

## **EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN EN COLOMBIA: LA INCIDENCIA DE LA INVERSIÓN, LAS FUSIONES Y LAS ADQUISICIONES EN LA OPERACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA.**

En el caso colombiano, se considera que las motivaciones para que una empresa colombiana se convierta en una multinacional radican en varios retos que implica el entrar en mercados internacionales en aspectos relacionados con el mercado (comerciales); otros relacionados con el ahorro en costos de operación y acceso tecnológico (administrativos), y finalmente los relacionados con impuestos, incentivos y condiciones en el mercado de destino (políticos); lo cuál se ha visto reflejado en la inversión hecha por empresas colombianas en Ecuador, Perú, México y Venezuela (Franco, 2000).

Estudios previos realizados por Franco (2000) en empresas colombianas que han tomado la decisión de convertirse en Empresas Multinacionales en Colombia, confirman diez motivaciones básicas para ello, según el orden de importancia y de manera general son:

1. expandirse en mercados nuevos
2. defender y expandir mercados existentes
3. deseo de estimular las exportaciones de la casa matriz
4. acumular experiencia internacional
5. deseo de estar cerca de los mercados de exportación
6. acceso a terceros mercados
7. limitaciones del mercado colombiano
8. seguir los clientes
9. presiones competitivas en el mercado colombiano
10. diversificación del riesgo financiero

Según este mismo estudio, para las empresas comerciales la importancia radica en expandirse en nuevos mercados y deseo de estimular las exportaciones de la casa matriz como las más importantes, mientras que para las empresas manufactureras la función esta en los nuevos mercados y defender y expandir los mercados existentes. Para las empresas multinacionales colombianas que tienen sede en Ecuador y México confirman la importancia de los factores establecidos por las empresas manufactureras, mientras que para las empresas con sede en Perú buscan expandirse en mercados nuevos y acumular la experiencia internacional además del acceso a terceros mercados. Para las empresas con sede en Venezuela, la importancia radica en utilizar innovaciones sobre productos o procesos en el exterior y deseo de estimular las exportaciones de la casa matriz, reflejada también sobre el deseo de estas empresas de estar cerca de los mercados de exportación.

Muchas veces en el esquema de las multinacionales no sólo se enfrentan a la competencia nacional o local, sino también afrontan la entrada de grandes competidores internacionales. Es el caso de aquellas empresas, que a pesar de lograr un posicionamiento en el mercado local, pueden perder ese "monopolio de mercado" a causa de empresas extranjeras o foráneas que desarrollan un factor de diferenciación frente a las empresas locales y que resulta lo suficientemente lucrativa como para verse afectada por la

competencia presente en el mercado local (Rialp, 1999). Esto se da debido a que las tendencias del mercado son cambiantes, y sobre todo en mercados emergentes, donde no existe claramente fidelidad del cliente hacia la marca o el producto de una compañía ya sea nacional o internacional. El factor clave hoy en un mundo globalizado y frente al reto chino es la diferenciación (Porter, 1994).

Además, son muchos los casos en que el ingreso de grandes empresas internacionales en esquemas de competencia y mercado imperfectos, favorece la aparición de grandes empresas multinacionales, que a su vez, generan procesos de adquisición de empresas locales a manos de empresas extranjeras que buscan un posicionamiento en dicho mercado.

Es claro que el programa de apertura económica desarrollado en el año 1991 durante el gobierno de Cesar Gaviria ha tenido un impacto fuerte sobre las estrategias de las empresas colombianas. Muchas de ellas, a partir de ese momento, han replanteado sus esquemas de trabajo y proyecciones a largo plazo, y varias de ellas se han reestructurado hasta el día de hoy.

En el caso colombiano, los fenómenos más comunes en la actividad internacional son las adquisiciones o las fusiones de las compañías nacionales con compañías extranjeras, fieles representaciones de problemas financieros que afrontan las compañías locales y recurren a la búsqueda de socios estratégicos, preferiblemente externos, con el fin de generar una recuperación económica de la empresa, sacrificando en algunos casos hasta el nombre o el reconocimiento de marca logrado en el mercado local. Solo basta mirar los casos de las grandes empresas colombianas, que han compartido su actividad empresarial con grandes empresas internacionales como es el caso de *Almacenes Éxito* a través del grupo *Casino (Francia)*, *Bavaria* a través del Grupo *SABMiller (Sudáfrica)*, entre otros.

Las diferentes fusiones y adquisiciones en el mercado colombiano durante el año 2005 posicionaron a Colombia en el segundo lugar a nivel regional, después de Brasil. Colombia, con una economía seis veces menor que la brasilera, según informes de inversión extranjera en Latinoamérica, realizó fusiones y adquisiciones valoradas por USD \$10.200 millones, mientras que Brasil lo hizo por USD \$11,540 millones. Según este informe el negocio que mayor atención se llevó en América Latina fue la compra de *Bavaria* por parte de la multinacional *SABMiller* de Sudáfrica. A este negocio se sumaron varias fusiones y adquisiciones en el sector financiero e industrial durante el año 2005.

De manera general, en el caso del sector financiero en Colombia, se destacó la compra del *Banco Granahorrar* por parte del grupo español *BBVA*, así como el negocio más representativo fue la fusión de *Bancolombia* con la corporación financiera *Corfinsura* y el *Banco Conavi*, con el que se dio vida al grupo financiero más grande de Colombia. El acuerdo para la compra de *Corfinversiones* por parte de *Suramericana de Inversiones* y la adquisición de *Corficolombiana* por *Corfivalle*, fueron otras fusiones que caracterizaron el

movimiento de adquisiciones en el sector financiero durante el transcurso del año 2004 y 2005.

El caso del sector industrial no podría obviarse y quedarse atrás en este sentido. También este sector fue un escenario de importantes transacciones tales como la adquisición de *Coltabaco* por parte de la norteamericana *Philip Morris* así como la adquisición de *Inveralimenticias* por parte de *Inversiones Nacional de Chocolates*. La compra por parte de *Maverick Tube Corporation*, uno de los principales productores norteamericanos de tubería de acero para uso industrial; de las colombianas *Tubos del Caribe S.A.* y *Colmena S.A.*, y la adquisición de *Cementos del Valle* y *Cementos Paz del Río* por parte de *Cementos del Caribe* son otros casos de adquisición de compañías nacionales del sector manufacturero a favor de grandes empresas nacionales y multinacionales.

