

**PRIMERA REUNION ANUAL DEL FORO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN
ESTADOS UNIDOS**

**INTERVENCION DE D. JAVIER GÓMEZ-NAVARRO, PRESIDENTE DEL
CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS.**

Nueva York 16 de Marzo de 2009

Altezas Reales,

Sr. Ministro de Industria, Turismo y Comercio,

Sra. Secretaria de Estado de Comercio,

Sr. Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales,

Sr. Presidente de la Cámara de Estados Unidos en España,

Autoridades,

Sras. y Sres. Empresarios,

Las Cámaras de Comercio Industria y Navegación de España han acogido con satisfacción la iniciativa de nuestro Ministerio para crear este Foro de las empresas españolas instaladas en Estados Unidos, que nace con el objetivo de convertirse en un núcleo permanente de reflexión para el intercambio de ideas y sugerencias con las empresas, para el mejor desarrollo de nuestra presencia en este país. Desde las Cámaras, que ya tienen cierta experiencia en este mercado, trataremos también de utilizar a partir de ahora este Foro, como cauce regular para hacer nuestras aportaciones, basadas en esa experiencia y en los oportunos análisis y estudios que día a día llevamos a cabo.

El Foro de las Marcas Renombradas españolas celebrará esta noche un acto al que también nos sumaremos, manifestando nuestro apoyo al organismo encargado de promocionar internacionalmente las marcas españolas.

La Conferencia sobre la sostenibilidad de los negocios entre España y Estados Unidos pondrá el broche mañana a esta iniciativa, a la que lógicamente no podían ser ajenas las Cámaras de Comercio, que tienen atribuida por ley la promoción exterior de las empresas y a ello dedican lo más sustancial de sus recursos.

Se celebran estos encuentros de hoy y mañana en momentos de especial dificultad para las economías americana y española, inmersas en una crisis financiera que, aunque global, presenta en ambos países ciertas características comunes, como son la crisis inmobiliaria o el enorme déficit de la balanza corriente, y ello a pesar de haber sido hasta el año pasado dos de las economías más dinámicas de la OCDE. Sin embargo, en algo más de un año hemos pasado desde tener las más altas tasas de crecimiento a una situación de estancamiento, con capitales devaluados y unos excedentes empresariales que apenas encuentran nuevas oportunidades de inversión en sectores productivos, lo que incrementa el riesgo de nuevas devaluaciones para esos capitales.

Los Gobiernos de nuestros Estados se han visto obligados a intervenir, como nunca antes lo habían hecho, para sostener y apoyar a los bancos y otros organismos financieros, que están en pleno proceso de saneamiento de sus balances, lo que está provocando que el crédito llegue escaso y caro a las

empresas. Este es quizás el principal problema con que se encuentran aquellas empresas que han apostado con fuerza por la internacionalización como una opción imprescindible para afrontar la crisis. La internacionalización contiene implícitas buena parte de las soluciones que estamos buscando, pues requiere nuevas oportunidades de inversión, supone el mantenimiento de los flujos de intercambios y es fundamental para poner de nuevo en marcha la economía, generando nuevas actividades productivas, fortaleciendo los sectores más innovadores y creando empleo.

Para avanzar en esta estrategia el mercado americano sigue siendo la mejor opción, debido a la fortísima apuesta que está llevando a cabo la nueva administración del Presidente Obama para poner en marcha su economía sobre cauces más seguros y estables, lo que puede tener un efecto tractor y ser el mejor incentivo para que también salgan de su letargo el resto de las economías.

No es quizá el momento para dedicar más reflexiones a la crisis, pero si quisiera transmitirles mi firme convencimiento de que, en cualquier caso, las dificultades actuales van a acelerar de forma positiva los cambios tecnológicos y van a obligar al mercado a evolucionar de forma rápida, lo que pondrá a prueba la capacidad de adaptación de las empresas y la flexibilidad de que dispone cada economía para ajustarse y acceder a las nuevas oportunidades. En este sentido, creo que tanto la economía americana como la española disponen de una buena experiencia para adaptarse, adquirida en los últimos lustros.

