La Inversión Gallega en la Latinoamérica - Una Perspectiva Sociológica -

Obdulia Taboadela Alvarez

Professora Titular de Sociologia da Universidade de La Coruña – Espanha. (Pesquisa apresentada como marco inicial das atividades do segundo semestre de 1999 do Núcleo de Pesquisa em Direito Público do Mercosul – NUPESUL)

Introducción

Se presentan en este documento los principales resultados de una investigación llamada "*Galicia y Mercosur: de la migración tradicional hacia los nuevos movimientos de mano de obra cualificada*"[1]. La investigación, aun sin finalizar, pretende analizar las relaciones de las empresas gallegas con Mercosur, y en especial, estudiar los flujos de transferencia de recursos humanos cualificados desde estas empresas hacia Mercosur.

El estudio representa una perspectiva novedosa en el análisis de las migraciones internacionales, y particularmente en el estudio de la emigración gallega, dado el énfasis tradicional en los flujos de mano de obra no cualificada. El hecho y su potencial se inscriben en el marco de la creciente transnacionalización de la producción, del comercio, de la inversión y de la exportación de tecnología. Pero además, al poner de relieve la existencia de esta corriente de trabajadores con conocimientos especializados, busca equilibrar la imagen pública de la emigración.

La especial relevancia de esta investigación para Galicia se refuerza al considerar la evolución de su población activa, cada vez más instruida, y de su estructura económica y empresarial, en rápida transformación y modernización. La relación histórica y las fuertes redes entre Galicia y los países de América Latina, en especial los de Mercosur, constituyen, a su vez, un contexto privilegiado para la expansión del capital económico y humano de Galicia.

Los resultados de una encuesta representativa de las empresas gallegas de mayor tamaño (más de 500 millones de facturación) y de la serie de entrevistas en profundidad a responsables de empresas con

1. Dicha investigación está dirigida por el Catedrático profesor Antonio Izquierdo Escribano y subvencionada por la Secretaría General de Investigación y Desarrollo de la Xunta de Galicia.

presencia en Mercosur, han sido analizados con el objeto de presentar, de manera gráfica y concisa, los principales hallazgos derivados de este trabajo de campo.

Algunos estudios recientes sobre la clase empresarial gallega[2], muestran un empresariado dinámico, en proceso de modernización y una marcada orientación hacia la exportación y los mercados exteriores. Resulta interesante comprobar cómo la parte más dinámica y emprendedora de este tejido empresarial correlaciona con otras variables como la dedicación a I+D, la salida a mercados exteriores y la modernización en las técnicas de gestión. Quiere ello decir que esa muestra de empresas con presencia en el exterior a la que vamos a dedicar gran parte de esta exposición, significan dentro del tejido empresarial gallego, una punta de lanza en la modernización de la estructura productiva de Galicia, una referencia para la mejora de las magnitudes socioeconómicas en nuestra comunidad.

Permiten también arriesgar una hipótesis acerca de la convivencia de dos formas de capitalismo, una más tradicional, asentada en procesos y sectores productivos más tradicionales, y otro capitalismo más moderno, transnacionalizado, donde algunas empresas muy dinámicas e innovadoras están construyendo un escenario más optimista y prometedor en relación a nuestra igualación con otras regiones españolas y del resto de Europa.

En este proceso, la salida al exterior y la penetración en mercados internacionales cobra una especial trascendencia. Estas empresas además comparten otra serie de características como la demanda creciente, la creación de empleo y una creencia de sentimiento optimista acerca de la actividad económica futura. Esperamos que un mejor conocimiento de estos procesos ayude a entender esa apuesta de parte del empresariado gallego hacia una economía avanzada y menos dependiente.

El artículo se estructura en cinco bloques temáticos, en la exposición se combinan los resultados del análisis cualitativo (entrevistas en profundidad) y cuantitativo (datos de la encuesta a las mayores empresas gallegas).

1. El perfil básico de las grandes empresas gallegas

La distribución por facturación, sector de actividad y provincia de ubicación de las grandes empresas gallegas muestra un perfil donde la mayor parte del tejido empresarial de Galicia tiene un volumen de facturación de menos de 2.500 millones de pesetas, seis de cada diez empresas son fabricantes y/o mayoristas y están situadas mayoritariamente en Pontevedra y La Coruña. Por antigüedad, la muestra está repartida más o menos en cuartos, destacando algo la frecuencia de las que llevan operando de 11 a 20 años, lo que da idea de un tejido empresarial relativamente reciente.

