

# EMPRESAS

El ministro de Exteriores, José Manuel García-Margallo, se ha puesto a la cabeza de la nueva estrategia del gobierno del PP para relanzar la marca España. En aras de que el sector exterior y la internacionalización de las empresas tire de la maltrecha economía española, Margallo, sacando pecho frente al ministerio que suele ocuparse de estos asuntos, el de Economía, tiene ya en su mano la foto ansiada por los mercados —la del Gobierno y la élite empresarial, trabajando hombro con hombro—, y una

hoja de ruta para empezar a trabajar. Involucrar a todos los ministerios que, como el de Fomento, Industria o Agricultura, puedan canalizar ayudas para las empresas; buscar la manera de mejorar la eficacia de la red de embajadas repartidas por todo el mundo, e informar de todo lo que tenga que ver con fondos para la financiación y créditos son algunos de los primeros propósitos de García-Margallo. El saldo de la primera cumbre empresarial del PP es, según las empresas, optimista.

**Exteriores toma las riendas de la nueva estrategia de colaboración entre multinacionales, embajadas y empresas públicas**

## La marca España, a la caza del contrato internacional



Foto de familia del ministro de Exteriores, José Manuel García-Margallo rodeado de los presidentes y directivos de las principales empresas del país.

■ **Nuria Díaz**

“El éxito del AVE a la Meca ha generado un clima de optimismo y de confianza en nuestras capacidades que no podemos desaprovechar”—señala una fuente del sector de la construcción. El contrato, adjudicado el pasado 26 de octubre a un consorcio de empresas españolas, es un proyecto histórico, el mayor logrado en el exterior y el primero que supondrá la construcción de un AVE completo fuera de España. La intención del Gobierno del PP es aprovechar el tirón para relanzar la marca España y aprovechar las oportunidades en los mercados

exteriores ante la atonía del español. Y al frente de esta estrategia se ha situado, ganando la partida al ministro de Economía, **Luis de Guindos**, o al de Industria, **José Manuel Soria**, el de Exteriores, **José Manuel García-Margallo**.

García-Margallo, consciente de la importancia de la política de los gestos para tranquilidad de los siempre inquietos mercados, ha puesto la primera piedra de esta tarea reuniendo hace sólo unos días en el Palacio de Viana a la élite empresarial del país, foto de familia incluida, en un encuentro que todos han calificado de “muy satisfactorio”. Treinta grandes empresarios y directivos

con fuertes intereses fuera de nuestras fronteras y que, de hecho, la mayor parte, recoge más de la mitad de su facturación en estos mercados internacionales.

Tras la foto, el almuerzo y además de las buenas intenciones, algunos acuerdos para empezar a trabajar.

### Primeros acuerdos

El primero es la promesa del ministro de Exteriores de que trabajará para involucrar a todo aquel que “pueda abrir una puerta” a los intereses de la marca España. Para empezar, algunos ministerios, como el de Fomento, el de Industria o el de Agricultura. De hecho, y aunque en

un discreto segundo plano, los dos primeros, **Ana Pastor** y José Manuel Soria, también acudieron a la cumbre. No así el de Economía, Luis de Guindos, una ausencia en lo que todas las fuentes consultadas han querido ver una pugna interna que, el ministro de Exteriores parece haber ganado. Además de los ministerios, hasta el propio Rey tendrá ‘deberes’ económicos en sus viajes: desde hacerse acompañar por empresarios con intereses en la zona hasta desplegar sus propias dotes diplomáticas, como de hecho ha sucedido en el contrato del AVE a la Meca y han reconocido algunas de las empresas implicadas como Talgo.

El segundo punto de la hoja de ruta es la puesta en marcha de una consulta a las empresas para elaborar estrategia que mejore el servicio de las 130 embajadas españolas repartidas por el mundo. Desde el agregado comercial hasta el embajador, estarán a partir de ahora al servicio de las multinacionales.

En el encuentro, los empresarios también le pidieron a los ministros presentes más seguridad jurídica y sobre todo no duplicar esfuerzos, en clara alusión a la labor de algunas comunidades que no sólo organizan sus propias delegaciones comerciales, sino que además tienen sus propias embajadas. Fuentes del sector señalan que “fuera de nuestro mercado, es mejor ir con una sola marca y con unos únicos interlocutores. Es lo que mejor se entiende”.