Otros casos interesantes en Colombia son la adquisición total de *Avianca* por parte del grupo brasileño *Sinergy*, y adicionalmente, cinco empresas nacionales del sector agroquímico que pasaron a manos extranjeras:

1. La japonesa *Arysta LifeScience*, empresa con más de 1900 empleados alrededor del mundo y con ingresos en el 2003 de USD \$870 millones, compró la empresa *Coljap*, empresa colombiana líder en el estudio de análisis de suelos, foliar, aguas y de fitopatología;
2. *Nufarm*, compañía australiana que contaba ya con presencia en el país, adquirió dos empresas: *Agrogen*, empresa dedicada a la importación y comercialización de productos para la protección de cultivos, y *Fada*, empresa de fabricación y distribución de productos para la agricultura. De acuerdo a la Dirección de *Nufarm Suramérica*, el cambio en el clima de seguridad, la normatividad, el potencial de mercado y las redes de distribución de *Agrogen* y *Fada* llevaron a esa multinacional (una de las 10 más grandes del mundo) a incursionar en Colombia. *Nufarm* ya tenía una distribuidora en el país, pero con la compra de *Agrogen* y *Fada* se evita la demora en lograr patentes (dos años) y eleva de 7 a 34 los productos de su portafolio;
3. *CropTech*, firma independiente dedicada al mercadeo y la distribución de plaguicidas fue adquirida por la danesa *Cheminova*, empresa que cuenta con 1550 empleados y que generó un nivel de ventas aproximado de USD \$600 millones en el año 2005;
4. *A.V Ventures*, compañía de inversionistas panameños y estadounidenses adquirió *Abocol*, una empresa colombiana con más de 40 años de experiencia en el sector agrícola e industrial con proyección en este sector en el mercado colombiano.

Con 14 transacciones dentro de la lista de las 100 Fusiones y Adquisiciones más grandes de Latinoamérica, realizado por la *Latin Business Chronicle*, avaluados en USD \$10.200 millones, Colombia excede los resultados obtenidos por países como México (con 14 acuerdos avaluados en USD \$6.300

millones), Chile (con 11 acuerdos), Argentina (con 7), Perú (con 5) y Venezuela y Ecuador (con 2).

En algunos casos, la entrada de empresas extranjeras favorece el desarrollo de ventajas competitivas para las mismas empresas locales, pero a su vez, puede generar pérdida de identidad como empresa local en un mercado tan cambiante y muy similar en todos sus aspectos a los mercados emergentes, muy normal en el contexto colombiano y latinoamericano. En otros casos, las empresas rompen los esquemas de mercado y generan monopolios que finalmente generan problemas para la competitividad del sector en términos de desarrollo o diferenciación en el mercado local. La adquisición de compañías en Colombia, por ejemplo, como *Cementos Diamante*, *Cementos Samper* y *Cementos Andino* a manos de *CEMEX (Multinacional Mexicana)* son un ejemplo de las ventajas que pueden aprovechar las empresas foráneas para desarrollar su actividad económica en países donde la estructura de las organizaciones a nivel económico, esta dada en términos de un letargo y continua quietud en el mercado, con pleno convencimiento de que las empresas no necesitan mejorar para competir. Los procesos de concentración en estructuras de mercado imperfectas al traspasar las fronteras nacionales, favorece así la aparición de empresas multinacionales en los mercados emergentes (Cantwell, 1991).

Para el caso colombiano, estudios previos realizados por Pierre (2003) en Colombia arrojaron resultados interesantes sobre el desarrollo de la Franquicia. Se resalta que en Colombia el tema de la franquicia es un tema de primera mano para iniciar un proceso de crecimiento en el mercado local. Algunas de las encuestas realizadas en la investigación de Pierre, arrojaron que varias empresas en Colombia han comenzado a utilizar el sistema de franquicias, lo cual se nota debido a que hay un mayor número de empresas con representación de franquicia tomando como país de origen a Colombia, seguido por países como Estados Unidos, Canadá, Japón y Venezuela respectivamente.

Los principales motivos que llevaron a algunas empresas en Colombia a promover el desarrollo de la franquicia en el mercado local y con proyecciones futuras para el mercado internacional, y ya efectivas en algunas empresas del país, es precisamente según los estudios de Pierre, la cobertura rápida del mercado, seguida por un conocimiento mayor de los mercados locales y división del riesgo, de tal manera que sea compartido, así como la reducción de la inversión para iniciar un proceso de ampliación por su propia cuenta.

Estos modelos explican el modelo de internacionalización de una empresa para convertirse en una organización multinacional basada en decisiones estratégicas de ubicación y costo aprovechando ventajas comparativas en los mercados internacionales y desarrollo expansionista de la empresa en un contexto global. La Teoría ecléctica de Dunning plantea un nuevo esquema (Dunning, 1981) que complementa el planteado por la teoría de los costos de transacción anteriormente desarrollado.

En el caso colombiano algunas empresas han adaptado su estructura interna para racionalizar las actividades, mejorar su posición competitiva, facilitar la participación en alianzas y flexibilizar sus operaciones internacionales. El *Grupo Santo Domingo*, hoy a manos de la empresa *SABMiller* en el caso de la cerveza y las bebidas alcohólicas a base de malta, sirve de ejemplo para ilustrar este tipo de decisiones tomadas por este grupo en el año 1995: En este año decidieron la división de seis empresas para que se dedicaran a actividades de inversión tanto en Colombia como en el exterior. Así, *Malterías Unidas* se dividió en *Malterías Unidas e Inversiones Malterías*; *Cervecería Águila* en *Cervecería Águila e Inversiones Águila*; la *Compañía Colombiana de Envases – Colenvases –* en *Colenvases e Inversiones Colenvases*; *Inversiones Fenicia* en *Inversiones Fenicia e Inversiones Cerveceras Fenicia*; *Inversiones Bavaria* en *Inversiones Bavaria e Inversiones Cerveceras Bavaria* y, por último, *Inmobiliaria Águila* en *Inmobiliaria Águila e Inversiones Cerveceras*. Para esta misma época, *Carvajal* por su parte, y durante la época de los noventa, había creado seis nuevas empresas para racionalizar sus actividades: *Mepal S.A.* que agrupa las divisiones dedicadas al sector de muebles; *Sycom S.A.* para sistemas y comunicaciones; *Carpak* en empaques; *Cargraphics* para impresión de libros y revistas; *Fesa* para formularios, y *Bico* para otros productos.

Finalmente, la reestructuración de las grandes empresas colombianas ha llevado en varios casos a fusiones – muchas de ellas entre casas matrices y sus filiales – que, de acuerdo con datos de la Superintendencia de Sociedades, se habían intensificado en la década de los noventa. Algunos ejemplos sobresalientes de fusiones en el contexto nacional en ese momento son el caso de *Icollantas* y la *Productora Nacional de Llantas*; *Cementos Boyacá e Inversiones Mineras e Industriales La Esmeralda*; *Cadenalco* y *Pomona*; *PVC Gerfor e Inalgrifos*; *Automundial* y ocho filiales; *Mayagüez*, *Maragrícola* y *Colombiana de Cueros*; *Carvajal* con cuatro filiales, y *Hilacol* e *Hildicom*, entre otras durante esa década (Franco, 2000).

