

## **Spanyol működőtőke-befektetések Latin-Amerikában, 1993–2003**

BERKICS ERIKA<sup>1</sup>

### **Abstract**

#### **Spanish direct investments in Latin America, 1993–2003**

This article has been motivated by the changing role of Spanish enterprises in international capital flows placing Spain among the world's ten largest capital exporting countries. The first part of the article provides evidence on the rapid expansion of Spanish firms in Latin-America using data for the years 1993–2003 to describe the regional and sectoral patterns of Spanish direct investment in the region.

In the second part explanations for the competitive advantage of Spanish companies are discussed. These firms have become the leaders in the financial services, telecommunications and energy sectors in Latin America.

### **Bevezetés**

A nemzetközi tőkeáramlásban Spanyolország szerepe az 1990-es évektől jelentősen módosult. A korábban nettó tőkeimportőr ország 1996-tól – évről-évre növekvő mértékben – nettó tőkeexportőrré vált, s azóta a világ első tíz tőkekihelyező országa közé tartozik. Az 1990-es években Spanyolországban is megtörtént a nagy állami monopóliumok: közműszolgáltatók, távközlés, bankszektor privatizációja.

Ezek – korábban a spanyol korona gyémántjaiként emlegetett vállalatok – privatizálásuk után is spanyol tulajdonban maradtak. Hazai piaci pozícióik megtartása, nemzetközi versenyképességük növelése, ill. a méretgazdaságosságra való törekvés külföldi terjeszkedésre készítette őket. Nemzetköziesedésükben Latin-Amerika kapta a központi szerepet, ahová az évtized során össze-  
sen több mint 80 Mrd EUR értékben áramlott spanyol működőtőke.

Tanulmányunk első felében bemutatjuk a spanyol működőtőke térhódítását a térségben, majd elméleti magyarázatot adunk a korábban nemzetközi mértékkel jelentéktelennek számító spanyol vállalatok versenyelőnyére Latin-Amerikában.

---

<sup>1</sup> Doktorandusz. PTE Földtudományok Doktoriskola, 7624 Pécs, Ifjúság útja 6.

## A spanyol befektetések ágazati és földrajzi megoszlása Latin-Amerikában

Az expanzió időben, térben és a befektetések ágazati megoszlását tekintve is rendkívül koncentrált volt. 1990–2000 között több mint tízszeresére nőttek a spanyol befektetések külföldön: az évtized első felében még nettó tőkebefogadó Spanyolország 1996-tól nettó tőkeexportórrá vált. A tőkekibocsátás különösen az évtized második felétől ugrott meg: 1999-ben 43,3 Mrd EUR, 2000-ben pedig 51,7 Mrd EUR rekordértéket értek el. Az évtized végéig a spanyol működőtőke több mint a fele Latin-Amerikába áramlott, s ezzel Spanyolország a legnagyobb európai befektetővé vált a térségben, a felhalmozott működőtőke-állomány tekintetében a második helyen áll az Egyesült Államok után (1. táblázat).

1. táblázat. A Latin-Amerikába áramló működőtőke fő származási és célországai 1992–2001 (összesített adatok Mrd EUR-ban)

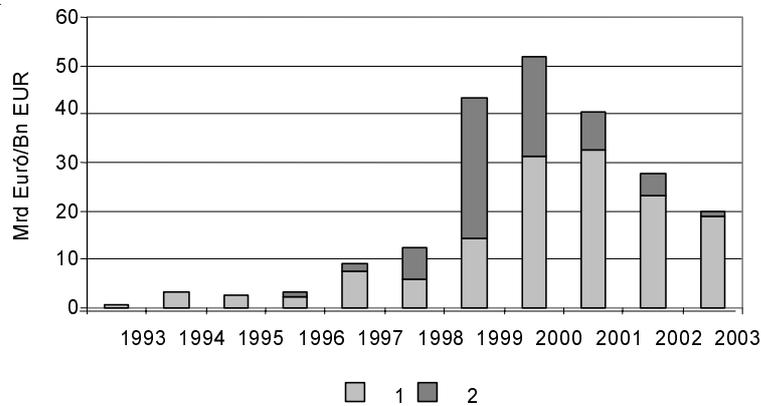
Származási ország	Célország				
	Argentína	Brazília	Chile	Kolumbia	Mexikó
EU-15	39,485	67,379	10,678	4,01	20,682
Spanyolország	26,281	26,292	7,816	2,667	9,197
USA	9,124	32,581	9,166	2,625	46,389

Forrás: CHISLETT, W. (2003)

