

MAURO F. GUILLÉN / Catedrático de la Wharton School (Universidad de Pensilvania)

“El siguiente campo de batalla de las empresas españolas es Europa”

ISABEL LAFONT, Madrid
Mauro F. Guillén (León, 1964) ha sido testigo de la expansión de las empresas españolas en los últimos 15 años desde su cátedra de Dirección Internacional de Empresas en la Wharton School de la Universidad de Pensilvania. En su nuevo libro, que lleva por título *El auge de la empresa multinacional española* (de la colección Economía y Empresa, editada por la Fundación Rafael del Pino), este doctor en Económicas por la Universidad de Oviedo y en Sociología por la de Yale, recoge el balance del proceso de expansión internacional de las empresas españolas.

Guillén concluye que la última década ha sido un periodo “muy acelerado, frenético”, que no sólo ha afectado a las grandes empresas, sino a unas 900 firmas que han establecido algún tipo de presencia estable en el extranjero. Residente en Estados Unidos desde hace 19 años, se muestra optimista sobre el futuro de las empresas, aunque no se olvida de las grandes debilidades de la economía del país: la falta de competitividad, de productividad y la exigua inversión en I+D.

Pregunta. ¿Qué consecuencias ha tenido la expansión internacional de las empresas?

Respuesta. La economía española está ahora expuesta a choques exógenos, a crisis de otros países, como se vio en el caso de Argentina. Pero los efectos no han sido tan patentes sobre la política exterior española. Nuestra diplomacia no ha despertado a esta nueva realidad. Todavía creemos que España no importa en el mundo, y sí que importa. Hasta hace cinco o 10 años, si había una crisis en un país latinoamericano, el presidente de ese país iba a Washington, a Nueva York y Londres. Ahora pasaría también por Madrid.

P. ¿Ha cambiado la imagen de España en el exterior?

R. Todavía perdura la imagen de que somos un país atrasado y tradicional, que la gente está bailando sevillanas todo el día. Es posible que sea aún pronto, que 10 años sean pocos para cambiarla. Dentro de España, sin embargo, la opinión pública y los sindicatos, por ejemplo,

tallas de la empresa española es Europa. Quizás después se puede plantear, con más medios, acometer la expansión en Asia o EE UU. Latinoamérica ha sido una fase muy importante, que ha dado tamaño a la empresa española, pero está prácticamente concluida. Habrá consolidación de posiciones, pero nada más.

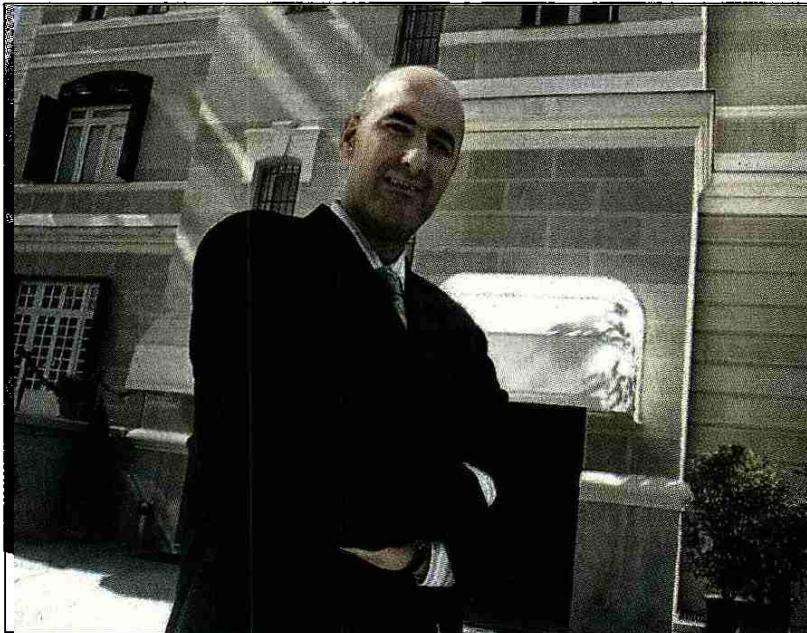
Telefónica o las grandes constructoras van a ser jugadores naturales en ese país. Soy más optimista con las perspectivas de China que con las de Europa del Este, donde los alemanes, los escandinavos o los franceses han tomado posiciones antes que nosotros.

P. Vive en Estados Unidos desde hace 19 años y ha visto cómo las empresas españolas se han internacionalizado. ¿Ha cambiado igual la mentalidad española?

R. No tanto. Seguimos siendo de los europeos más insulares. La gente sigue queriendo conseguir un trabajo en la misma ciudad donde ha nacido. Nuestra universidad es también tremendamente local y no se está acercando a un tipo de universidad más conectada globalmente. Otra carencia: los idiomas. ¿Cuántos cursos de lengua china o japonesa ofrecen las universidades?

P. Después de 20 años de crecimiento económico en España, ¿existe el riesgo de caer en la autocomplacencia?

R. Tenemos un problema de competitividad, que se erosiona por la inflación. No podemos tener una inflación que doble la de Europa. Hay que liberalizar más sectores, como el de servicios, hay todavía muchos precios reguladores, sobre todo en el sector de distribución... Además, la productividad crece, pero no tanto como en otros países. Y luego, existe el problema de siempre, el I+D. Llevamos 15 años diciendo que, ahora que las cosas van bien, vamos a invertir más en I+D, pero seguimos estancados en el 1% del PIB. Estamos aún en un nivel que se queda en la mitad del de los países más avanzados de Europa y es tres veces inferior al de los países más avanzados del mundo: Japón, EE UU o Suecia. Así no podemos seguir. Estamos hipotecando nuestro futuro.



Mauro F. Guillén, ante la sede de la Fundación Rafael del Pino en Madrid. / BERNARDO PÉREZ

“Soy más optimista con las perspectivas de China para las empresas españolas que con las de Europa del Este”

“Latinoamérica ha sido una fase muy importante, que ha dado tamaño a las compañías, pero está concluida”

consideran que la expansión internacional ha sido buena. Hay que tener en cuenta que se ha producido muy poca deslocalización como consecuencia del proceso.

P. ¿Qué recorrido tienen aún las empresas españolas en el exterior?

R. El siguiente campo de ba-

P. Da la sensación de que las empresas españolas han llegado tarde a mercados como Europa del Este o China.

R. Quizás han tenido dos o tres años de titubeo. Pero las empresas españolas de servicios e infraestructuras van a tener grandes oportunidades en China. Compañías como Iberdrola,