En efecto, España ha sido capaz de liberalizar su economía en los últimos años hasta convertirse en una de las más abiertas del mundo, dotándose al mismo tiempo de algunos sectores fuertes y competitivos, de los que son buenos ejemplos el turismo, el sector del automóvil y sus componentes, o el de los ferrocarriles; y estamos incluso sorprendiendo en el ámbito internacional con un sector, el de las energías renovables, que es pionero en el mundo.

Por su parte, Estados Unidos ha sido tradicionalmente una economía flexible que ha sabido siempre aprovechar las oportunidades que le ofrecían una base tecnológica muy sólida, una excelente dotación de capital humano y una gran capacidad innovadora; un conjunto de activos que le han permitido jugar el papel de locomotora de la economía mundial durante decenios, convirtiéndose en un gran exportador, al tiempo que ofrecía su gran mercado a los exportadores del resto del mundo.

El 17% de las exportaciones mundiales tiene hoy como destino el mercado americano, que es el principal importador mundial. En el último ciclo de crecimiento, hemos visto cómo la economía americana parecía capaz de absorber toda clase de productos desde los orígenes más dispares y ha sido ese incremento del consumo, satisfecho en parte con productos importados, el que ha generado su enorme déficit con el exterior. Un déficit que es consecuencia del crecimiento de la demanda interna y de la propia competencia y competitividad de las empresas americanas pues, aunque pueda parecer paradójico, esas cantidades ingentes de productos importados, especialmente los bienes de consumo, son distribuidos por marcas americanas. La competencia de las empresas por obtener nuevas cuotas de mercado es una de las causas de esas importaciones, como pone de

manifiesto que los principales suministradores de Estados Unidos sean los países donde las empresas norteamericanas invirtieron, para producir con destino a su propio mercado. Es el caso de Canadá y México, socios en el NAFTA (Acuerdo de Libre Comercio Norteamericano), y en los últimos años China, que está actuando como fábrica de productos americanos que se venden en el mercado americano con marcas americanas.

El comercio exterior de España con Estados Unidos se ha mantenido con cuotas bajas aunque estables, al menos hasta el año pasado. Este mercado sigue siendo residual para la exportación española, al que se dirigen solo el 5% de nuestras exportaciones. Este bajo índice de penetración de nuestros productos vendría explicado, al menos en parte, por la inmensidad del mercado americano, que exige para desenvolverse en él fuertes desembolsos que no siempre son asumibles por las pequeñas y medianas empresas. Aunque también hay que señalar los costes legales, mucho más altos que los necesarios para exportar a la Unión Europea o la ausencia de una colonia española importante en el país que si existiese, generaría una demanda natural de productos españoles.

La explicación de esta reducida cuota de mercado hay que buscarla también en las propias características de la oferta exportadora española, que en más de un 70% se dirige a los países de la Unión Europea, con los que tenemos un mercado único, más próximo y mejor adaptado a nuestros productos.

También hay que señalar que más del 50% de nuestras exportaciones se realizan a través de las empresas multinacionales instaladas en España; es por ejemplo el caso de las empresas del sector del automóvil que aunque compra gran cantidad de bienes intermedios a otras empresas españolas, son ellas

mismas las que realizan las labores de exportación y distribución y es evidente que la estrategia de esos grupos empresariales ha asignado a España la labor de producir para Europa.

Desde el punto de vista de la inversión la relación ha sido también muy desigual. Las empresas norteamericanas supieron aprovechar el proceso de apertura de la economía española, desde la reforma de Ullastres en los 60, el Acuerdo de Asociación con la Comunidad Europea del 70 o la adhesión a la Unión Europea en el 86, para invertir en España, ocupando siempre uno de los primeros lugares.

Con esa política de expansión, las empresas norteamericanas han ido constituyendo un stock de inversión en España que en la actualidad ronda los 60 mil millones de dólares; lo que supone más del 2% del total de la inversión americana en el exterior y sitúa a España en el décimo sexto destino de la misma.

