

MAURO GUILLÉN RODRÍGUEZ

Economista, catedrático de Administración de Empresas y de Sociología de la Universidad de Pennsylvania, premio Fundación Banco Herrero 2005

«Somos un país moderno y avanzado pero nos siguen viendo como fabricante de productos de baja calidad»

«El mayor cuello de botella para la expansión internacional española es la falta de directivos con capacidad para operar en Asia»

Oviedo.
Javier CUARTAS
-Usted hace un balance favorable de la evolución de las empresas españolas ¿Cuáles son las notas distintivas del protagonismo empresarial español en la UE y en el mundo?

-Hace 15 años la empresa española apenas jugaba papel alguno en la economía global. En estos momentos son ya 900 empresas las que disponen de una presencia estable en el exterior mediante canales de distribución, plantas, centros de diseño u otras actividades. En algunos sectores nuestras empresas son las líderes mundiales: telecomunicaciones, energía eólica, servicios de seguridad, servicios financieros, gestión de aeropuertos y autopistas, arroz, aceros inoxidables, vinos espumosos, etcétera. La empresa española cuenta en el escenario internacional; es una protagonista.

-¿A qué cabe atribuir que España haya pasado a ocupar una posición relevante con multinacionales líderes en algunos sectores?

-A los esfuerzos de nuestras empresas -de sus directivos y empleados- por competir, por enfrentarse a la liberalización de mercados en Europa, que les ha obligado a lanzarse al exterior en busca de oportunidades de crecimiento.

-¿Se puede dar por finiquitada la vieja idea de una España atrasada, poco desarrollada, subsidiaria del empuje externo?

-Yo creo que sí, pero desgraciadamente nuestra imagen en el exterior no ha cambiado tan rápidamente como la realidad de que ahora somos un país moderno, avanzado y dinámico.

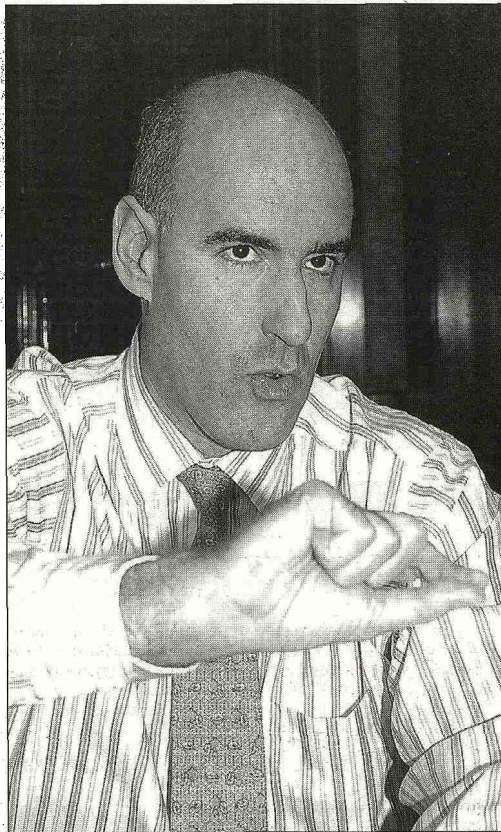
todo en el mundo anglosajón, como un país tradicional, exótico, que produce bienes y servicios de baja calidad.

-Sin embargo, sigue habiendo una brecha tecnológica, una inferioridad competitiva de la economía española y un déficit comercial, que es uno de nuestros principales y más acuciantes desequilibrios. ¿Cómo conciliar tales constataciones con la certeza de una excelencia empresarial española?

-Por supuesto. Gastamos poco en I+D (la mitad que en loterías) y nos falta un sector dinámico de capital riesgo que permita a nuestros emprendedores obtener el dinero y el asesoramiento necesarios para poner en práctica ideas de creación de empresas de alta tecnología. El Gobierno y las grandes empresas tienen que invertir más en I+D. En cuanto al déficit comercial, nuestro problema es que la productividad no crece lo suficiente, y que la inflación socava la competitividad. Tenemos que atajar estos dos problemas cuanto antes.

-La empresa española ha vivido un fuerte período de expansión internacional. ¿Es sostenible ese modelo? ¿Existen aún posibilidades de crecimiento por esa vía? ¿Está agotado?