Az 1990-es évek végén a kiugrás három nagy akvizíciós ügyletnek köszönhető: 1999-ben a Repsol kőolajipari és üzemanyag-kereskedő vállalat 12 Mrd EUR befektetéssel többségi tulajdonrészt szerzett az argentin kőolajipari vállalatban (Yacimientos Petrolíferos Fiscales, YFP); ugyanabban az évben az Endesa spanyol energetikai vállalat lett a chilei Enersis energetikai holding tulajdonosa. 2000-ben a Telefónica telekommunikációs vállalat 20 Mrd USD-os befektetéssel az argentin, brazil, chilei és perui leányvállalatai 100%-os tulajdonosa lett, a Terra internetszolgáltató pedig 12,5 Mrd USD-ért felvásárolta a Lycost.

2001-től a spanyol működőtőke-kiáramlás folyamatosan csökkent a megelőző évekhez képest, s ezzel párhuzamosan Latin-Amerika részesedése drasztikusan visszaesett (1. ábra). A működőtőke-beáramlás negyedik éve tartó folyamatos csökkenésének okai között egyaránt szerepel a világgazdaság és a fő donorországok gazdasági növekedésének lassulása, a térség nagy privatizációs hullámainak lecsengése, az argentin válság, és a latin-amerikai országok gyenge gazdasági teljesítménye (2001–2003 között az átlagos évi GDP növekedés mindössze 0,7% volt). A 2. táblázat a legnagyobb spanyol befektetéseket foglalja össze, de az itt felsorolt nagybefektetőkön kívül számos középvállalat és kis családi vállalkozás is Latin-Amerikát választotta tevékenysége helyszínéül.

A spanyol befektetések ágazati koncentráltóságára jellemző, hogy a tőke mintegy 90%-a a szolgáltató szektorba áramlott. Nevezetesen a kommunikációs szolgáltatásokba (Telefónica), a közlekedésbe (Aurea, Acesa, Iberia), a pénzügyi szolgáltatásokba (BSCH, BBVA, Mapfre), a villamosenergia-szektorba (Endesa, Unión Fenosa,



*I. ábra.* Latin-Amerika részesedése a spanyol működőtőke-exportból (nettó tőkeáramlás Mrd EUR-ban). – 1 = egyéb régiók; 2 = Latin-Amerika. Forrás: Registro de Inversiones Exteriores  
 Share of Latin-America in the Spanish direct investment export (net capital outflow in bln EUR). – 1 = other regions; 2 = Latin-America. Source: Registro de Inversiones Exteriores

Iberdrola), a gáz-, víz- és csatorna-szolgáltatásba (Iberdrola, Gas Natural, Aguas de Barcelona), valamint a turizmusba (Barceló, Iberostar, Riu, Sol Meliá). (Ez utóbbi latin-amerikai leányvállalatot hozott létre a térségben 74 szállodájának irányítására.)

A primer szektoron belül a legtöbb tőke a kőolajiparba áramlott a már említett argentin YPF privatizációja során. A feldolgozóiparon belül a spanyol tőke az élelmiszer- és dohányiparba (Campofrío, Tabacalera), a textil- és konfekcióiparba (nagy-számú kiskereskedő közép- és kisvállalat), valamint a papír- és kiadóiparba áramlott: a spanyol kiadóvállalatoknak 115 leányvállalata van külföldön, ebből 89 Latin-Amerikában található.

Az évtized első felében Latin-Amerikán belül Argentína és Chile volt a befektetések fő iránya. A cél piacszerzés és a méretbeli növekedés által egyrészt a versenyhelyezések javítása volt, másrészt hídállások kiépítése a későbbi terjeszkedéshez a Mercosur és az Andesi Közösség országaiban, de legfőképpen a hatalmas belső piaccal rendelkező Braziliában.

1996–2001 között a befektetések 90%-a Braziliába, Argentínába, Chilébe és Mexikóba áramlott. Mexikóba – az ország jelentős gazdasági és demográfiai súlyához képest – kevés spanyol működőtőke beáramlás történt, 1996–2001 között Spanyolország részesedése ebből mindössze 6% volt.

