

Alteza Real, Ministro, Secretaria de Estado, Presidente de la CEOE, Presidente del Consejo Superior de Cámaras, autoridades.

Es un honor participar en la primera reunión del Foro de Empresas Españolas y, en general, contribuir en la presentación del Plan Made in / Made by Spain.

Este Plan se corresponde a una antigua ambición de país y a una excelente iniciativa del Gobierno. Quiero, en este sentido, felicitar al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y al ICEX por su magnífica labor.

También se corresponde a una inquietud que llevamos verbalizando algunas instituciones desde hace años. Pero sobre todo, se corresponde al esfuerzo de las empresas españolas, de todos Uds., que trabajan tan admirablemente en ambos lados del Atlántico y que reclaman una mayor visibilidad de España en los Estados Unidos.

En los cinco últimos, de los casi 92 años de historia de nuestra institución, la American Chamber of Commerce, hemos remarcado muchas veces la necesidad de potenciar una diplomacia pública española más ambiciosa, y de articular un buen Plan de Imagen que mejore la visibilidad de nuestro país en Estados Unidos. Sin ninguna duda, España sigue siendo aquí un país desconocido, muchas veces transparente. Por ello, es tan necesario potenciar una Marca Global que permita aunar en la mente de los norteamericanos, la calidad de los bienes y servicios de origen español -y también de España como destino inversor - con el desarrollo extraordinario de nuestra economía y nuestra sociedad en estos últimos 30 años de democracia. Hemos creído desde siempre que es este un asunto trascendental y un asunto de Estado, y en este sentido nos es muy grato comprobar hoy, gracias a la presencia de sus Altezas Reales, que esta excelente iniciativa cuenta con el respaldo inigualable de nuestra más alta Institución, la Corona.

Con respecto a la inversión estadounidense en España señalar que pese a su importancia tiene todavía mucho margen para crecer. Tenemos todavía pocas compañías americanas en España, unas 500, en comparación con las miles presentes en países como Alemania, Francia, el Reino Unido o Italia. Sin duda alguna, este Plan va a fomentar un mayor conocimiento de nuestro país como destino inversor y ayudará a que otras compañías se instalen en España. Aún así, la inversión estadounidense ha sido y es muy notable desde los años 60, y es hoy la primera inversión extranjera, representando más de un 7,3% de nuestro PIB.

Por el contrario, la inversión y exportación española a Estados Unidos ha sido muy pobre hasta hace muy poco.

Como todos Uds. saben esto ha cambiado extraordinariamente en los últimos años y me parece muy apropiado que hoy, en medio de esta crisis económica y financiera, se reafirme, más que nunca, la necesidad de incrementar la cuota de las empresas españolas en el primer mercado mundial.

A lo dicho anteriormente me gustaría añadir unas pocas ideas:

- En primer lugar, señalar que nos encontramos en la primera verdadera crisis global, que puede ser larga, y que va a suponer un reto para todos pero también una gran oportunidad para algunos. Van a surgir ocasiones de adquirir compañías a precios muy razonables. Las empresas españolas deberían concentrar sus esfuerzos en estas oportunidades. Y para muchas empresas españolas nos parece especialmente recomendable la adquisición de redes de distribución consolidadas, muy especialmente en el Mid West, lo que permitirá abordar este inmenso mercado con mayores garantías de éxito.
- En segundo lugar, quiero recordar la importancia de este mercado para completar el proceso de internacionalización de la economía española. Ya ocurrió en su día con el sector de la moda y del lujo francés, con

el sector del diseño y la moda italiana, de la máquina herramienta alemana, o con la industria de la automoción japonesa. Ninguno de estos sectores sería lo que es hoy sin haber penetrado en este mercado, que no solo es el más grande y uniforme sino que además es una plataforma irremplazable para abordar otros mercados. España empezó tarde su proceso de internacionalización, y lo hizo en las zonas que tenía más a mano, Latinoamérica y Europa. Hoy Estados Unidos debe ser la principal prioridad para todas aquellas empresas españolas, como las aquí representadas, con ambición de tener una dimensión verdaderamente global.

- En tercer lugar, quiero recordar la necesidad de americanizar las operaciones que se hagan en este país. Este es un mercado muy competitivo y a él hay que dedicarle los mejores recursos tanto económicos como humanos. Es necesario americanizarse y es necesario tener socios locales. Como se ha dicho, con los planes de rescate económico de la Administración Obama van a surgir oportunidades enormes para compañías españolas en dos sectores donde tenemos liderazgo mundial, energías renovables e infraestructuras. No me cabe la menor duda de que si no somos capaces de americanizar nuestras operaciones aquí y colaborar con empresas estadounidenses, muy especialmente las que están en España, y no solamente en Estados Unidos sino también en otras partes del mundo, estas oportunidades se pueden perder. Y esto es aplicable a otros muchos sectores - alimentación, IT, moda, health care - donde algunas de nuestras empresas tienen grandes posibilidades de incrementar su cuota de mercado aquí.
- Por último quiero sugerirles que piensen en los hispanos. La población hispana representan el 14% del total y crece a un ritmo 3 veces superior al de la media. Con un poder adquisitivo actual de 900.000 millones de dólares, los hispanos van a convertir muy pronto a los Estados Unidos

en el país hispano más rico del mundo. Tener un colectivo tan grande y de creciente influencia que, sin ser españoles, sí sienten una cierta afinidad por España, es un activo empresarial de extraordinario valor. Es allí donde debemos encontrar a nuestros empleados clave, a nuestros directivos, a nuestros banqueros, a nuestros abogados, a nuestros socios, a nuestros agentes y distribuidores.

Apalancar la visibilidad de España en ese colectivo en todos los campos (empresarial, profesional, político, científico, cultural y mediático), es sin ninguna duda uno de los grandes retos que todos tenemos para que este magnífico Plan Made in/Made by Spain, que hoy aquí se presenta, sea un éxito.

Muchas gracias a todos Uds. por su atención. Gracias.