Si cruzamos el volumen de facturación por la media de trabajadores de la muestra, el perfil claramente refleja una relación entre volumen de negocios y número de trabajadores, de manera que a medida

2. Pérez Díaz, V. Y Rodríguez, J.C. (1998): *Los empresarios gallegos. Análisis de una encuesta de opinión*. Madrid, ASP.

que aumenta el primero aumenta el segundo, esta correlación perfila un tipo de empresa grande por negocio y por trabajadores empleados.

El cruce de la media de trabajadores empleados por la antigüedad de la empresa, también muestra cómo cuanto más antigua es la empresa mayor número de trabajadores emplea. Igualmente, la antigüedad correlaciona con la cifra de negocios, de manera que las empresas más recientes son las de menor volumen de facturación y al contrario, a mayor antigüedad mayor cifra de negocio.

Como muestra del proceso de modernización del tejido empresarial gallego, apreciamos que las empresas de reciente creación se concentran en el sector servicios. Por el contrario, las más antiguas son empresas en su mayoría fabricantes. Ello habla de un proceso de terciarización común a todas las economías avanzadas y del que no escapa, a pesar de su menor nivel de desarrollo, la comunidad gallega. Volveremos sobre esto más adelante, confirmando la existencia de una fracción de empresas pequeñas por volumen de facturación y número de empleados, pero con una posición muy dinámica ante los mercados.

La mayor parte de las grandes empresas gallegas (alrededor del 75%) son independientes; ni dependen ni mantienen empresas subsidiarias. Se puede concluir que el tejido empresarial gallego está muy atomizado. Ello cambia si aislamos a las de mayor volumen de facturación: aquellas por encima de 5000 millones de volumen de negocio, son mayoritariamente (cerca del 70%) dependientes de otras empresas o son empresas madre de las que dependen empresas subsidiarias. Aun así, la inmensa mayoría de todas las empresas que tienen empresas subsidiarias se encuentran todas ellas en Galicia. Lo que habla de un proceso de deslocalización regional muy relativo. La descentralización se produce, en la mayoría de los casos, dentro de los límites de la región. No así en el caso de las empresas subsidiarias, cuya empresa matriz se encuentra mayoritariamente fuera de Galicia. Tenemos por tanto una mayoría de empresas independientes, una parte significativa de las más grandes por facturación son subsidiarias de otras empresas gallegas (45%), españolas (42%) o multinacionales (40%), y una fracción del 25% que son empresas matriz de otras localizadas en la mayor parte de los casos en Galicia (83.3%). Ello tiene que ver con la posición todavía dependiente de nuestra región respecto de la estructura productiva española.

2. Proyección de expansión de las empresas gallegas

Uno de los puntos básicos de la encuesta, consistía en explotar información relativa a la situación general de las grandes empresas gallegas hacia la inversión en el extranjero, y más en concreto hacia América Latina. Interesaba, así mismo, conocer la disposición de estas empresas hacia la exportación, tanto si mantenían relaciones comerciales con el exterior como si no. Se distinguían varias zonas geográficas, entre ellas la UE y Latinoamérica.

En el primer caso, la disposición para la inversión extranjera según zonas, es Europa, lógicamente, el mercado natural de

expansión de las grandes empresas gallegas, sin despreciar un porcentaje significativo de respuestas que manifiestan esa disposición inversora hacia Latinoamérica. En otra pregunta del cuestionario se insistía sobre el grado de probabilidad de estos empresarios a invertir en un plazo medio (próximos 5 años) hacia distintas zonas de influencia; pues bien, ahí el 42% de los empresarios manifestaban como probable o muy probable que su empresa invirtiera en América Latina. Los altos porcentajes de probabilidad manifestada hacia los países de América Latina y a Europa, hablan de un cambio del empresariado gallego al menos en mentalidad, ya que piensan que sus empresas se verán abocadas en un plazo relativamente corto a la internacionalización y la expansión exterior.

De los resultados de la encuesta, sabemos que el 22% de las mayores empresas gallegas mantiene relaciones comerciales con algún país latinoamericano. A mayor facturación, mayor internacionalización: el 38% de las grandes empresas con mayor volumen de facturación mantiene relaciones con América Latina. Argentina, Brasil y Chile son los destinos más elegidos por el empresariado gallego que mantiene relaciones con América Latina, los tres miembros de Mercosur. La conclusión es que la vocación exportadora no se focaliza en un solo país, sino que se consideran más bien áreas de influencia. Destaca la centralidad de Argentina en este proceso.