1994 óta a NAFTA-nak köszönhetően jelentősen romlottak Spanyolország és az Európai Unió piaci lépési esélyei Mexikóban. (Az USA-befektetők hagyományosan erős pozícióját jellemzi, hogy az adott időszakban a Mexikóban felhalmozott külföldi működőtőke-állomány kétharmada az USA-ból származott.) 2003-tól viszont Mexikó képviselte a spanyol befektetések pozitív pólusát Latin-Amerikában: 2003-ban

2. táblázat. Spanyol vállalatok befektetései Latin-Amerikában (millió EUR)

Pénzügyi szektor		Telekommunikáció	
Banco Santander Central Hispano	16 007	Telefónica	32 649
Argentína	1 800	Argentína	9 800
Brazília	7 200	Brazília	12 800
Chile	2 200	Chile	500
Mexikó	2 626	Mexikó	2 180
Egyéb országok	2 181	Peru	4 151
Banco BilbaoVizcaya Argentaria	8 259	Egyéb országok	3 218
Argentína	414	Telefónica Mobilszolg.	5 329
Brazília	542	Argentína	810
Chile	880	Brazília	2 780
Kolumbia	795	Egyéb országok	1 739
Mexikó	4 508	Aurea	225
Peru	377	Acesa	134
Venezuela	407	Kőolajipar	
Egyéb országok	336	Repsol YF	12 375
Mapfre Biztosítótársaság	460	Argentína	10 500
Energiaszektor		Egyéb országok	1 875
Endesa	3 265	Cepsa	200
Brazília	799	Építőipar	
Chile	1 186	Dragados	339
Kolumbia	1 001	Argentína	79
Peru	279	Brazília	46
Iberdrola	2 886	Chile	134
Brazília	1 718	Mexikó	80
Mexikó	584	Ferrovial (Chile)	272
Egyéb országok	584	OHL	166
Fenosa	1 745	Argentína	40
Dominikai Közt.	543	Brazília	60
Kolumbia	573	Chile	66
Mexikó	286	ACS	80
Egyéb országok	343	Argentína	40
Gas natural	1 500	Mexikó	40
Argentína	200	FCC	80
Mexikó	600	Argentína	40
Brazília	450	Mexikó	40
Egyéb országok	250	Uralita	13
Aguas Barcelona	555	Egyéb	
Argentína	85	Sol	361
Chile	470	Prosegur	322
REE	52	NH Hoteles	137

Forrás: EL PAÍS 2003. 08. 03. (CHISLETT, W. 2003. 03. 05-i adatai alapján).

1,6 Mrd USD spanyol működő tőke áramlott az országba, 2004 szeptemberéig pedig 5,1 Mrd USD (Eközben az USA működő tőke beáramlás összesen 5,3 Mrd USD-t tett ki.) A következőkben röviden áttekintjük a legnagyobb spanyol befektetők expanzióját és a térségben elért piaci pozícióját.

Pénzügyi szektor

A régió országaiban a hazai bankok mellett több évtizede külföldi bankok is rendelkeztek fiókhálózattal (ABN AmroBank, Boston Bank, Scotiabank, Banca Commerciale Italiana, Citibank). Az 1990-es évek második felében a pénzügyi szolgáltatások terén a piaci pozíciók gyökeresen átrendeződtek, és olyan bankok vették át a piacvezetést, amelyek korábban nem rendelkeztek fiókhálózattal Latin-Amerikában, vagy csekély jelenlétük egy-egy országban koncentrálnak (CEPAL 1999).

Az évtized közepétől négy spanyol bank, a Santander, a Central Hispano (1999. jan. 15-ei fúziójukat követően egy pénzügyintézetként, Banco Santander Central Hispano – BSCH néven), a Bilbao Vizcaya és az Argentaria (amelyek 1999. okt. 19-én egyesültek, új nevük Banco Bilbao Vizcaya Argentaria – BBVA lett) agresszív expanziót kezdett Latin-Amerikában, amit megkönnyített a többi külföldi bank tartózkodó magatartása a pénzügyi szektor privatizálása során.

A spanyol bankok transznacionalizálásában két fő szempont dominált: minél szélesebb földrajzi és tevékenységi diverzifikáció. Gyors terjeszkedésük a régió nagy, konszolidált pénzügyintézeteinek az akvizíciója révén történt. Öt év alatt 11 országra kiterjedő piacra tettek szert (3. táblázat), 2001 végére a BSCH befektetései a térségben elérték a 16 Mrd EUR-t, a BBVA befektetései a 8 Mrd EUR-t. A pénzügyi szolgáltatások teljes vertikumát nyújtják ügyfeleknek: tevékenységük kiterjed a hitelezési, befektetési, biztosítási területekre és a nyugdíjalapokra is. Elsősorban a lakossági piacot célozták meg, hiszen hazai piacon ezen a területen rendelkeztek a legnagyobb tapasztalattal. Latin-Amerikában a legdinamikusabban bővülő területeknek

