

## La rapiña de las empresas españolas en América Latina

---

MARCOS ROITMAN ROSENMANN :: 14/02/2022

¿Qué esconde la marca España? Existe un estrecho vínculo entre las empresas transnacionales españolas y los gobiernos de la monarquía

Seamos serios, las relaciones entre el Reino de España y los países latinoamericanos no se caracteriza por estrechar vínculos culturales, menos aún por las reciprocidad comercial, empresarial o la transparencia en las inversiones. Tras la retórica de la hispanidad se encubren negocios fraudulentos, comisiones, lavado de dinero, cuentas en paraísos fiscales y un sin número de ilícitos, cuya lista es interminable. Cada viaje de los presidentes de gobierno y los reyes se acompaña de un séquito de empresarios ávidos de pingües beneficios. Así, apoyan reformas neoliberales en el continente. Posteriormente, conceden medallas y agradecen a gobernantes corruptos, los servicios prestados a la marca España: Zedillo, Uribe, Piñera, Macri, Calderón. La lista es amplia.

Hoy las relaciones comerciales con Iván Duque, en Colombia; Alejandro Giammattei, en Guatemala; Sebastián Piñera, en Chile; Jair Bolsonaro, en Brasil; Guillermo Lasso, en Ecuador, y Mario Abdo, en Paraguay, cuentan con el adjetivo de *seguridad jurídica* para los inversionistas españoles. Para que no exista equivoco, la expropiación de YPF-Repsol en Argentina, durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, fue considerada un ataque a España. La prensa y el gobierno tacharon la acción de populismo izquierdista, robo y una sinrazón política. Una década más tarde, con el gobierno de Mauricio Macri, Felipe VI cambia el discurso en su viaje a la Argentina: apoyamos todos los programas de reforma que están en marcha. Los empresarios españoles se frotaron las manos. Macri impulsó recortes salariales, despidos y exenciones fiscales a los empresarios españoles. Así, pudieron repatriar sus beneficios y empobrecer a los argentinos.

Pero Felipe VI lo tenía claro: España cuenta con empresas punteras, competitivas, modernas e innovadoras, exponentes de la marca España, que representa calidad y excelencia. Olvidó el expolio y etnocidio en Chile, contra el pueblo Pehuenche, cometido por Endesa en la construcción de la presa Ralco. Hecho constatado por el informe a Naciones Unidas redactado por Rodolfo Stavenhagen. Felipe VI tampoco recordó cómo los empresarios españoles compraron a precio de saldo bancos, compañías de aviación, tierras, ríos, bosques, construcciones, puertos, etcétera, obteniendo su padre grandes comisiones.

La marca España se caracteriza por realizar megaproyectos eólicos, mineros, de explotación turística, donde prima la destrucción medioambiental, la violación de los derechos humanos, la criminalización de las protestas y los movimientos de resistencia. Sirva como ejemplo la actuación de ACS en Guatemala, en Alta Verapaz. Allí, han sido entubados 30 kilómetros del río Cahabón, equivalente a 80 por ciento del tramo que cubre las poblaciones de los pueblos mayas que habitan el entorno. El 20 por ciento restante, señala Vladimir Soto, abogado del Colectivo Madre Selva, corre entre dos muros de cemento. Cincuenta mil son las personas afectadas por el proyecto.

Mientras tanto, en España se invisibiliza el desastre ecológico y humano causado por el presidente de ACS (y del Real Madrid), Florentino Perez, considerado un empresario ejemplar. Nada escapa a la voracidad empresarial de la marca España, destruyen todo cuanto supone un estorbo. Sin ruborizarse, extorsionan, desplazan población, pagan a bandas paramilitares, contaminan ríos, destruyen reservas naturales y violan los derechos humanos. No importa el precio a pagar. Todo por el beneficio.

No hay ministro de Industria, Economía, Turismo o Relaciones Exteriores español que no acuda en defensa de sus empresarios cuando emergen escándalos. El ex ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, en el gobierno de Mario Rajoy, sintetizó el espíritu de la marca España: el gobierno de España defiende los intereses de todas las empresas españolas, dentro y fuera. Si en alguna parte del mundo hay gestos de hostilidad hacia esos intereses, el gobierno lo interpreta como gestos de hostilidad hacia España y hacia el gobierno de España.

Bajo este principio actúan gobierno, medios de comunicación y políticos. Son una piña. Niegan, mienten y se escandalizan cuando provocan desastres medioambientales. Así entrelazan el discurso político con los intereses de las plutocracias a ambos lados del Atlántico. Repsol, Iberdrola, Telefónica, BBVA, Santander, Endesa, Zara, Sacyr, ACS, Prosegur, Ferrovial y Meliá, entre otros, pero son sólo la punta de iceberg, tras éstas, hay una pléyade de empresas que viven de esquilmar los recursos en América Latina. (Véase el Observatorio de Multinacionales Españolas en América latina. OMAL)

Por último, la guinda la pone el secretario de Estado para Iberoamérica y el Caribe, Juan Fernández Trigo. El 1/1/ 2022, declaró: América Latina no es precisamente un lugar ajeno al modelo de sociedad en el que nos desenvolvemos las sociedades europeas, las sociedades llamadas del primer mundo... En América Latina se abusa mucho del concepto integracionista y se hace poco en realidad para llegar a integraciones reales entre las economías y los sistemas políticos. Es verdad que el mito de Bolívar es algo que está muy presente en las conversaciones... pero es importante, algo más que declaraciones, por eso nos parece importante trabajar con la OEA.

En esta dirección, podemos interpretar la elección de Andrés Allamand -un golpista, defensor de la dictadura de Pinochet, coordinador de la campaña de Pinochet para el referéndum de 1988, con las manos manchadas de sangre- al frente de la Secretaría General Iberoamericana. Así entiende España la dignidad de los pueblos latinoamericanos. Arriba España. Una, grande y libre.

*La Jornada*

---

[https://www.lahaine.org/est\\_espanol.php/la-rapina-de-las-empresas](https://www.lahaine.org/est_espanol.php/la-rapina-de-las-empresas)