entrada a mercados externos, tanto de las sociedades chilenas como de las sociedades brasileñas, podemos concluir que utilizan la estrategia de inversión externa: "filiales", cuyo porcentaje de representatividad fue de 97% y 91% respectivamente. Por lo tanto, la estrategia de internacionalización de inversión en filiales fue la forma de entrada a mercados externos más utilizada por las sociedades. Esto se puede explicar por el mayor grado de compromiso y control que tiene la inversión directa en los mercados externos.

También se puede observar que las sociedades chilenas y brasileñas internacionalizadas hace referencia a que las sociedades chilenas invierten un 42% en filiales comerciales, en cambio las sociedades brasileñas invierten un 32% en filiales de fabricación y ambos países invierten en la misma cantidad en investigación y desarrollo.

Al analizar la parte económica de las empresas se observa que el comportamiento de la rentabilidad económica, tanto de las empresas matrices como de sus filiales, y dentro del conjunto de empresas de ser matriz o filial las empresas que obtuvieron la mayor rentabilidad fueron Rio de Janeiro Refrescos Ltda. con una rentabilidad promedio de los 5 años estudiados del 24,10%, se encuentra instalada en Brasil desde 1993, siendo la empresa de mayor trayectoria en el mercado brasileño. La segunda mayor rentabilidad se atribuye a la matriz Embotelladora Andina S.A. con 19,25%, que se encuentra en Chile, seguida por Companhia energética do Ceará (COELCE), con un 16,87%, instalada en Brasil.

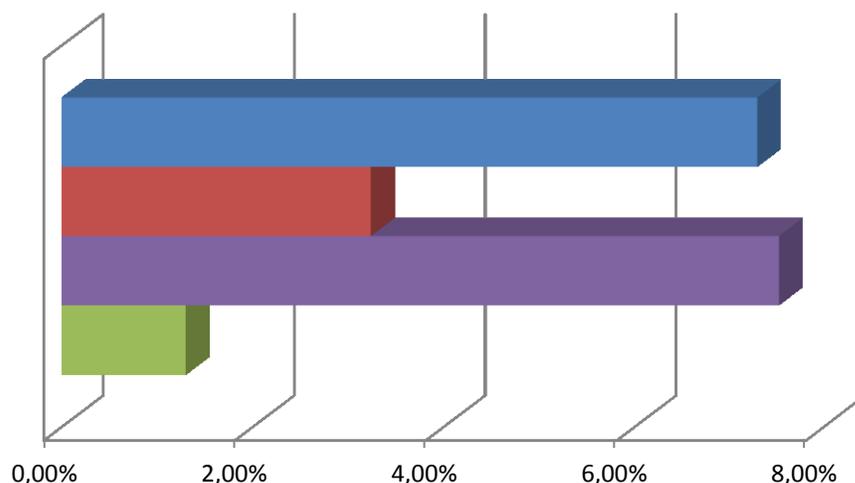
Del total de la muestra las empresas que obtuvieron la menor rentabilidad dentro del periodo de estudio fueron Arauco Forest Brasil, con una rentabilidad negativa del -2,87%, y Masisa Brasil Emp. Florestales Ltda. con rentabilidad negativa de -0,11%, (Ver Gráfico 16).

Gráfico 16: Rentabilidad de las empresas y sus filiales



Con la intención de saber cual es el país más rentable para las empresas, se hace la comparación del promedio de la rentabilidad obtenida por las empresas matrices en sus países de origen versus el promedio de la rentabilidad de sus filiales en el país destino. Antes de todo cabe destacar que esta comparación no es concluyente debido a que la muestra de empresas brasileñas no es representativa, siendo el promedio de rentabilidad, en este caso, compuesto por una empresa que es Banco Itaú S.A. como matriz y Banco Itaú Chile S.A. como filial.

Gráfico 17: Promedio entre Matrices y Filiales



Promedio de Matrices y Filiales	
■ Matrices Chile	7,29%
■ Matriz Brasil	3,24%
■ Filiales en Brasil	7,52%
■ Filial en Chile	1,30%

Al hacer el análisis se observa que las matrices chilenas con un 7,29% promedio de rentabilidad, tienen un mejor desempeño que la matriz brasileña con un promedio de 3,24%, en el caso de las filiales Chile sigue desempeñándose mejor, siendo el promedio de rentabilidad de las filiales instaladas en Brasil de

7,52%, mientras que la filial brasileña instalada en Chile obtiene una rentabilidad promedio del 1,3% durante los 5 años de estudio.

En relación a los resultados obtenidos sobre el rendimiento promedio de las empresas chilenas versus filial en Brasil, se aprecia que las filiales son más rentables en este país que en Chile, en cambio las empresas brasileñas que invierten en Chile son menos rentables en Chile.