3. táblázat. A BSCH és a BBVA piaci pozíciója a latin-amerikai országokban

Ország	BSCH			BBVA		
	Pénzügyintézet neve	Tulajdonrész (%)	Országokon belüli rangsor	Pénzügyintézet neve	Tulajdonrész (%)	Országokon belüli rangsor
Argentína	B. Río de la Plata	100	4	Banco Francés	67	5
Bolivia	Banco de Galicia	10	3	Banca Argentina	100	...
Brazília	Banco Santa Cruz	90	2	BBVA Brasil	100	16
Chile	Banespa	96	1	B. Hipotecario de Fomento	56	10
Kolumbia	B. S. Brasil	100	5	BBVA Ganadero	99	3
Mexikó	Banco Notoeste	76	18	BBVA México	68	...
Paraguay	B. S. Chile	90	2	BBVA Bancomer	35	1
Puerto Rico	Banco Santiago	79	3	BBVA Continental	50	1
Uruguay	B. S. Colombia	61	12	BBVA Puerto Rico	100	3
Venezuela	Gr. Financ. Bitel	100	3	BBVA B. Francés	100	5
	Gr. Financ. Bital	8	5	Banco Provincial	53	1
	B. S. Mexicano	100	4			
	Banco Asunción	39	9			
	B. Santander Perú	100	6			
	B.S. Puerto Rico	100	10			
	B.S. Uruguay	100	10			
	B. de Venezuela	98	3			

Forrás: CEPAL 2002. ... nincses adat.

szintén a lakossági szolgáltatások, a bankkártya-piac, diákhitel, gépkocsivásárlási-hitel és a biztosítási piac bizonyultak. A térségben az 1990-es évek közepétől zajlik a nyugdíjrendszer reformja, ezt kihasználva a három piacvezető bank kiterjesztte tevékenységét erre a területre is (a latin-amerikai demográfiai változások ismeretében a nyugdíjalapok bővülése várható).

A két spanyol bank a latin-amerikai bankbetétek 23, a nyugdíjalapok több mint 40%-a fölött rendelkezik. A régióban a 20 legnagyobb bank összes vagyonának mintegy felét három bank birtokolja: a BSCH, a Citibank és a BBVA, ebben a rangsorban (CEPAL 2002).

### *Telekommunikáció*

Az 1990-es években a latin-amerikai távközlési vállalatok nagy része magántulajdonba került. A Telefónica spanyol távközlési vállalat az évtized elején még állami vállalként kezdett terjeszkedni a térségben, privatizációja 1997-ben fejeződött be. 1999 végére már a világ 12. (Európa 6.) legnagyobb telekommunikációs vállalata lett. A spanyol és portugál nyelvterületeken piacvezető telekommunikációs szolgáltatóvá vált. 1999–2001-ben konszolidált árbevételei alapján Latin-Amerika legnagyobb transznacionális vállalata volt (a második a Coca-Cola, a harmadik a Volkswagen volt). 2004-ben 115 millió ügyféllel rendelkezett és 150 ezer alkalmazottat foglalkoztatott.

A Telefónica 1999 végéig 10 Mrd USD-t fektetett be Argentínában, Brazíliában, Chilében, Peruban és Venezuelában. Közép-amerikai expanzióját 1998-ban kezdte: 51%-os részesedést szerzett a salvadori Mesotelben, majd Guatemalában jutott mobiltelefon-szolgáltatási jogosultsághoz. A brazil távközlési vállalat 1998. évi privatizációja során a spanyol világcég hatalmas szeletet hasított ki a brazil távközlési piacból. Öt év alatt Brazília vezető telekommunikációs vállalata lett. 2002-ben szövetségre lépett a Portugal Telecom-mal, a létrejövő BrasilCel a latin-amerikai óriás legnagyobb mobilszolgáltatója 25 millió ügyféllel (egy olyan piacon, ahol a potenciális ügyfelek száma közel 100 millió). A távközlési vállalat privatizációja a szolgáltatások hozzáférhetőségének és minőségének radikális javulását eredményezte: 1998 előtt mindössze 800 ezer mobiltelefon-tulajdonos volt Brazíliában, 2002-ben számuk meghaladta a 32 milliót. A privatizáció előtt száz lakosra 12 vezetékes telefonvonal jutott, virágzott a feketepiac; 2002-ben a vezetékes vonalak száma meghaladta az 50 milliót, amelyek egyharmada a Telefónica vonala volt (CEPAL 2002).

A Telefónica piackeresése szerencsésen találkozott a latin-amerikai kielégítetlen fogyasztói igénnyel, a nagy piac bővülési lehetőségeivel. Az évtized során összesen 35 Mrd USD-t fektetett be a térség távközlési vállalatainak privatizálása során, s ezzel a legnagyobb külföldi befektető Latin-Amerikában, ahol a vezetékes távközlés terén abszolút piacvezető pozícióban van 25 millió vezetékes vonalával, ami 26%-os piaci részesedést jelent. A Telefónicát a Telemar (15 millió vonal), a Telmex (13 millió vonal), a Telecom Italia (12 millió vonal) és a Verizon (5 millió vonal) követi a piaci rangsorban.