-No solamente es sostenible sino que hay que seguir creciendo. La mayor parte de nuestras multinacionales tienen una presencia solamente en España, Portugal, y América Latina, es decir, en el 10 por ciento de la economía global, medida en términos de Productor Interior Bruto (PIB). Ahora empezamos a crecer en Europa y EE UU. Y luego falta Asia. Ahora no se puede parar. Si no seguimos creciendo, otros lo harán. No se puede «parar» la economía global para



JESUS FARPÓN

Mauro Guillén, en la sede del Banco Herrero.

«Gastamos poco en I+D, la mitad que en loterías, y nos falta un sector dinámico en capital-riesgo»

descansemos o «consolidemos». Hay que seguir creciendo.

-América Latina ha sido nuestro gran ámbito de expansión. ¿Está colmada esa área geográfica o aún quedan posibilidades de expansión?

-En gran medida sí. Ahora hay que enfocarse en Europa y EE UU, sin dejar de mirar a Asia.

-¿Sería necesaria una mayor internacionalización de la empresa española, con una vocación de crecimiento multi-continental? ¿Estamos suficientemente expuestos a otros

«Parece que hay un regreso al nacionalismo, lo que no será siempre positivo»

-Efectivamente: hay que mirar a otros continentes.

-¿Qué reformas debe acometer la empresa española para asumir un papel aún más relevante en la economía internacional?

-El mayor cuello de botella es la falta de personal directivo con capacidad de operar en Asia, es decir, que conozca las lenguas que se hablan allí. En América ha sido fácil. Europa es también sencillo. Asia es otra cosa.

-Muchas fusiones se han justificado por la necesidad de disponer de un tamaño mínimo

Perfil

Mauro Guillén Rodríguez es leonés, de 40 años, pero está muy vinculado a Asturias por razones familiares.

IV Premio Fundación Banco Herrero por sus trabajos de investigación, es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Oviedo y catedrático de Administración de Empresas y de Sociología de la Universidad de Pennsylvania.

Mauro Guillén acaba de editar la versión en español de su libro «El auge de la empresa multinacional en España» (Fundación Rafael del Pino). La edición original, en inglés, la publicó Cambridge a finales del año pasado.

bal. ¿Es condición necesaria y/o suficiente la escala?

-Sí. La empresa española era muy pequeña hace 10 años. Ahora ya puede competir, pero es necesario seguir creciendo. La economía global es un sitio muy grande. España supone el 2 por ciento del PIB mundial.

-Repsol está atravesando por graves problemas legales en Bolivia y varias empresas y bancos fueron objeto de tensiones sociales en Argentina (durante el «corralito») y otros países latinoamericanos. Las compañías estadounidenses también han sido vistas con mucho espíritu crítico en Europa y otras zonas del mundo. ¿Cómo prevenir las reacciones «nacionalistas»? ¿Ha habido abusos que justifiquen recelos históricos? ¿Se puede corregir con códigos de responsabilidad corporativa muy estrictos?

-La única manera es ser muy hábil políticamente y no dejarse llevar por la tentación de cerrar acuerdos preferenciales o privilegiados con gobiernos inestables que pueden desaparecer. Este ha sido uno de los errores claves de las empresas españolas, y el caso de Repsol es una de las ilustraciones más claras.

-A propósito de los intentos de opa y absorción en sectores como el bancario, y sobre todo el energético, se han vivido reacciones de las opiniones públicas y de las instituciones en defensa del mantenimiento en manos del capital nacional de los sectores llamados estratégicos. ¿Es un regreso al nacionalismo económico? ¿Traerá consecuencia negativa para la construcción europea pero también para la mejora de la competitividad de las empresas y los derechos de los consumidores estas reacciones «proteccionistas»?

-Parece que hay un regreso al nacionalismo, lo que no será siempre positivo. Hay que recordar que Europa no es un Estado ni una nación. Es una colección muy compleja de estados y naciones. En mi opinión, creo que hay que ir poco a poco, puesto que son muchos los intereses y las pasiones.