Las alianzas estratégicas en las cuales participan socios colombianos tienen varias modalidades. Sobresalen, (a) las inversiones conjuntas en el campo industrial para la creación de nuevas empresas o de la ampliación de la capacidad productiva con el fin de ganar participación en el mercado local o en uno de destino; (b) la complementariedad industrial entre empresarios para ofrecer mejores condiciones a los consumidores; (c) los proyectos de coinversión o de subcontratación de procesos productivos para aprovechar las preferencias que tiene Colombia en mercados como Estados Unidos y Europa; (d) las asociaciones estratégicas en el campo comercial para aprovechar la infraestructura disponible en dos países – muy común en el sector de alimentos tal y como ocurre con el caso de la Compañía Nacional de Chocolates –; (e) las franquicias; y (f) la creación de compañías de comercialización internacional para ampliar el comercio de doble vía y reducir la consumidor final los precios de los productos.

Las empresas no ganan experiencia en los negocios internacionales de un día para otro, sino que mejoran a través de un proceso gradual que se establece en el mismo proceso de internacionalización. Lo que motiva a una empresa para tomar la decisión de internacionalizarse depende de su motivación, ya sea

por una gerencia agresiva de posición de expansión o por el contrario, son respuesta a los cambios y presiones del entorno.

Durante la década del noventa y ante la apertura a la competencia externa los Grandes Grupos Empresariales Latinoamericanos, junto a distintas estrategias para defender los segmentos de su mercado interno; incursionaron en exportaciones no tradicionales buscando ampliar sus mercados en el exterior, en sus espacios regionales históricos o los que se desarrollaron con la integración, y eventualmente en los grandes mercados de los países industrializados. Frente a la investigación desarrollada por Peres (1998), se muestra que de las empresas nacionales que pertenecían al grupo de las cinco mayores en 19 sectores industriales en 1996, 37 exportaban. Entre los sectores con predominio de empresas nacionales, los coeficientes de exportaciones a ventas son particularmente altos en las producciones de agroindustria, celulosa y papel, acero y vidrio.

Un grupo de estas empresas consideradas como grandes conglomerados empresariales, habitualmente las más grandes, internacionalizaron sus actividades de una manera más completa ya que no sólo exportaban mercancías sino también capitales. Así, realizaban inversiones directas en el exterior, concretadas mediante la creación de nuevas empresas, adquisiciones de empresas existentes, fusiones o alianzas estratégicas. Esta internacionalización se dio bajo dos modalidades.

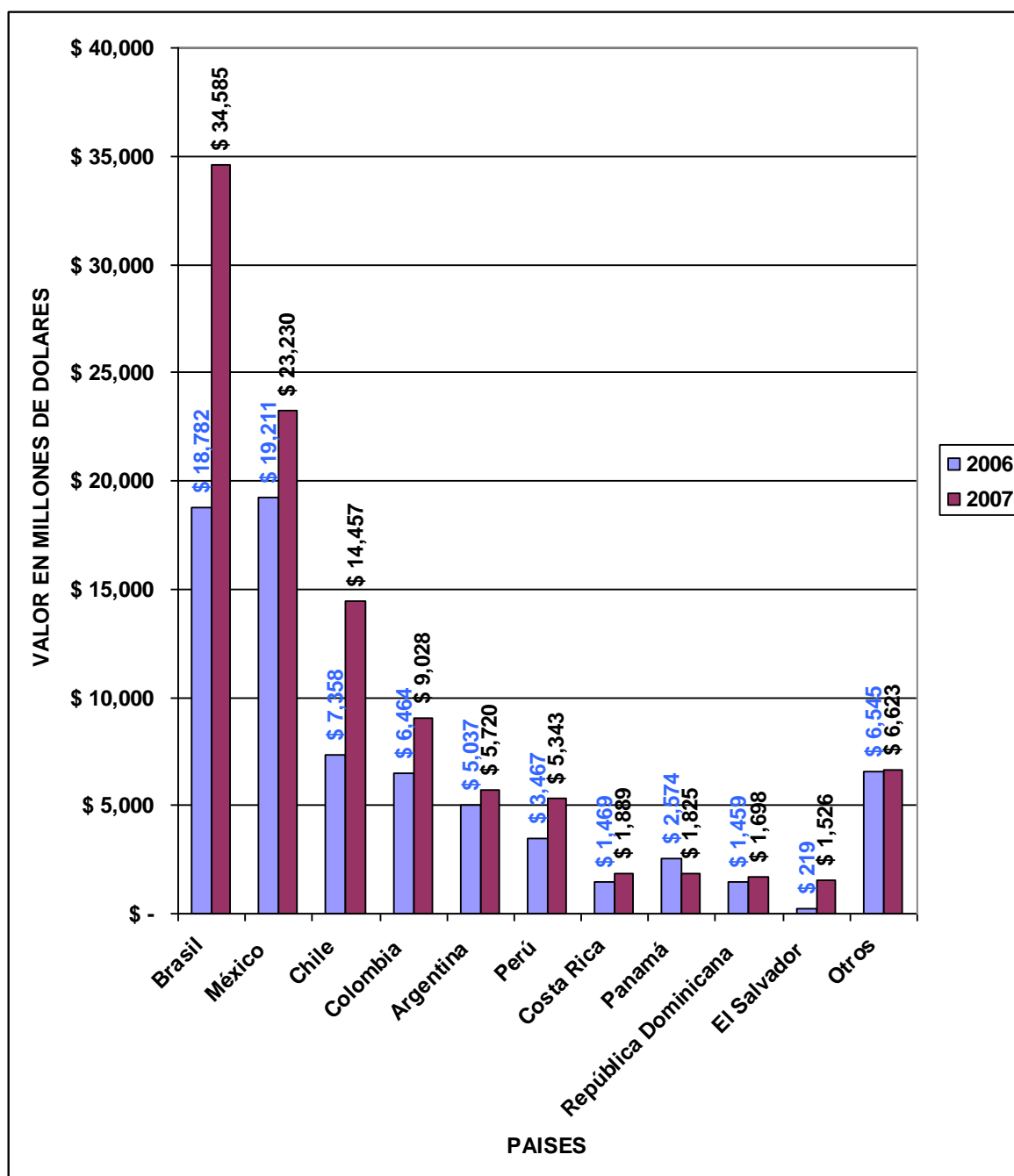
Por un lado, se presentó un proceso de alcance regional asociado a la consolidación de la integración comercial, como el que se da por parte de los Grandes Grupos Empresariales que operan en el MERCOSUR o en el marco del NAFTA. En el primer caso, se destacaron las inversiones de Enersis y la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) de Chile y de productores brasileños de autopartes, como COFAB, en Argentina. En el segundo, las inversiones más importantes fueron las de Vitro (México) en Estados Unidos. Se resalta este último debido a que los intentos de internacionalización de empresas latinoamericanas han tenido resultados diversos. Así por ejemplo, la compra de Anchor Glass, la mayor fabricante de botellas de vidrio de Estados Unidos, por parte de Vitro en 1989 terminó en un fracaso siete años después. Así mismo, las operaciones de alianza y Joint Venture también han tenido suerte diversa. No es inusual que las mismas no duren un tiempo prolongado y se deshagan por distintas razones.