A spanyol óriás cég a mobiltelefonía terén 18%-os piaci részesedést tudhat magáénak, s ezzel a térségben a második helyen áll az America Movil után. Üzleti tevékenysége a vezetékes távközlés és mobiltelefonía mellett kiterjed a kábeltelevízió-szolgáltatás, adatátvitel, Internet és telefonkönyv-kiadás területeire. Terra Network internetes leányvállalatát, amely Latin-Amerika vezető Internet szolgáltatója kíván lenni, 1999-ben hozta létre. 2000-ben a Terra 80 millió USD-t fektetett egy reklámkampányba, hogy az USA 40 milliós spanyol nyelvet beszélő lakosságát meghódítsa.

### *Energiaszektor*

Spanyolországban 1998. jan. 1-jével liberalizálták a villamosenergia-szektor. A legnagyobb áramszolgáltatók piaci rangsora nem változott: az Endesa megőrizte 50%-os piaci részesedését, a második legnagyobb az Iberdrola, a harmadik az Unión Fenosa.

Az új gazdasági helyzetben a cél az internacionalizáció és stratégiai partnerek keresése. Ebben Latin-Amerika központi szerepet játszott, ahol az egymással is versengő spanyol energetikai vállalatoknak egyrészt a chilei és az USA szolgáltatókkal kellett versenyezniük, másrészt európai vetélytársaikkal (a belga Tractebellel az argentin, brazil, chilei, mexikói, perui piacon; a francia Electricité de France befektetései a Mercosur országokban koncentráltak és az Electricidade de Portugal Brazíliában terjeszkedett).

Az Endesa Argentínában kezdett terjeszkedni, majd Portugália és Peru volt a cél. 1998-ban 12 országban volt jelen, ebből 7 volt latin-amerikai. Az évtized végére a vállalat Spanyolország és Latin-Amerika legnagyobb áramtermelője és szolgáltatója lett. A villamosenergia-szektoron kívül a gázosztás, vízszolgáltatás, szennyvíztisztítás és telekommunikáció területén is jelentős üzleti érdekeltsége van. 1996-ban stratégiai szövetségre lépett a chilei Enersis energetikai holdinggal, amely a megelőző években rohamosan terjeszkedett Argentínában, Brazíliában, Kolumbiában és Peruban, de pénzügyi nehézségei gátolták további növekedését. Ekkor vált a spanyol Endesa fontos részvényesé a chilei vállalatban, amelyből 63%-os tulajdonrészt vásárolt meg. 1997-ben Kolumbiában és Közép-Amerikában terjeszkedett, 1998-ban Brazíliában. 25 millió ügyfelével a térség legnagyobb áramszolgáltatója és fontos áramtermelője.

Az Unión Fenosa befektetéseinek földrajzi iránya főleg Közép-Amerika: Costa Ricában, a Dominikai Köztársaságban, Kolumbiában és Mexikóban villamosenergia-termelő és elosztó; Nicaraguában, Guatemalában és Panamában áramszolgáltató.

A Repsol kőolajipari vállalat latin-amerikai expanziója 1999-ben kezdődött, de már az évtized elején, mint gázosztató jelen volt Argentínában és Peruban. 2001-re a térség legnagyobb földgáz- és kőolaj-kitermelője lett, 11 latin-amerikai országban volt jelen; Argentínában, Bolíviában, Chilében, Ecuadorban, a Mexikói-öbölben és Venezuelában rendelkezik kitermelési joggal. Brazíliában, Ecuadorban, Chilében, Peruban, és az Egyesült Államokban is van üzemanyag-kiskereskedő hálózata.

Összefoglalva elmondható, hogy a spanyol befektetések nagyságrendje – a lakosság szinte minden rétegét érintő szolgáltatások terén – olyan jelentős méreteket öltött, hogy néhány év alatt gyökeresen átrendezte a szolgáltatások tulajdonosi struktúráját. Az angolszász sajtó a „*latin-amerikai hadművelet*”, „*Latin-Amerika visszahódítása*”, „*latin-amerikai partraszállás*” metaforákkal illetve a spanyol vállalatok példátlan terjeszkedését a térségben, amelyek történetében az 1990-es évek – R.C. BÉJAR szavaival – az „*arany évtizedet*” jelentik (CASILDA, B.R. 2002).