Si cruzamos la antigüedad de la empresa con la expansión hacia el mercado latinoamericano, los datos muestran una mayor predisposición de las empresas más antiguas hacia la inversión en Sudamérica. De cualquier forma, las diferencias no son tan grandes como para concluir una asociación fuerte entre antigüedad y relación con Latinoamérica. Puede que estemos ante dos hechos relacionados; de un lado, se cumpliría la hipótesis según la cual aquellas empresas más asentadas presentarían mayores oportunidades para la expansión exterior. De otro, podemos entrever que son algunas empresas relativamente nuevas, y con menores volúmenes de facturación, pero muy dinámicas y con una vocación marcadamente inversora hacia el exterior, las que están acompañando a aquellas en el proceso de internacionalización de las empresas gallegas.

Un 6% de los entrevistados declara haber tenido relaciones comerciales con América Latina, pero no mantenerlas en la actualidad. En un porcentaje significativo de los casos (2/3), este abandono se ha producido hace 5 años o menos, por lo que pueden considerarse intentos fallidos de penetración en los mercados latinoamericanos, o bien a la realización de un proyecto u obra ya finalizado y que no ha tenido continuidad.

Se preguntó a las empresas que mantienen o han mantenido relaciones con Latinoamérica que evaluaran el resultado de esas relaciones. Un 84% de los respondentes señalan que la experiencia ha sido positiva o muy positiva para su empresa. Por lo general, este tipo de preguntas suelen escorar la distribución del lado positivo, pero la cuestión examinada manifiesta un grado de satisfacción realmente extraordinario. Téngase en cuenta que estamos hablando de negocios, donde no siempre tienen que ser rentables. Así pues,

lo que detectamos es que la relación económica con Latinoamérica ha sido particularmente próspera.

Abundando en lo comentado anteriormente, la actividad exterior para estas empresas (alrededor del 40 por ciento de las empresas gallegas, diez puntos más que hace 5 años), no es algo marginal en su actividad ni en su facturación y no se utiliza como recurso puntual cuando la demanda interior cae (como era tradicional en las PYMES españolas). La inmensa mayoría de las empresas con proyección exterior ve esta actividad como algo estable y no coyuntural.

Una de las razones más comúnmente esgrimidas por los empresarios entrevistados, es que el proceso de internacionalización y expansión exterior de sus empresas ha sido provocado por la necesidad. Parece que para un grupo estratégico del tejido empresarial, la salida a los mercados exteriores se plantea como una opción de supervivencia de la propia empresa. Ante mercados internos muy competitivos o la amenaza de ser absorbidos por socios extranjeros, las empresas gallegas más emprendedoras han decidido apostar por la estrategia de la internacionalización de parte de sus actividades.

Cuando esa estrategia de apertura al exterior se dirige a Mercosur, está condicionada en bastantes ocasiones por procesos de privatización y modernización en los países de América Latina. Las oportunidades de negocio en infraestructuras y obra pública, junto a la penetración de las grandes empresas españolas de comunicación y energía (Telefónica, Repsol, Fenosa, Endesa) han permitido a una serie de empresas medianas, muy dinámicas y competitivas, introducirse de mano de estas multinacionales en los mercados latinoamericanos, ya que una estrategia bastante común es que estas grandes empresas españolas hayan tirado de otras empresas también españolas para acometer grandes proyectos de desarrollo en Mercosur. En ese contexto se inscribe una parte importante de las empresas gallegas relacionadas con América Latina. Si bien .la tendencia general es que las empresas de mayor tamaño y mayor volumen de facturación y antigüedad sean las que más relaciones comerciales mantienen con América Latina, no hay que despreciar un tipo de empresas más pequeño y de reciente creación que están siendo muy activas en sus relaciones exteriores en la zona.

Como era de esperar, entre las empresas que manifiestan haber tenido relaciones con América Latina, la disposición a invertir en esa zona durante los próximos cinco años es mucho mayor que en el resto (90%) frente a 24%, lo que habia, como comentábamos líneas arriba de un proceso de expansión estructural y con visos de mantenerse y ampliarse en el futuro cercano.

3. Razones para la inversión en América Latina

Para las empresas españolas, el mercado latinoamericano se va constituyendo como una buena opción para invertir y expandirse. Parece que mientras que la Europa Occidental pone sus miras en los países del Este, España lo hace más hacia Latinoamérica.