Hasta este momento, esta última modalidad ha sido más frecuente. Un segundo tipo de internacionalización más complejo es el de las empresas que desarrollan filiales en diversos países del mundo de una manera articulada y como parte de una estrategia común que sigue muy de cerca el modelo planteado por la escuela de Uppsala. Esas empresas buscan llegar a ser globales (*"born global"*), lo que está fuertemente influido por las modalidades de competencia en que operan sus industrias específicas; tal fue el caso en esta década, en las producciones de cemento, refrescos embotellados y cervezas, entre otros. El caso más importante en la región fue y es el de Cementos Mexicanos (CEMEX) con sus inversiones en Estados Unidos, España, Centro y

Suramérica, siendo en la actualidad su país de origen una parte de su división para América del Norte.

Bajo un estudio de la UNCTAD del año 1995 sobre el movimiento de las empresas multinacionales o transnacionales, muestra una visión de la importancia relativa que tienen estas empresas globales latinoamericanas en el contexto de otras del mismo tipo que han surgido en los países en desarrollo. La información presentada a continuación refleja y resalta la especialización de las empresas latinoamericanas en áreas estrechamente vinculadas a recursos naturales procesados, frente al peso de los países del este de Asia en actividades como la manufactura de productos electrónicos.

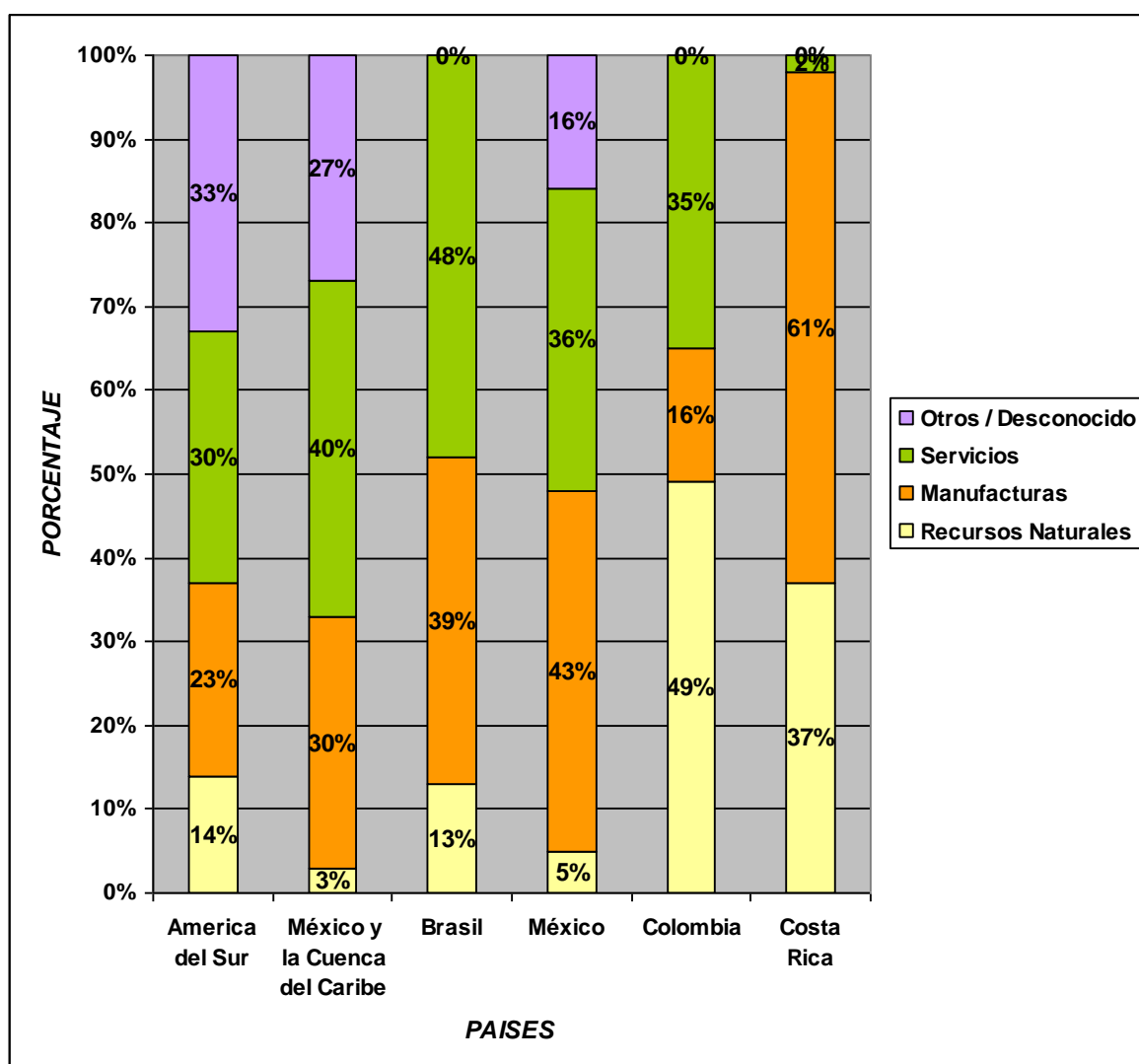
**Grafica 1. America Latina y el Caribe: Principales países receptores de Inversión Extranjera Directa 2006 – 2007**  
(En millones de Dólares)



Fuente: La Inversión Extranjera en America Latina y el Caribe. CEPAL. 2007

En el campo de los sectores de mayor inversión, la situación en Latinoamérica es favorable aún hacia los recursos naturales.