Estados Unidos es el primer inversor en España, seguido muy de cerca por Francia, pero quizás lo más significativo sea señalar el cambio de objetivos que motivaron esas inversiones, pues si las primeras tenían como objetivo instalarse en un país de bajos costes salariales, con un acceso preferente al mercado comunitario, la situación hoy es mucho más equilibrada y las inversiones se corresponden más con los intercambios normales y lógicos entre dos economías desarrolladas. Las diferencias de costes de los factores no son ya el principal elemento a tener en cuenta primando ahora la búsqueda de oportunidades en sectores y empresas concretas con el fin de asegurar posiciones estratégicas, mejorar cuotas de mercado o ser más eficientes en la gestión.

La inversión española en Estados Unidos es por el contrario una historia relativamente reciente, ya que hasta el año 2000 era difícil encontrar operaciones de inversión españolas significativas en Estados Unidos, con la excepción quizás de la compra de Lycos por Terra.

Es a partir del año 2000 cuando se produce el cambio y desde entonces estamos asistiendo a un crecimiento acelerado de la inversión española. Durante estos años el fuerte crecimiento español y las ventajas derivadas del tipo de cambio, hicieron posible este fenómeno inversor, tras un rodaje en el aprendizaje de la internacionalización, básicamente en América Latina y en Europa, con el que se dio un salto significativo de la presencia de nuestras empresas en Estados Unidos.

A partir de la segunda mitad de los años 90 el proceso de privatizaciones y la pertenencia al euro permitieron a las empresas españolas de gran tamaño crear lo que podemos llamar las primeras multinacionales españolas, que se iniciaron en el mercado latinoamericano y europeo comunitario con bastante éxito. Ello les animó a extender su presencia en la Europa del este, en Asia y por supuesto en Norteamérica.

También hay que señalar que hasta el año 2000, una buena parte de la inversión española en Estados Unidos fue realizada por las pequeñas y medianas empresas, que se lanzaron a invertir como apoyo o complemento de su actividad exportadora y es partir de 2003 cuando podemos decir que hacen su irrupción las grandes empresas, que invierten en Estados Unidos comprando empresas ya existentes a las que aportan su propia tecnología y sus propios métodos de gestión. El financiero, las infraestructuras, el

agroalimentario y las energías renovables son los sectores en los que más ha crecido la inversión española, que ya alcanza un stock acumulado que ronda los 12 mil millones de euros, situándose España como el décimo tercer inversor en Estados Unidos.

Afortunadamente, podemos decir que la inversión española es reciente, pero ha irrumpido con fuerza en este mercado y son numerosos los ejemplos que avalan esta afirmación. Solo citaré algunos ejemplos como son Iberdrola y su proyecto de compra de la Energy East; OHL, que ha ganado el contrato para ampliar el Metrorail de Miami; Ferrovial que ha convertido Estados Unidos en uno de sus mercados clave a través de sus filiales; Isolux, Abertis y un largo etcétera de empresas cuyos representantes nos acompañan hoy y estoy seguro que en la sesión de esta tarde tendrán ocasión de informarnos con más detalle sobre su presencia en los Estados Unidos.

Alteza, Sr. Ministro, quiero terminar mi intervención reiterando en nombre de las Cámaras españolas, nuestra satisfacción por estar presentes en este acto. Creemos en la próxima recuperación de Estados Unidos y estamos convencidos de que la elección de este gran país como mercado-objetivo para nuestras empresas es una excelente opción.

Nuestras Cámaras tienen planificadas más de 70 acciones de promoción comercial para este año en los diferentes Estados de la Unión y estamos dispuestos a reforzar nuestras actividades, para lo cuál hemos firmado un Convenio de Colaboración con las Cámaras Hispanas de los Estados Unidos y mantenemos una excelente relación con la U.S. Chamber of Commerce.

Es a través de la internacionalización como podemos buscar soluciones al enorme déficit exterior de la economía española y es actuando en esta vía y apoyando a nuestras empresas para estar más presentes en los mejores mercados, por donde debemos abordar la salida de la actual crisis y la propia recuperación económica.

Muchas gracias.