Pasa a la página siguiente

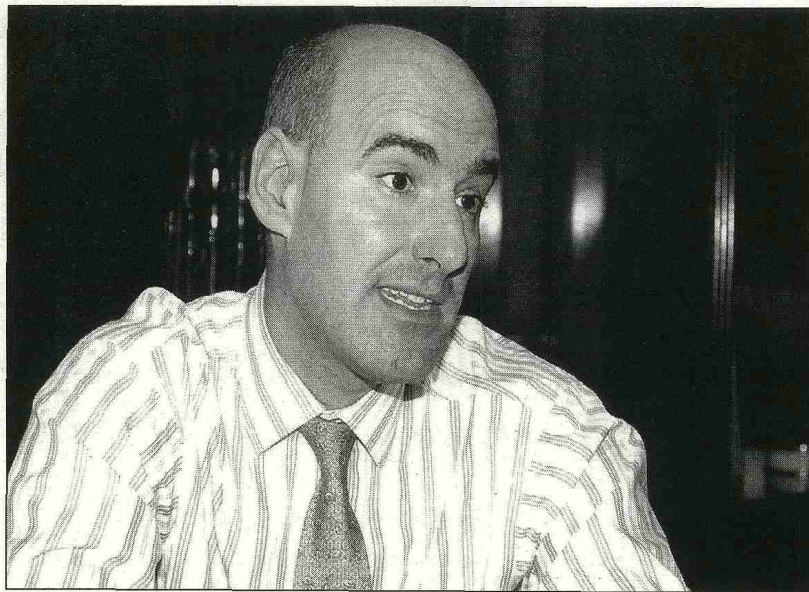
«Asturias está en una encrucijada; tiene que engancharse a la economía global y olvidar la subvención»

Viene de la página anterior

—Usted no considera intrascendente el efecto «sede». ¿Cómo dotarse de empresas fuertes, con base y compromiso en el propio territorio, sin mermar la libertad del movimiento de capitales y el libre comercio?

—Yo creo firmemente en el efecto «sede», es decir, que el lugar donde se establecen las oficinas generales de las multinacionales se beneficia de una mayor creación de empleo de alta cualificación. Madrid es buen ejemplo de ello, puesto que se beneficia enormemente de la presencia de grandes empresas como Telefónica, los bancos, Repsol, etcétera. Yo creo que esto es compatible con el libre comercio. Es, simplemente, que toda empresa tiene que localizar sus oficinas centrales en algún lugar, y ese lugar se beneficia de ello.

—¿Podemos medir el peso y poder de los países y las regiones por la importancia y número de las empresas con sede y capitales de referencia en sus propios territorios?



JESÚS FARFÓN

Mauro Guillén en el transcurso de una de sus explicaciones.

—Por supuesto. Miren a Suiza o a Suecia, que cuentan con muchas multinacionales. Yo quiero que España sea como esos dos países.

—En el libro se mencionan cuatro empresas asturianas: (Alsa, Central Lechera Asturiana, HC e ILAS) ¿Es una presencia suficiente, dado el tamaño y peso de la economía asturiana, o convendría una mayor relevancia empresarial

asturiana en el contexto nacional e internacional en consideración a la tradición económica asturiana?

—Están también Esmena y General de Alquiler de Maquinaria (GAM). Son pocas aún. Cuantas más, mejor. Asturias está en una encrucijada. Tiene que engancharse definitivamente del tren de la economía global, olvidarse del proteccionismo y la subvención, y empezar a compe-

tir. Su mejor activo: su gente, que está bien formada. Miren a la Universidad de Oviedo, e identifiquen qué conocimientos se pueden emplear para vender bienes o servicios.

—¿Qué destacaría de cada una de esas cuatro empresas como rasgos más relevantes de su trayectoria o peculiaridad?

—De Alsa, su expansión en China; pues fue la pionera española en aquel país. De Esmena,

«El mejor activo del Principado es su gente, que está bien formada. Miren a la Universidad e identifiquen qué conocimientos se pueden emplear»

su papel en Brasil. De ILAS, su persistencia a la hora de competir en un sector muy difícil, como es el lácteo. Y de General de Alquiler de Maquinaria, la visión de sus directivos a la hora de anticipar que se iba a producir una consolidación en el sector de maquinaria para la construcción. Ya están en Portugal, y seguro que jugarán un papel importante en otros países europeos.

—¿Qué impide que Asturias pueda presentar un mayor elenco de empresas ejemplares? ¿Cómo actuar para favorecer la empresarialidad?

—Fomentando el conocimiento y la creación (y retención de capital humano). Sin conocimiento no se puede competir en la economía global. Urge también más capital-riesgo para que los jóvenes puedan crear empresas. Y también atraer a inversores extranjeros. Asturias siempre ha tenido un déficit en este sentido.