**Gráfica 2. Distribución de la Inversión Extranjera Directa por sector de destino 1998 - 2007**



*Fuente: La Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe. CEPAL. 2007*

Es importante resaltar que las fusiones y adquisiciones siguen siendo finalmente el motor del incremento de la Inversión Extranjera Directa en América Latina. De manera más global, la Inversión Extranjera Directa en América Latina creció en un 46% para el año 2007. Entre las regiones en desarrollo, Asia es la mayor receptora de este tipo de inversión. Para el caso latinoamericano este fenómeno se ha visto con mayor relevancia en los países de América del Sur.

**Tabla 3. Fusiones y Adquisiciones en 2007**

Empresas o Activos adquiridos	País	Empresa Adquirente	País de la Empresa Adquirente	Valor Anunciado (millones de dólares)	Sector
Concesiones Varias	México	Consortio Goldman Sachs / ICA	Estados Unidos / México	\$ 4,021	Infraestructura - Carreteras
Grupo IMSA	México	Temium	Argentina	\$ 3,187	Acero
RBTT Financial Holdings	Trinidad y Tobago	Royal Bank of Canada	Canadá	\$ 2,187	Servicios Financieros
ArcelorMittal Inox Brasil	Brasil	ArcelorMittal	India	\$ 1,808	Acero
Activos de electricidad y gas	México	Gas Natural SDG	España	\$ 1,448	Electricidad
Serasa S.A.	Brasil	Experian Group	Irlanda	\$ 1,191	Servicios Financieros
MMX Minas - Rio	Brasil	Anglo American	Reino Unido	\$ 1,150	Acero
Negocios Tabacaleros de México	México	Altria Group	Estados Unidos	\$ 1,100	Tabaco
Atacadão	Brasil	Carrefour	Francia	\$ 1,100	Comercio minorista
Negocios Caribeños	Varios Caribe	Marubeni	Japón	\$ 1,082	Electricidad

*Fuente: La Inversión Extranjera en America Latina y el Caribe. CEPAL. 2007*

**Tabla 4. Principales fusiones y adquisiciones por Translatinas fuera de sus países de origen**

Empresa Adquirente	País	Empresa o Activos Adquiridos	País	Valor (millones de dólares)	Sector
Cemex	México	Rinker Group	Australia	\$ 14,627	Cemento
Gerdau	Brasil	Chaparral Steel	Estados Unidos	\$ 3,974	Acero
Temium	Argentina	Grupo Imsa	México	\$ 3,187	Acero
Tenaris	Argentina	Hydril	Estados Unidos	\$ 1,994	Conexiones / tubos para la industria petrolera
Gerdau	Brasil	Quanex Corporation	Estados Unidos	\$ 1,458	Acero
JBS SA / Friboi	Brasil	Swift & Co.	Estados Unidos	\$ 1,400	Alimentos y carnes
GP Investments	Brasil	Negocios de Perforación y E & P	Argentina y otros	\$ 1,000	Servicios para la industria petrolera

*Fuente: La Inversión Extranjera en America Latina y el Caribe. CEPAL. 2007*

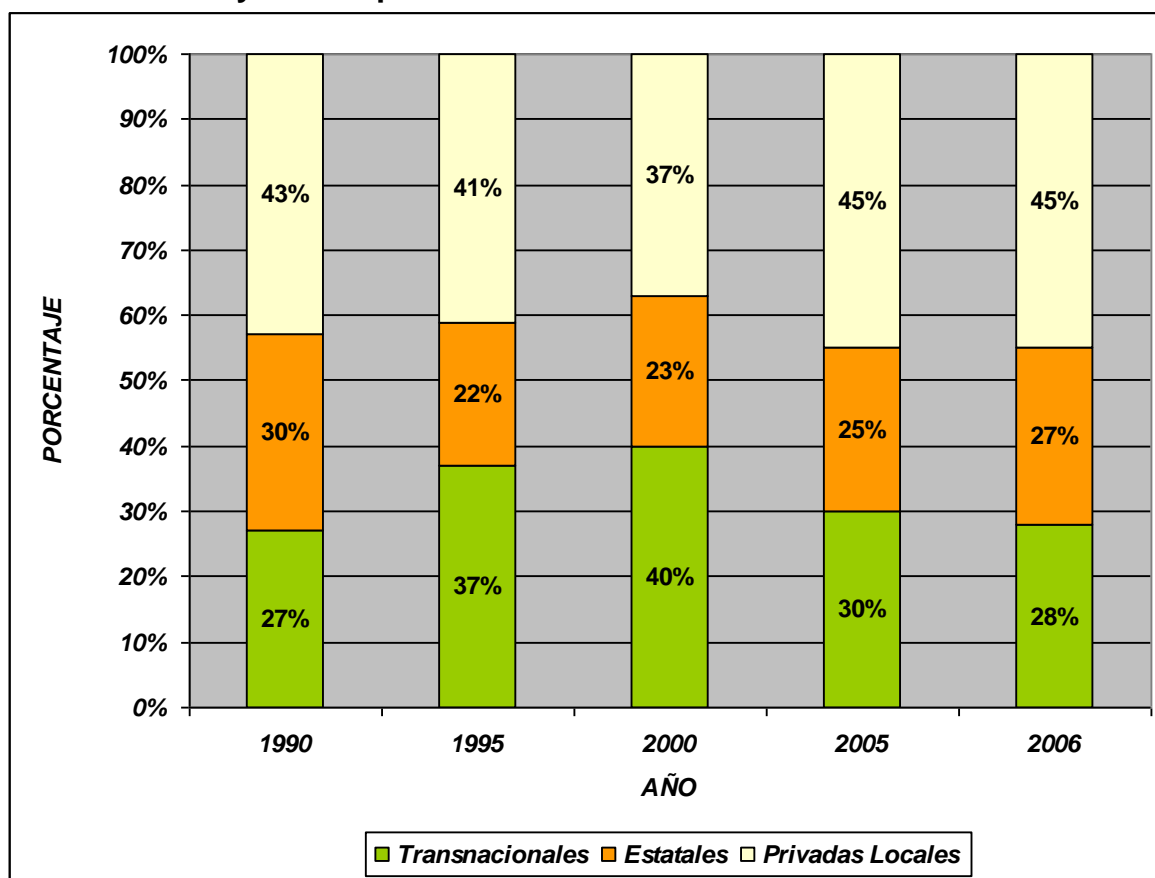
De acuerdo a los estudios de la CEPAL, la minería es el sector más dinámico que el de hidrocarburos, donde Chile, Brasil y Perú son los principales receptores. Igualmente, según el mismo informe, se identifica que existen

proyectos en Argentina que sugieren un importante crecimiento para este sector, así como también el aumento de la minería en México y Centroamérica, destinos que anteriormente no eran tradicionales en este campo.