#### *A spanyol befektetők versenyelőnye Latin-Amerikában*

A spanyol vállalatok látványos terjeszkedése Latin-Amerikában nem előzmények nélkül történt. Latin-Amerika az 1960–1970-es években a nemzetközi működőtőke-forgalomból jelentős arányban részesült, s bár Spanyolország nemzetközi szereplése ekkor még elenyésző volt (az 1970-es évek végén következett be a tőkeáramlás teljes felszabadítása (1979/2236. Királyi Dekrétum), 1963–1973 között a (247 millió USD értékű) spanyol befektetések 28%-a, 1974–1979 között pedig 50%-a Latin-Amerikába irányult. A befektetők közepes méretű, zömében állami tulajdonú cégek voltak (de voltak köztük magánbankok, biztosítótársaságok, kereskedők, kiadók is), akik a hozzájuk nyelvíleg, kulturálisan legközelebb álló térséget választották nemzetközi tevékenységük próbakövéül.

1981-től a térség részesedése a spanyol tőke kivételben 15%-ra csökkent, amelynek okai a fejlett országok közötti kereskedelem-helyettesítő befektetéseknek köszönhetően a nemzetközi tőkeáramlás földrajzi irányainak változása, másrészt a térséget sújtó elhúzódo gazdasági, pénzügyi válság. 1986-tól a spanyol politikai és gazdasági orientációt az európai közösségi tagság határozta meg. 1987–1991 között a latin-amerikai térség mindössze 12%-kal részesedett a spanyol tőke kivételből (ARAHUETES GARCÍA, A.–ARGÜELLES ÁLVAREZ, J. 1996; CUENCA GARCÍA, E. 2002).

Az 1980-as évek közepétől felgyorsult a világ működőtőke-áramlásának növekedési üteme, tömegessé váltak a fúziók, felvásárlások, a tőkeimportőr országok között fokozódott a verseny a forrásokért, a terjeszkedő nemzetközi vállalatok pedig egyre nagyobb harcot vívtak a piacokért. Spanyolország mindkét oldalon igyekezett pozícióit erősíteni, s a frissen privatizált nagyvállalatai – szerény elődeikhez hasonlóan – szintén Latin-Amerikát választották. Annak, hogy a spanyol működőtőke-kihelyezésekben egyetlen régió, Latin-Amerika ilyen nagy szerepet játszhatott, számos kedvező körülmény egybeesése az oka.

Az okok egyik csoportja gazdasági eredetű. Spanyolországban a vállalati szférában lezajlott változások növekedésre készítették a hazai vállalatokat, akiknek – a rohamosan telítődő európai piacokon – a náluk sokkal erősebb versenytársakkal kellett (volna) felvenni a versenyt. Közvetve kedvező hatása volt az EU megújult érdeklődésének a latin-amerikai térség iránt, amit a NAFTA 1994-es hatálybalépése és az Össz-amerikai Szabadkereskedelmi Övezet létrehozásának meghirdetése is motivált. Az EU 1995–1997 között Interregionális Együtműködési Keretmegállapodást írt alá

a Mercosurral, Chilével és Mexikóval. A Mexikóval kötött társulási szerződés 2000-ben, a Chilével kötött 2003-ban lépett hatályba. 1999-ben Rio de Janeiróban tartották az első EU–latin-amerikai csúcstalálkozót, amelyen EU–Mercosur tárgyalások kezdődtek a szabadkereskedelmi övezet létrehozását is célul kitűző társulási megállapodásról, aláírásának azonban egyelőre gátat szab a felek agrárprotekciónizmusa. Az EU és Latin-Amerika közötti dialógusban Spanyolország – amelynek gazdasági stratégiájában a szubkontinens központi helyet foglalt el – fontos közvetítő szerepet játszott.

Nemzetközi szinten a multilaterális egyezmények (az uruguayi fordulók eredményeként a nemzetközi szolgáltatáskereskedelem szabályozása, a WTO megalakulása) szintén kedvezően hatottak a működőtőke-áramlásra. Ugyanakkor a tőkeimportra szoruló Latin-Amerikában a makrogazdasági helyzet javulása, a világgazdaság felé nyitás, a dereguláció és a tömeges privatizációk – különösen a terjeszkedni kívánó spanyol szolgáltató-cégekhez hasonló profilú nagy állami vállalatok magánosítása – vonzóvá tették a térséget a spanyol befektetők számára. Latin-Amerika vonzerejét a demográfiai tényezők is erősítik. Míg Európa népessége a 21. sz. közepéig az ENSZ becslései szerint több mint 100 millió fővel csökken (727 millióról 603 millióra), addig Latin-Amerika és a Karib-térség együttes népességszáma 2050-re meghaladhatja a 800 milliót.