Normalmente la pauta es que la mayor parte de los bienes y servicios producidos se destina a los mercados latinoamericanos. Quiere esto decir que más que procesos de deslocalización y descentralización productiva, lo que hacen las empresas gallegas con presencia en Latinoamérica es trabajar para los mercados locales.

La necesidad de exportar, el potencial de crecimiento de Mercosur y la diversificación de la actividad de la empresa parecen razones fundamentales a la hora de decidirse por dar el salto al exterior. Y en ese nicho, podemos empezar a hablar de la existencia o no de ventajas comparativas de las empresas gallegas y españolas en los mercados latinoamericanos.

¿Qué motivos tuvieron en cuenta las mayores empresas gallegas para decidirse a invertir en Latinoamérica?. Se dieron ocho posibles razones para que los entrevistados mostraran su grado de acuerdo o desacuerdo con ellas. Como se aprecia en el gráfico, los empresarios otorgan la mayor importancia a dos tipos de razones aparentemente muy distintas: **la proximidad cultural y las posibilidades de crecimiento de los países de Mercosur.** Quiere esto decir que las empresas, a la hora de evaluar los motivos de inversión en América Latina, mezclan dos argumentos, uno de carácter empresarial y económico, tal cual es la oportunidad de inversión en mercados con alto potencial de desarrollo, y otro de cariz cultural, lo que confirma que la inversión empresarial de España y Galicia en Mercosur se ve facilitada por esa proximidad cultural y lingüística. Destacar así mismo, que la tercera razón en orden de importancia se relaciona con esta última, la existencia de vínculos tradicionales como elemento de unión entre Galicia y América Latina. Independientemente de la escasez de relaciones entre la antigua y la nueva emigración, lo que parece cierto es que los empresarios valoran la importancia de esa relación previa a la hora de elegir Mercosur y América Latina como destino de sus inversiones.

Reseñar además que si comparamos la muestra de empresas que envían trabajadores a América Latina con las que no lo hacen, en los primeros la importancia de las tres razones comentadas es aún mayor, lo que confirma que las empresas con relaciones comerciales y personal desplazado confían más en los vínculos de unión entre ambas zonas y en las posibilidades de crecimiento de Mercosur, lo cual puede ser interpretado como una imagen más optimista, quizás ayudada por la experiencia e imagen de los trabajadores cualificados desplazados.

La imagen de Mercosur en los discursos de los empresarios es todavía ambivalente. Parece que es más un recurso de orden político y nominativo que de del orden de lo económico. Mercosur funciona como reunión de países latinoamericanos, pero todavía las especificidades de cada país prevalecen sobre el conjunto. Esto puede ser explicado por la escasa repercusión en lo económico del bloque, la prueba más palpable, el desarme arancelario, es todavía un proyecto, no una realidad. Ahora bien, los empresarios confían en que ese proceso vaya construyéndose en el futuro, y la imagen que trasluce es que beneficiará a los países implicados y a la propia presencia de las empresas allá. Téngase en cuenta

que una parte importante de las empresas con relaciones en América Latina trabaja en varios países, de ahí que cualquier avance en la creación del bloque comercial sea percibido como un proceso ventajoso para la inversión en esos países. No en vano es la cuarta razón en importancia argumentada por los empresarios a la hora de decidirse a invertir en Latinoamérica.

Hay otra ventaja comparativa probada en el análisis de las entrevistas: España y Galicia pueden jugar un papel de puente y mediación entre Europa y Mercosur. Ahí la ventaja con respecto a los europeos y a los norteamericanos es evidente: ello explicaría la importancia concedida a esas razones que hemos llamado culturales. Un plus de significación y cercanía simbólica que puede ser aprovechado por ambas partes y creemos, potenciado por las instituciones españolas y latinoamericanas.

4. Ayudas y programas públicos

Un objetivo del proyecto era analizar el papel de los agentes institucionales en el proceso de internacionalización de las empresas gallegas. Como se sabe, las autoridades españolas y gallegas están realizando un esfuerzo notable por ayudar a las empresas a invertir en los mercados latinoamericanos. En el estudio tratamos de averiguar el conocimiento y utilización de esos programas y ayudas.

El nivel de conocimiento de estos programas públicos favorecedores de la inversión entre las grandes empresas es bastante alto (cercano al 70 por cien), mayor a medida que aumenta el volumen de facturación y por tanto, el tamaño de la empresa.