Con respecto a los hidrocarburos, esta concentrada fuertemente en Colombia. En el tema de los biocombustibles, las inversiones son todavía cautelosas pero proyectos y anuncios de inversión reflejan un interés creciente por este tema, especialmente en Brasil.

En lo que hace referencia a las inversiones que buscan nuevos mercados o continuar con el crecimiento en los ya vigentes, la opción esta dada por el favorecimiento del crecimiento mismo del mercado, el aumento de los ingresos reales y mejor acceso a crédito en los mayores mercados. Así mismo, se ha dado una incorporación de consumidores de menores ingresos en el tema de la inversión. Esto ha generado como resultado que los sectores más dinámicos en este sentido sean la industria automotriz, los bienes de consumo masivo tales como alimentos, bebidas, higiene y limpieza; banca, electricidad, comercio minorista y construcción, bienes raíces e infraestructura.

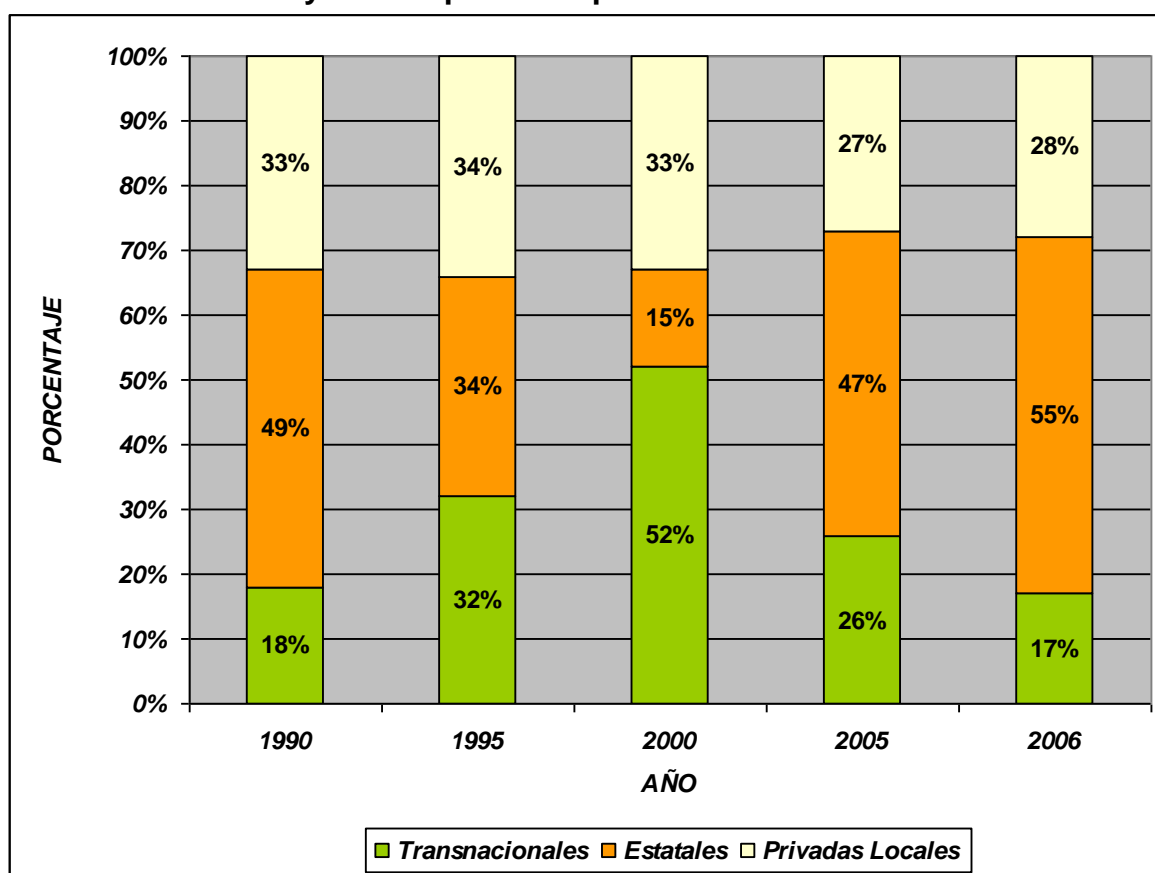
**Grafico 3. Participación de las transnacionales en ventas de las 500 mayores empresas de América Latina 1990 - 2006**



*Fuente: La Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe. CEPAL. 2007*

El último aspecto que evalúa el informe son las inversiones que buscan eficiencia para exportar a terceros mercados, donde finalmente arrojó que este tipo de inversiones se encuentran concentradas en México y la Cuenca del Caribe. Esta categoría es la más sensible y susceptible a la desaceleración actual en la economía de los Estados Unidos, pero los resultados no muestran reducción de la Inversión Extranjera Directa en el año 2007 y por el contrario, presenta un aumento en algunos segmentos. Sin embargo, más allá de la coyuntura presente en América Latina debido a la situación económica de los Estados Unidos, se ve aún más pertinente el desafío de la competencia asiática, caracterizada por países de esta región que han buscado diversificación, integración vertical (en el caso de las confecciones) y aumento del valor agregado sobre los productos desarrollados. En este sentido se determinan sectores nuevos como el offshore, el electrónico y el aeroespacial. Esto finalmente se traduce también en la importancia actual de la exportación de servicios para la región.