El Gobierno también quiere una mayor presencia de las empresas públicas acompañando al sector privado en el exterior. Compañías como Renfe, Adif o Aena, son los

**Un punto de la hoja de ruta es la consulta a las empresas para elaborar una estrategia que mejore el servicio de las 130 embajadas españolas**

**El propio Rey tendrá ‘deberes’ económicos en sus viajes: desde acompañarse de empresarios hasta desplegar sus propias dotes diplomáticas**

principales candidatos. Experiencias exitosas no faltan y el AVE del desierto es buena muestra de ello.

Según algunas fuentes, Exteriores también quiere dedicar un capítulo a la financiación de los proyectos y a la labor informativa que los ministerios pueden hacer a este respecto, señalando cómo se van a redistribuir los fondos estructurales a partir de 2013, que se han desplazado desde España a los países del Este y también informando sobre los seguros de crédito a la exportación de Cesce.

### Rumbo a Arabia Saudí, Rusia y Brasil

A partir de ahora, las empresas señalan que aunque han salido muy satisfechas de esta reunión, hay que concretar muchas cosas más. Y rápido, porque con el AVE a la Meca no se terminan las oportunidades para las multinacionales españolas y el objetivo es ganar más concursos internacionales de esta categoría. Y los hay. Rusia, por ejemplo, tiene en marcha de la línea ferroviaria de Alta Velocidad (AVE) que unirá Moscú y San Petersburgo en dos horas y media, un ‘macroproyecto’ valorado en unos 14.000 millones de euros, y al que ya ha sido invitado a participar Adif, pero que se espera que atraiga a más empresas españolas.

Igualmente, y en otro ámbito, es reseñable un pedido de 200 carros de combate que el Gobierno Saudí lleva analizando desde hace meses, valorado en 2.500 millones de euros, y en el que la industria militar española figura entre los aspirantes mejor situados.

En Brasil, uno de los mercados emergentes más activos y donde las empresas españolas tienen más intereses, también están en marcha distintas licitaciones, desde terminales de aeropuertos, hasta obras hidráulicas.

## A la enésima cumbre empresarial... ¿va la vencida?

■ No es de extrañar que a pesar de las buenas palabras, entre los empresarios reine la desconfianza. Y es que esta iniciativa del Gobierno no es la primera ni mucho menos. Más bien es la reedición, con variantes, de una vieja idea que se viene repitiendo con todos los gobiernos: la de que las empresas unan fuerzas con la administración para ‘venderse’ mejor. Por poner solo los

ejemplos más significativos:

■ El ex presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, mantuvo cuatro encuentros con banqueros y al menos dos grandes reuniones con cerca de 40 empresarios que —señalan fuentes de algunas de las compañías invitadas a estas cumbres— “no llevaron a ningún lado”. Y ponen ejemplos: en la primera,

en noviembre de 2010, se acordó el impulso de la reforma laboral, y la segunda, en marzo de 2011, tuvo como mayor éxito el acuerdo para poner en marcha 30.000 becas, pero el debate sucesorio en el PSOE desvió la atención.

■ Entre medias, el ministro de Industria de Miguel Sebastián ponía en marcha el Plan Made in/by Spain de cooperación entre España y EEUU, que

luego se ampliaría a la colaboración con Rusia.

■ Hace un año, las principales empresas del país formaban un think tank para encontrar fórmulas, elaborar informes y discutir ideas que puedan ayudar a reforzar la marca España. Lo cierto es que el foro no ha hecho públicos muchos informes y el más señalado fue uno en el que pedían al Gobierno la reforma laboral

urgente, tal y como pedía la CEOE.

■ Poco antes de ganar las elecciones, y consciente ya de su casi segura victoria, el líder del PP, Mariano Rajoy cenaba en Barcelona con una veintena de empresarios catalanes y madrileños. Un encuentro organizado por el denominado Foro Puente Aéreo y que tuvo mucha repercusión mediática, pero ninguna concreción, más allá de la foto.