Preguntados por el grado de utilización de estos programas, el porcentaje se reduce sensiblemente (22.2 por ciento). Vuelve a cumplirse el hecho de que a mayor tamaño mayor utilización de estas ayudas). De las empresas que se han beneficiado de algunos de estos programas, la distribución por tipo de ayudas muestra la siguiente distribución: de forma mayoritaria (casi el 82%) destaca la asistencia a ferias y exposiciones. En segundo lugar, estaría la promoción de contactos en los países de destino (73%). A continuación, la subvención directa para la inversión (52%). Por último estarían la concesión de créditos a bajo interés y la obtención de garantías y avales para la inversión. Tanto la utilización como la valoración de los distintos programas públicos muestran el papel que los empresarios esperan de la administración. Parece que la asistencia a ferias y promoción de contactos (ambas unidas en la práctica) aparecen como las opciones preferidas por el empresariado. Lógico si se tiene en cuenta que esa labor comercial, de toma de contacto y de preparación del mercado resulta vital para las estrategias inversoras en el exterior. La ventaja de acompañarse de un agente institucional en el proceso resulta evidente, la imagen del país, de la región y de la propia empresa se refuerza en este proceso.

Conviene señalar que las empresas que participan de las ayudas públicas al fomento de la exportación utilizan muchas de ellas, lo que tiene sentido si pensamos en que una vez que se conoce alguna línea de ayuda, el acceso a la información resulta más fácil.

Por lo general es elevada la proporción de entrevistados que consideran que actualmente sería un buen momento para que su empresa participara en esos programas. En consonancia con su utilización, la asistencia a ferias y exposiciones es la más demandada. En general, parece que hay buena sintonía entre lo que ofrece la administración y lo que demandan las grandes empresas gallegas.

El que se considere probable que la empresa tenga relaciones comerciales fuera de España favorece que se vea propicio el momento actual para participar en los programas o ayudas de tipo públicos. También facilita el éxito de esos programas o ayudas, puesto que los más dispuestos a participar en ellos son en mayor medida los que tienen previsto expandirse a otros países. Así mismo, tenemos alguna indicación de que la disposición de las empresas a aceptar esos programas públicos se relaciona con el hecho de que mantengan contactos con otros países extranjeros.

5. Los trabajadores desplazados

Uno de los objetivos fundamentales de este trabajo era analizar las pautas de las grandes empresas gallegas que invierten en Mercosur en relación a sus recursos humanos. Es decir, que pautas de transferencia de mano de obra cualificada se producen paralelamente al proceso de internacionalización de estas empresas.

Además de averiguar los perfiles básicos de este personal, introdujimos una serie de preguntas en el cuestionario destinadas a caracterizar esos procesos de transferencia de recursos humanos. A su análisis dedicamos el presente apartado.

Para los estudiosos de las migraciones internacionales, este fenómeno adquiere cada vez un mayor interés. Se trata de un nuevo proceso migratorio promovido desde los países más desarrollados. A diferencia de lo que había sido la pauta migratoria tradicional, los trabajadores trasladados suelen tener un nivel alto de cualificación, especialización y experiencia. Aunque el volumen de esa corriente no sea notable, su influencia puede ser decisiva para asegurar el llamado proceso de globalización.

El 78 por ciento de las empresas de la muestra que trabajan con América Latina han enviado algún trabajador allá. La mayoría de las empresas en este caso envían de uno a tres trabajadores a sus negocios de América Latina.

Independientemente si las empresas con relaciones comerciales en América Latina envían allí o no trabajadores, la opción favorita en cuanto a recursos humanos resultan ser los contactos desde España, lógico si se piensa que el 80 por ciento de las empresas que trabajan con América Latina considera muy elevados para sus empresas los costes de desplazamiento del personal cualificado.

Sobre los menores costes laborales en los países latinoamericanos, las respuestas de los empresarios, tanto de los que envían como de los que no, son muy similares, casi todos conceden poca o muy poca importancia a este hecho, lo que relativiza la importancia de los procesos de deslocalización productiva en este caso. Esta variable sirve

indirectamente además, para mostrar que el tipo de desplazamiento de personal es de carácter cualificado, ya que en lo que se muestran mayoritariamente de acuerdo es en los elevados costes de desplazamiento de personal hacia esos países.

El perfil básico del trabajador trasladado por las empresas gallegas hacia Latinoamerica es un trabajador varón, casado y de edades medias, con una ligera tendencia a ser mayor de 45 años.