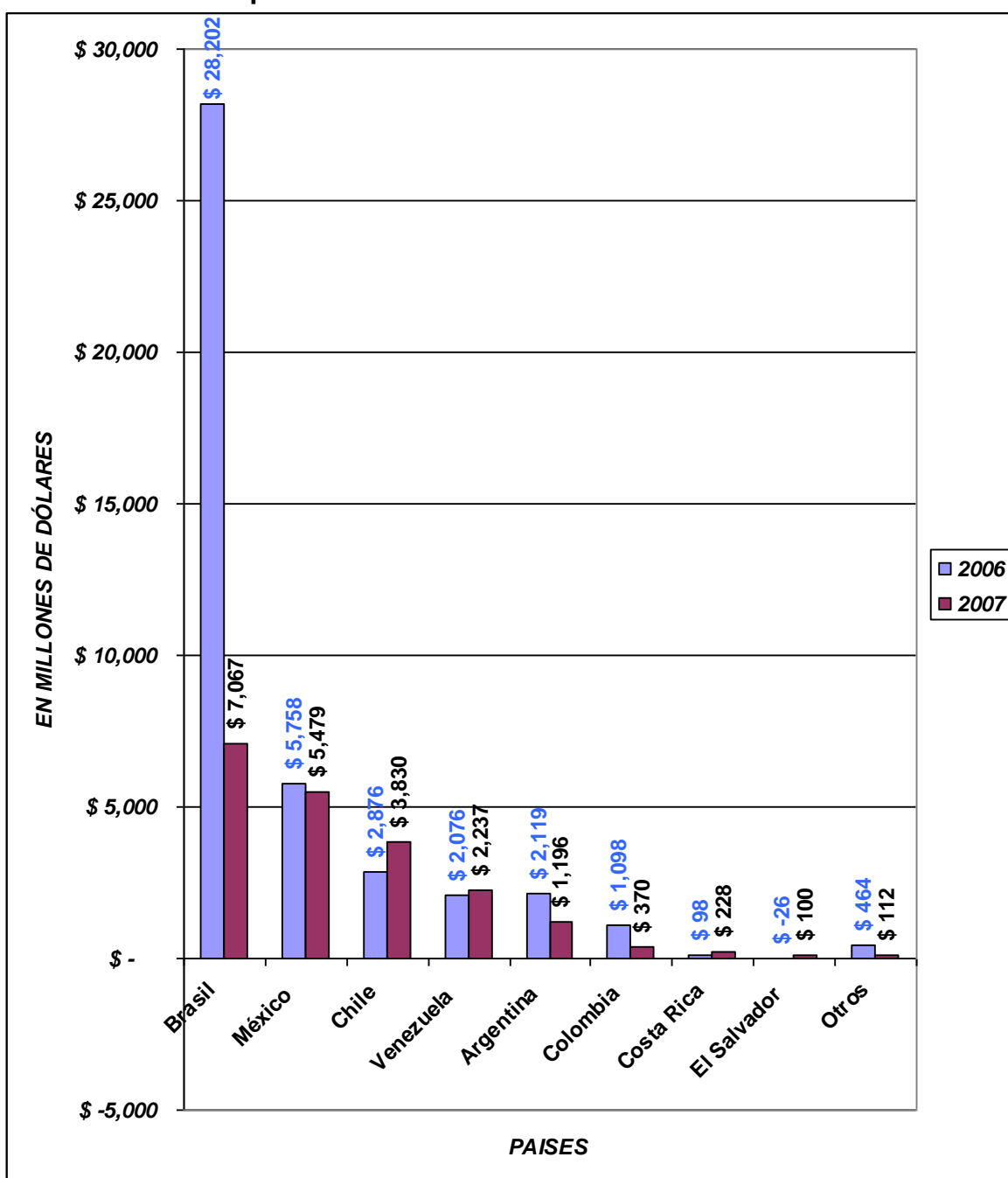
**Grafico 4. Participación de las transnacionales en exportaciones de las 200 mayores empresas exportadoras 1990 - 2006**



**Fuente: La Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe. CEPAL. 2007**

Los retos principales y desafíos de la región latinoamericana están en la Inversión Extranjera Directa según los informes de la CEPAL. En América Latina y el Caribe esta llegó a niveles sin precedentes en el año 2007, movida principalmente por el dinamismo del mercado regional y los recursos naturales como fuente alternativa de las exportaciones tradicionales, en algunos países donde éste es el fundamento del desarrollo económico del país. Así mismo, las empresas transnacionales han perdido importancia frente a las compañías locales (estatales y privadas) – aunque el nuevo auge de la inversión podría significar una inversión de esta tendencia para el tema de la inversión. Así mismo en el informe se resalta que las Translatinas (reconociendo una empresa Translatina como aquella que tiene su nacimiento en el contexto latinoamericano y que trasciende fronteras en la región latinoamericana) están aumentando su grado de internacionalización, son cada vez más importantes dentro de la región y llegan a nuevos mercados, utilizando el modelo de los costos de transacción y la teoría ecléctica de Dunning.

**Gráfico 5. Principales Países inversionistas en el exterior 2006 - 2007**



*Fuente: La Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe. CEPAL. 2007*

A corto plazo, la desaceleración de la economía estadounidense podría atenuar el dinamismo de las inversiones, principalmente aquellas en búsqueda de eficiencia para las cuales Estados Unidos es el principal mercado, como es el caso de los países andinos debido a la firma del ATPA en el año 1991 y su prolongación a ATPDEA en el año 2002, y también como ocurre con México a través del acuerdo del NAFTA y los países centroamericanos a través del DR – CAFTA.

A más largo plazo, la región enfrenta el desafío de atraer inversiones en actividades de mayor valor agregado, en manufacturas y en servicios. En el

caso de las manufacturas, un caso extremo que ilustra estos desafíos es el de la industria de Hardware para las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC. Lo mismo se puede afirmar en el tema de los servicios de exportación bajo sus cuatro modalidades con el fin de iniciar un efectivo proceso de internacionalización.

**Tabla 5. Los principales grupos Multinacionales en América Latina y el Caribe por ventas en la región – 2006**

<b>Número</b>	<b>Empresa</b>	<b>País</b>	<b>Sector</b>
1	<i>General Motors</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>Automotor</i>
2	<i>Walmart</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>Comercio</i>
3	<i>Telefónica de España</i>		<i>Telecomunicaciones</i>
4	<i>Wolkswagen</i>	<i>Alemania</i>	<i>Automotor</i>
5	<i>Repsol - YPF</i>	<i>España</i>	<i>Petróleo / Gas</i>
6	<i>América Móvil / Telmex</i>	<i>México</i>	<i>Telecomunicaciones</i>
7	<i>DaimlerChrysler</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>Automotor</i>
8	<i>Ford</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>Automotor</i>
9	<i>Nestlé</i>	<i>Suiza</i>	<i>Alimentos</i>
10	<i>Royal Dutch - Shell</i>	<i>Países Bajos / Reino Unido</i>	<i>Petróleo / Gas</i>
28	<i>Petrobrás</i>	<i>Brasil</i>	<i>Petróleo / Gas</i>
31	<i>Techint</i>	<i>Argentina</i>	<i>Siderurgia / Metalurgia</i>
52	<i>Cencosud</i>	<i>Chile</i>	<i>Comercio</i>

*Fuente: La Inversión Extranjera en America Latina y el Caribe. CEPAL. 2007*

## **RETOS DEL PROFESIONAL CONTABLE QUE EJERCE LA REVISORIA FISCAL EN UNA AMBIENTE GLOBALIZADO**

Es de reconocer que el contador público como garante de la fé pública, no puede permanecer estático ante los cambios generados en la economía mundial por cuenta de la globalización, así las cosas, el perfil del Contador debe cambiar, por lo que ahora dicho profesional, si quiere permanecer vigente, debe, como desde hace mucho tiempo se ha venido insistiendo, tener conocimientos más profundos sobre administración, economía, derecho tanto nacional como internacional, informática y lo más importante siempre estar atento a los continuos cambios del entorno, en el que las empresas colombianas se mueven, para lograr así una participación más activa en los procesos de decisión de las organizaciones.