Por último, referente a las conclusiones y limitaciones de la investigación, queremos mencionar, que aún queda mucho por investigar sobre internacionalización de empresas, las estrategias más utilizadas o la relación empresa tipo de estrategia, pero tenemos la convicción que esta memoria servirá de base para futuros estudios.

BIBLIOGRAFIA

▪ Libros, revistas y memorias.

Alonso, A. (1994). "El proceso de internacionalización de la empresa" en Revista ICE, núm. 725, pp. 127-143, Madrid.

Álvarez, Roberto. (2002): "Inversión extranjera directa en Chile y su impacto sobre la Productividad" Santiago, Chile. Universidad de Chile, Departamento de Economía.

Arahuetes, Alfredo. (2008): "La internacionalización de las empresas españolas en Brasil", publicado por El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Instituto de Crédito Oficial (ICO) y el Real Instituto Elcano (RIE).

Arauco (2010), Memoria anual 2010, Santiago de Chile.

Ayllón, Bruno. (2004): "Las relaciones entre Brasil y España ponderadas desde la perspectiva de la política exterior brasileña, (1979 – 2000)" Madrid. Universidad Complutense de Madrid, Depto. de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales.

Buckley, P. y Casson, M. (1976): "The future of the multinational Enterprise", MacMillan, Londres.

Bueno, E. (1996): "Dirección estratégica de la empresa: metodología, técnicas y casos", Madrid: Pirámide.

Calderón, Á. y S. Griffith-Jones (1995): Los flujos de capital extranjero en la economía chilena. Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Calderón, Alvaro (2006), “El modelo de expansión de las grandes cadenas minoristas chilenas”, Revista de la CEPAL, N° 90 Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Calvo, J. (1993): “La internacionalización de las PME manufactureras Españolas”. Economía Industrial.

CEPAL (2012): “La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe del año 1997 al 2010”, publicación Cepal, Santiago.

CMPC (2009), Memoria anual 2009, Santiago de Chile.

CMPC (2004), Memoria anual 2004, Santiago de Chile.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) “Inversión directa de capitales chilenos en Brasil 1990 – junio 2011”, publicación DIRECON, Santiago.

Dunning, J (1977): “Trade, location of economic activity, and the multinational enterprise” A search for an eclectic approach.

Dunning, J. (1979, 1981): “Explaining the international direct position of countries: towards a dynamic or developmental approach”.

Dunning J. (1980): “Towards an eclectic theory of international production”.

Dunning, J. (1988): “The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions”,

Durán, J. (2001): "Estrategia y economía de la empresa multinacional", Editorial Pirámide, Madrid.

Feller Rate, (2005): Informe de clasificación, Embotelladora Andina.

Galán, J. y J. González (2000). "Factores explicativos de la inversión directa española en el exterior", Revista de Economía,

Gobierno de Chile, Comité de Inversiones Extranjeras "Macroeconomía", publicación CINVER, Santiago.

González, Julián. (1995) "Análisis de la empresa a través de su información económica-financiera. Madrid, Editorial Pirámide, 1995.

Hachette, Dominique. (1998). Privatizaciones: Reforma estructural pero inconclusa. En: Larraín, F.; Vergara, R. La Transformación Económica de Chile. Centro de Estudios Públicos, Santiago de Chile.

Hill, Charles. (2007): "Negocios internacionales", Editorial Mc Graw Hill, Bogotá.

Hirsch, S. (1976): "An International Trade and Investment Theory of the Firm".

Jara L. (2000): "La pequeña y mediana empresa (PYME) ante la globalización de la economía". [en línea] <<http://www.5campus.org/leccion/pyme2>> [22/04/2012]

Jarillo, J. (1991). "Estrategia internacional". España. McGraw-Hill.

Johnson, G. y Scholes, K. (2001): "Dirección estratégica", Madrid: Prentice Hall.

Krugman P. (2006). "Economía internacional. Teoría y práctica", Mc Graw Hill. Madrid.

Krug J. y Trevino, L. (2007). Foreign direct investment from Latin America and the Caribbean, en: Transnational Corporations.

López, Dorotea y Muñoz, Felipe. (2008): "Inversiones brasileñas en América del Sur. La perspectiva de los Países Andinos: el caso de Chile" Santiago, Chile. Universidad de Chile.

López, Dorotea y Muñoz, Felipe. (2008): "La inversión extranjera directa: el caso de los capitales brasileños en Chile". Santiago, Chile. Universidad de Chile, Instituto de Estudios Internacionales.