A felvázolt – halmozottan kedvező körülmények között a spanyol tőke gyors terjeszkedését a térségben tovább katalizálta a közös nyelv és a kulturális közelség. A nyelvi-kulturális tényező pozitív szerepét a gazdasági tényezők nemzetközi áramlásában számos empirikus tanulmány bizonyítja.<sup>2</sup> Az egyre fokozódó piaci versenyben a gazdasági szereplőknek mérlegelniük kell képességeiket s felkutatni azokat, amelyek versenyelőnyt jelenthetnek az egyes piacokon. A versenyképességet befolyásoló tényezők között vannak olyanok, amelyek értéktartalma nehezen mérhető. A spanyol vállalatok latin-amerikai terjeszkedésében ilyen tényezőnek tekinthetők a közös nyelv, a kulturális közelség, a kapcsolatháló erőssége. A közös nyelv egy kulcsfontosságú erőforráshoz, az információhoz biztosít hozzáférést, a kapcsolatháló növelik a helyi cégekkel létesíthető partnerség lehetőségeit.

A spanyol ESADE (Vállalatigazgatási Főiskola) üzletemberek körében végzett felmérése szerint a megkérdezettek 94%-a vélte úgy, hogy a spanyol vállalatok kompetitív előnye Latin-Amerikában leginkább a közös nyelven és a kulturális közelségen alapul. A megkérdezettek 53%-a, ill. 17%-a szerint a történelmi szálak és a diplomáciai kapcsolatok is erősítik a spanyolok versenyképességét. A nyelvi-kulturális tényező fontos szerepet játszik a transznacionális vállalat irányításában, a humán erőforrások biztosításában, a tudástranszferben.

<sup>2</sup> L. CASELLA, A.–RAUCH, J.E. 1998: Overcoming Informational Barriers to International Resource Allocation. Prices and Group Ties, NBER 6628; HUTCHINSON, W.K. 2002: Does Ease of Communication Increase Trade? Commonality of Language and Bilateral Trade, WP No. 02/W17; RAUCH, J.E. 1999: Networks Versus Markets, in: International Trade of Journal of International Economics 48/1; TING GAO 2001: Ethnic Chinese Networks in International Investment. Evidence from Inward FDI in China, University of Missouri, Co.

A spanyol vállalatok számára a piacra lépés a telekommunikáció, a szolgáltatások, a bankszektor, az ipar és a turizmus területén bizonyult a legkönnyebbnek. Nicolás Eyzaguirre chilei pénzügyminiszter szerint a spanyoloknak több ismeretük van a chilei piacról és kultúráról, mint az Egyesült Államoknak vagy a többi európai országnak, s azonos feltételek mellett, a szabadkereskedelmi egyezmények fényében az rendelkezik versenyelőnyvel, akinek jobb a piaci ismerete.<sup>3</sup>

A befogadó országok véleménye a spanyol befektetéseket illetően a lelkes üdvözlés és a kritikus elutasítás szélsőségei között váltakozik. E téren nem kevés nehézséggel kellett a spanyoloknak szembenézniük. Minden országgal, néppel kapcsolatban élnek sztereotípiák. A pozitív országkép és a gazdasági siker összefüggenek: ahogy a kedvező országkép vonzza a külföldi befektetőket, úgy egy vállalat külföldi terjeszkedésekor előnnyel jár, ha a befektetők országát a közvélemény pozitívan ítéli meg. A 2003-as Latinbarométer 17 országra kiterjedő felmérése szerint a latin-amerikaiak többsége általánosságban jó véleménnyel van a spanyolokról, büszke a hispán kultúrára és jónak tartja országa és Spanyolország kapcsolatát.

A spanyol befektetések megítélése korántsem ilyen pozitív. A latin-amerikaiak kétharmada a privatizáció ellen van, és a szolgáltató szektor magánosítása előtt jobban meg volt elégedve a szolgáltatások színvonalával és árával. A közvélemény azokban az országokban a legkritikusabb, ahová a legtöbb spanyol tőke áramlott. A történelmi és kulturális rokonság ellenére távolinak érzik a spanyolokat, arrogánsnak tartják őket, gazdasági téren szerintük a spanyol termékek minősége, megbízhatósága kívánni valót hagy maga után.

A nyelvi-kulturális rokonság tehát – bár megkönnyíti a spanyol vállalatok piacra lépését Latin-Amerikában – a befektetőknek azonban el kell érniük, hogy a térség társadalmi befogadják őket, s ez csak úgy lehetséges, ha tevékenységük hozzájárul a régió gazdasági és szociális fejlődéséhez.