Dado lo anterior, el profesional contable que ejerce al Revisoría Fiscal para poder actuar en un ambiente sano de conocimiento y responsabilidad ante los retos impuestos por las operaciones transnacionales, cada vez más frecuentes e innovadoras, necesita incrementar su formación ahondando en temas como: Idiomas, Marketing, Matemáticas, Estadística, Comprensión de Lectura, Impuestos, Auditoría, Gobierno corporativo, Sistemas de Costos, Cuadro Integral de mando, Modelos de Costos ABC, sistemas de Gestión de calidad, Sistemas de Administración de Riesgos, manejo de análisis financiero con indicadores utilizados a nivel mundial (Valor Económico Agregado (EVA), Ebitda, etc), Normas Internacionales de Contabilidad y de Información Financiera (NIC – NIIF), adicionalmente debe ser una persona que ejerza liderazgo, que demuestre compromiso ,entrega y responsabilidad.

De otra parte hay que reconocer que el Gobierno Nacional está empeñado en lograr la convergencia de las normas locales de contabilidad con las Normas Internacionales de contabilidad y de Información Financiera (NIC- NIIF), lo cual de por sí, ya es un gran reto para nuestros profesionales que deben de cambiar la forma de pensar y hacer ver a sus **revisados** que las “nuevas normas” no son un cambio en la forma de hacer registros contables, sino que implican un cambio en la forma de hacer los negocios, lo cual, lógicamente hará cambiar la forma de medir y registrar dichos negocios en la contabilidad.

Los contadores debemos comprender la importancia de la Revisoría fiscal como institución y poner freno al ejercicio mediocre que se realiza, pues en nuestro país, basta con solo tener la tarjeta profesional para poder ejercer la Revisoría Fiscal, y no se exige ningún tipo de experiencia ni de estudios que superen al pregrado, como por ejemplo si ocurre en países como España en donde para poder ser “Auditor” (a lugar, ya que allí no existe la figura de Revisor Fiscal, por lo tanto, para el caso lo asimilamos) se necesitan los siguientes requisitos:

Para personas Físicas (naturales)

- a) Ser mayor de edad.
- b) Tener nacionalidad española o la de alguno de los Estados miembros de la UE.
- c) Carecer de antecedentes penales por delitos dolosos.
- d) Haber obtenido la correspondiente autorización del ICAC “El Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas”

Por su parte para obtener la autorización del ICAC se debe:

- a) Haber obtenido alguna titulación universitaria.
- b) Haber seguido cursos de enseñanza teórica.
- c) Haber adquirido una formación práctica. La formación práctica deberá extenderse por un periodo mínimo de 3 años en trabajos realizados en el ámbito financiero y contable y se referirá especialmente a cuentas anuales, cuentas consolidadas o estados financieros análogos.
- d) Haber superado un examen de aptitud profesional organizado y reconocido por el Estado.

Están dispensados del apartado a) aquellos que estando en posesión de estudios que posibiliten la entrada en la universidad tenga una formación práctica demostrada mínima de 8 años en trabajos realizados en el ámbito financiero y contable especialmente referidos al control de cuentas anuales, cuentas consolidadas o estados financieros análogos de los cuales al menos 5 años hayan sido realizados con persona habilitada para la auditoría de cuentas y en el ejercicio de esta actividad.

En cuanto a la formación teórica ésta comprende las siguientes áreas de conocimiento: contabilidad, auditoría, normas de auditoría, otras relacionadas con la actividad de auditoría: derecho de sociedades, derecho civil, derecho mercantil, derecho tributario, derecho laboral y de la seguridad social, economía de la empresa, informática, estadística, gestión financiera, etc.

Por último señalar un aspecto formal que es: figurar inscrito como ejerciente en el ROAC Registro Oficial de Auditores de Cuentas.

Una vez inscrito en el ROAC deberá seguir cursos o formación continua.

El auditor tiene la obligación de establecer una fianza como garantía de las responsabilidades en que pudiera incurrir en el ejercicio de su actividad, fianza mínima: 300.506€.

#### **Requisitos para personas jurídicas, es decir, para las empresas de auditoría.**

- a) Que todos los socios sean personas físicas.
- b) Que como mínimo la mayoría de sus socios sean auditores de cuentas y además tengan la mayoría del capital social y de los derechos de voto.
- c) Que la mayoría de los administradores y directores de la sociedad sean socios auditores de cuentas, debiendo serlo en todo caso el administrador único en sociedades de este tipo.
- d) Estar inscrito en el ROAC.
- e) Establecer fianza mínima de 300.506€ por socio (sean o no auditores) el primer año de la actividad. Una vez transcurrido el primer año esa fianza mínima se incrementará en los términos previstos reglamentariamente (Art. 12 y 23 de la ley y el reglamento de auditoría (LAC)).

Como se observa en Colombia todavía estamos quedados en establecer verdaderos controles al ejercicio de la Revisoría fiscal y por ello a través de la academia debemos brindarle las herramientas necesarias al profesional contable para que ejerza de manera ética y responsable esta importante labor de fiscalización en la cual el profesional este en capacidad de:

- Ser flexibles y estar dispuesto a adaptarse a los continuos cambios del entorno
- Reconocer las diferencias culturales y estructurales de cada país con el que la empresa interactúa en un marco de negocios internacionales

- Anticiparse, en beneficio de sus revisados, a las oportunidades globales que ofrece la globalización, asistiendo en la revisión de productos competitivos e innovadores
- Analizar la información que se mantengan en formatos que se adapten a los estándares locales
- Analizar las comparaciones que hacen las empresas con entidades de su clase en mercados globales.
- Analizar la información en múltiples monedas
- Ser capaz de analizar y comprender la coordinación que realizan las organizaciones en la planeación fiscal para minimizar el costo impositivo global
- Ser proactivo en la consideración de los riesgos cambiarios
- Estar pendiente que las organizaciones seleccionen las personas que coloquen fondos adecuados donde se necesitan para las operaciones
- Entender y manejar los múltiples instrumentos financieros que existen en los mercados actuales
- Proponer que las organizaciones se enfoquen sobre financiamiento real
- Explorar estructuras alternativas para reducir los riesgos del entorno.
- Poner atención a cambios en las leyes fiscales de los diferentes países donde operan o son mercados potenciales.
- Adaptar las medidas de evaluación al ambiente local
- Experimentar con criterios diferentes al evaluar los resultados de las subsidiarias

Después de esto surge la pregunta: ¿usted como Contador Público que ejerce la Revisoría Fiscal, está preparado para asumir en forma consiente el reto que impone la globalización a nuestro ejercicio profesional?