El personal desplazado a América Latina es mayoritariamente comercial y directivo, con una proporción importante de técnicos trasladados. Vuelve a confirmarse la ausencia de deslocalización, ya que el personal enviado en otras tareas no cualificadas no supera el 20 por ciento de los casos.

Respecto al nivel de cualificación de los desplazados en relación al resto de trabajadores con un puesto parecido en la empresa, las respuestas de los empresarios se reparten entre los que piensan que poseen la misma cualificación (53.8 %) frente a los que opinan que los desplazados están más cualificados (43.3.%). Lo que parece es que, según comentan en las entrevistas, se envía a trabajadores no sólo por su nivel de cualificación, sino por otras características más intangibles pero necesarias en el tipo de personal requerido para los negocios en el extranjero: responsabilidad, autonomía y capacidad de toma de decisiones.

Señalar que un 20 por cien de las empresas que trasladan trabajadores trae a su vez trabajadores latinoamericanos a formarse en España, lo cual ha de ser interpretado como un signo de la intención de parte de algunas empresas por establecerse allí con la colaboración de los mercados de trabajo locales. Si a ello le sumamos la opinión de los elevados costes de desplazamiento que supone el personal cualificado, podemos entrever una tendencia hacia la progresiva delegación de las empresas y negocios exteriores en manos de personal cualificado latinoamericano.

Como final, pedimos a los respondentes que mostraran su grado de acuerdo o desacuerdo con algunas opiniones en relación a las ventajas e inconvenientes de haber elegido América Latina como destino de sus inversiones. El gráfico a continuación muestra estos resultados. El mayor grado de acuerdo se aprecia en las siguientes sentencias: *la inestabilidad política puede ser un freno para la inversión extranjera en América Latina, los costes de desplazamiento de personal cualificado son muy elevados y la cultura del trabajo es muy distinta en América Latina a la española.* Respecto de la primera, se ve compensada por un grado mayoritario de desacuerdo con la frase: *la inversión en América Latina implica mayores riesgos financieros que en otros mercados emergentes*, lo que podría denotar una progresiva confianza en los mercados sudamericanos, están además los mayores beneficios por inversión, que a tenor del grado de acuerdo compensarían los riesgos. En relación a la facilidad o no de encontrar personal cualificado, las respuestas se reparten a partes iguales entre el acuerdo y el desacuerdo, por lo que habría que atender más a la investigación micro, y con respecto a la cultura del trabajo, a pesar de su diferencia no parece que haya supuesto graves problemas para las empresas inversoras.

En cualquier caso, e independientemente de que envíen o no trabajadores a América Latina, insistir en que la valoración que hacen los empresarios de su experiencia en Latinoamérica es abrumadoramente positiva: cerca del 90% considera a esta como positiva o muy positiva.

Conclusiones

Tras esta visión general de las empresas gallegas y su relación con Latino América, y a la espera de completar el proyecto con el trabajo de campo en los países de destino, podemos adelantar un par de conclusiones tentativas que esperamos sirvan para guiar próximas investigaciones.

Hemos visto cómo junto a la pervivencia de un capitalismo más tradicional (ejemplificado en las empresas exportadoras tradicionales) se va configurando una fracción de tejido empresarial más dinámico y competitivo, que ve en la inversión en los mercados extranjeros una posibilidad real de crecimiento y fortalecimiento de sus empresas. Estas firmas mantienen una posición de avanzadilla en relación a la inversión exterior y confirman la oportunidad de las relaciones comerciales con terceros países como una forma estable de crecimiento para sus negocios. Tradicionalmente, España, y más aun Galicia, se caracterizaba por unas PYMES muy dependientes de los mercados interiores y con escasísima vocación exportadora, de ahí que las tendencias apuntadas, más que una significación cuantitativa (todavía son pocas), tenga una importancia cualitativa mucho mayor, ya que cambia la imagen de nuestro entramado productivo.

De otro lado, el intercambio de persoanl cualificado entre Galicia y América Latina puede proveer de un potencial de desarrollo y colaboración entre ambas zonas, compartiendo una cultura del trabajo, sistemas de gestión y cualificación ayudados y potenciados por esa cercanía cultural y simbólica. Galicia y América Latina pueden llegar a ser interlocutores privilegiados en un contexto de creciente internacionalización y globalización, sirviendo de contrapeso a la exportación del modelo del norte, hegemónico en ambas zonas hasta la fecha. Sin pecar de un inmoderado e infundado optimismo, si creemos que la profundización en las relaciones comerciales entre ambas zonas puede llegar a influir en el modelo tradicional de capitalismo multinacional.