## Összefoglalás

Írásunkban a spanyol működőtőke latin-amerikai expanzióját elsősorban mennyiségi aspektusból vizsgáltuk. A 20. sz. utolsó éveiben a frissen privatizált spanyol nagyvállalatoknak kapóra jött a latin-amerikai privatizációs hullám, a térség gazdasági nyitása, átmeneti gazdasági stabilitása. A befektetések nagy része alig egy tucat nagyvállalat részéről történt, amelyek a 21. sz. elejére a térség vezető szolgáltató cégei lettek. Expanziójukat ugyanaz a piacra lépési stratégia jellemezte: a nagy állami szolgáltató cégek privatizációja során minél nagyobb tulajdonrész megszerzése, ill. gyors piacszerzés a magáncégek akvizíciója révén.

A spanyol tőke vitathatatlan szerepet játszott a közmű- és egyéb (távközlési, turisztikai, szabadidős) szolgáltatások modernizálásában Latin-Amerikában, ugyan-

---

<sup>3</sup>El País, 2003. 07. 08.

akkor a gyors tulajdonváltás, a spanyolok gyakran agresszív reklámhadjárata, a privatizációt kísérő elbocsátások, a minőséggel nem mindig összhangban emelkedő szolgáltatási tarifák kedveztek a spanyolelles véleményeknek. A CEPAL (az ENSZ Latin-amerikai Gazdasági Bizottsága) 1999-es beszámolójának zárógondolata szerint a 21. sz. elején a spanyol vállalatok latin-amerikai terjeszkedésük legnehezebb szakaszába értek, amikor is el kell érniük, hogy a piac, a hatóságok, az ügyfelek elfogadják befektetéseiket, és azok beépüljenek a befogadó országok gazdaságába (CEPAL 1999).

#### IRODALOM

- ARAHUETES GARCÍA, A.–ARGUELLES ÁLVAREZ, J. 1996. Las inversiones directas de España en América Latina, 1981–1992. – Revista CIDOB d’Afers Internacionals 37. Barcelona
- CASILDA, B.R. 2002. La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990–2000. – Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones
- CEPAL 1999-2002. La inversión extranjera en América Latina y el Caribe. Informe 1999-2002. – Santiago de Chile, www.cepal.org
- CHISLETT, W. 2003. La inversión española directa en América Latina: Retos y oportunidades. – Real Instituto Elcano, Madrid
- CUENCA GARCÍA, E. 2002. Europa e Iberoamérica. – Editorial Síntesis, Madrid. pp.169–200.
- ÉLTETŐ A. 2000. A perifériás és félperifériás országok az Európai Unióban. A 90-es évek folyamatai. – Műhelytanulmányok 25. MTA VKI, Bp. 36 p.
- España tiene ventajas al invertir en Chile, porque conoce nuestro mercado – El País, 2003. 07. 08.
- La incertidumbre de América Latina – El País, 2003. 08. 03.
- UNCTAD 2004. World Investment Report 2004. The Shift Towards Services. – New York-Genf, pp. 58–68.
- www.bbva.es: a Bilbao Vizcaya Argentaria Bank honlapja
- www.endesa.es: az Endesa honlapja
- www.gruposantander.es: a Santander Central Hispano Bank honlapja
- www.iberdrola.es: Iberdrola honlapja
- www.mcx.es: Dirección General de Comercio e Inversiones. Registro de Inversiones Exteriores
- www.repsol-ypf.com: Repsol-YPF honlapja
- www.telefonica.es: a Telefonica honlapja
- www.unionfenosa.es: az Unión Fenosa honlapja

#### Beszámoló a Földrajzi Stratégiai Fórumról

A 2005. évi Stratégiai Fórumot (okt. 27.) a PTE Földrajzi Intézete rendezte meg, amelynek témája a geográfia marketingje volt. A földrajz helye és feladata című nyitó előadásában TÓTH J. hangsúlyozta, hogy nő a földrajz szerepe a világban, főként gyakorlati szerepe miatt, mivel globalitás korában kell a földrajzos szemlélet, az egységben látás. Sajnos hazánkban nem tapasztalható ez a tendencia. A geográfiai hazai pozícióvesztésének fő oka akadémiai képviseletének elégtelensége. A regionalitás fontos tényező amely nagy lehetőség a földrajz számára, mert a NUTS II. régiókba érkező óriási pénzek fogadására a kistérségeknek földrajzos látásmóddal rendelkező szakemberek kellene. Ezáltal a geográfusok kerülnek pozícióba. A pályázatok szintén olyan lehetőséget