Madeco (2005), Memoria anual 2005, Santiago de Chile.

Medina, Alex. (2005): "Causas de la internacionalización de la empresa", Revista Análisis Económico, México.

Medina, Alex. y González, J. (2007): "Caracterización de la inversión directa de empresas españolas en empresas chilenas", Revista Análisis económico, México.

Medina, Alex. (2009) Unidad: Análisis Estratégico [Dispositiva] Universidad del Bio-Bio. Chillán, Chile.

Mihaescu, Olga. y Rialp, Alex. (2005): "La internacionalización de la empresa española en los nuevos estados miembros de la UE", España.

Nieto, A. y Llamazares O. (1997): "Marketing internacional". Madrid, Pirámide.

Pla Barber, J. y León, F. (2004). "Dirección de empresas internacionales". España, Prentice Hall.

- **Sitios webs**

Comité de inversiones exteriores. [en línea] <<http://www.inversionextranjera.cl/>> [consulta: 20 mayo 2012].

Banco central de Chile. [en línea] <<http://www.bcentral.cl>> [consulta: 20 mayo 2012].

Banco do Brasil. [en línea] <<http://www.bb.com.br>> [consulta: 20 mayo 2012].

Bolsa de Valores de São Paulo. [en línea] <<http://www.bmfbovespa.com.br>> [consulta: 20 mayo 2012].

Instituto Brasileiro de Geografía e Estadística. [en línea] <<http://www.ibge.gov.br>> [consulta: 22 mayo 2012].

Instituto Nacional de estadísticas Chile. [en línea] <<http://www.ine.cl>> [consulta: 22 mayo 2012].

Ministerio de relaciones exteriores Brasil. (ITAMARATY). [en línea] <<http://www.itamaraty.gov.br/>> [consulta: 20 mayo 2012].

Ministerio de relaciones exteriores Chile. (DIRECON). [en línea] <<http://www.direcon.gob.cl> /> [consulta: 20 mayo 2012].

Superintendencia de seguros y valores. [en línea] <<http://www.svs.cl>> [consulta: 20 mayo 2012].

ANEXO N°1

Muestra de estudio: Sociedades chilenas internacionalizadas

Sociedades

Emb. Andina S.A.

Masisa S.A.

Madeco S.A.

CMPC

FASA

Sonda S.A.

Arauco S.A.

Codelco

Cencosud S.A.

Enersis

ANEXO N°2

Muestra de estudio: Sociedades brasileñas internacionalizadas

Sociedades

Itaú Chile Holdings, Inc.

C.M.L.A Ltda.

Gerdau Chile Ltda.

Odebrecht Chile S.A.

Camil Chile S.A.

Tigre Inversiones Ltda.

Petrobras Chile S.A.

Rexam Chile S.A.

Banco do Brasil S.A.

AST Textil de Chile Ltda.

A-Port Chile S.A.

ANEXO N°3

Análisis de las estrategias entre las empresas brasileñas y chilenas

Análisis de las estrategias entre las empresas brasileñas y chilenas

		Chile										Brasil											
		Emb. Andina S.A.	Masisa S.A.	Madeco S.A.	CMPC	FASA	Sonda S.A.	Arauco S.A.	Codeico	Cencosud S.A.	Enerjis	Itaú Chile Holdings, Inc.	C. M. L. A Ltda.	Gerdau Chile Ltda.	Odebrecht Chile S.A.	Camil Chile S.A.	Tigre Inversiones Ltda.	Petrobras Chile S.A.	Rexam Chile S.A.	Banco do Brasil S.A.	AST Textil de Chile Ltda.	A-Port Chile S.A.	
Motivaciones para entrar al mercado	Búsqueda de Recursos Naturales		X	X	X			X	X				X	X					X				
	Búsqueda de Eficiencia		X						X														
	Búsqueda de Mercados	X			X	X	X	X	X		X			X	X	X	X			X			
	Búsqueda de Activos Estratégicos																					X	X
Inversión Externa	Inversión en filial	Según su naturaleza																					
		Comercial	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X		X	X	X	X				
		Fabricación	X	X	X	X			X	X	X	X		X	X		X		X				X
		I+D		X					X	X	X	X		X	X			X	X				
		Financiera																			X		
		Instrumental											X			X							X
		Según su interrelación																					
	Cuasi-Autónoma	X		X		X	X		X	X	X			X		X						X	
	Integrada		X		X				X			X	X			X	X	X	X	X	X		X
		Joint Ventures								X					X								
	Oficina de representación en el exterior										X		X										
	Consortios en el exterior											X											

Fuente: Elaboración propia en base a Cepal 2002/2004, Johnson y Scholes (1999) y Bueno (1996)