

**Mauro F. GUILLÉN, *El auge de la empresa multinacional española*, Madrid, Marcial Pons - Fundación Rafael del Pino, 2006, 283 pp.**

Una de las consecuencias más relevantes de la reciente modernización de la economía española es la aún más reciente internacionalización de sus empresas. En efecto, a finales del siglo XX y por primera vez en su historia, España había pasado de receptor a exportador neto de capitales. En la actualidad, se encuentra entre los diez principales inversores directos del mundo. Este hecho, hasta cierto punto sorprendente dado el tamaño de su economía, corrobora la “normalidad” del desarrollo económico español apuntada ya para otros aspectos. No obstante, el caso español presenta asimismo ciertas particularidades cronológicas (internacionalización tardía respecto a otros europeos), geográficas (América Latina como principal destino) y sectoriales (concentración en servicios). De desentrañar estas particularidades y el proceso en general, así como las consecuencias de la expansión internacional de las empresas españolas, se encarga el último libro publicado por Mauro F. Guillén.

Doctor en Economía por la Universidad de Oviedo y en Sociología por la de Yale, Mauro F. Guillén ocupa actualmente la Cátedra Felix Zandman en Dirección Internacional de la Empresa y de Sociología en la prestigiosa Wharton School de la Universidad de Pennsylvania (Estados Unidos), desde la que ha publicado extensamente sobre administración internacional de la empresa. Algunas de sus obras han tenido una amplia difusión también entre los historiadores económicos, en particular las relacionadas con los modelos históricos de organización del trabajo (Guillén, 1994) y con el papel de los grupos empresariales en el crecimiento de los países de industrialización reciente (Guillén, 2001; Kock y Guillén, 2000). Un sabático durante el curso 2003/2004 financiado por la Fundación Rafael del Pino y con el apoyo logístico del Instituto de Empresa, le permitió desarrollar la investigación sobre las multinacionales españolas que se recoge en el libro objeto de esta reseña, publicado un año antes en inglés por Cambridge University Press.

Si bien son ya numerosos los estudios sobre la empresa internacional española realizados desde la economía aplicada y la dirección y organización de empresas –Juan José Durán fue uno de los pioneros que más sigue publicando al respecto–, en general estos trabajos han concentrado su atención en determinados sectores, empresas o zonas geográficas (América Latina). La última obra de Guillén no sólo aborda por primera vez este fenómeno en su conjunto, sino que también analiza sus consecuencias económicas, políticas y sociales con el fin último de identificar las debilidades de estas empresas y los principales retos a los que se enfrentan éstas y, en general, la economía y la política españolas. Todo ello argumentado de forma clara y contundente. Guillén basa su investigación en una extensa bibliografía secundaria complementada con varias encuestas de opi-

nión y a empresas y con un centenar de entrevistas a una variada muestra de directivos, cargos ministeriales, consultores e investigadores. La obra se divide en cuatro partes: introducción histórica y teórica sobre la empresa multinacional (capítulos 1 y 2); descripción del proceso de internacionalización de la empresa española (capítulos 3-5); consecuencias económicas, diplomáticas, de imagen externa y sociales de dicho proceso (capítulos 6-9); y conclusiones (capítulo 10). La obra se cierra con una breve cronología de los principales hitos de la expansión de las multinacionales españolas, que se inicia con la liberalización inaugurada por el Plan de Estabilización.

El libro arranca con una breve introducción sobre la evolución histórica (desde el siglo XIX) de la inversión extranjera en España y la emitida por ésta (capítulo 1), a la que le sigue una valiosa síntesis de las principales teorías que desde la economía, la organización y dirección de empresas, la politología y la sociología intentan explicar por qué surge la empresa multinacional, cómo opera y su impacto en los países de origen y de destino (capítulo 2).

El proceso de internacionalización de la empresa española (y sus antecedentes) se ilustra a través de diversos estudios de caso englobados en empresas familiares y cooperativas (capítulo 3) y antiguos oligopolios del sector servicios –telecomunicaciones, petróleo, electricidad y gas, especialmente (capítulo 4)–, contando uno de ellos, la banca, con un capítulo específico (capítulo 5, que resume diversos trabajos realizados conjuntamente con A. Tschoegl). Retomando el debate sobre las ventajas (cada vez más rebatidas) de la gran empresa por su aprovechamiento de economías de escala y su capacidad para obtener recursos, Guillén muestra, a través de una variada selección de empresas familiares (en los sectores vitícola, de alimentación, confección, componentes de automóvil y material ferroviario) y una cooperativa (Mondragón) cómo el tamaño no les ha impedido tener una cada vez mayor presencia internacional, si bien en algunas industrias intensivas en tecnología, como las de material ferroviario, puede ser un tema de preocupación constante. El tamaño sí ha resultado crucial, empero, para las grandes empresas españolas de servicios, que de otro modo o podrían haber sido engullidas por sus homólogas europeas durante el proceso de liberalización de la economía española, o no podrían haberse expandido fuera de nuestras fronteras. De la comparación entre grandes y pequeñas surgen algunas conclusiones interesantes. Motivadas unas y otras, entre otros factores, por la saturación del mercado nacional, curiosamente las primeras empresas familiares en dar el salto al mercado mundial no eran las líderes en sus respectivos sectores. En muchos casos se anticiparon (junto con constructoras) a las grandes empresas de servicios en esta expansión exterior, expansión, por otro lado, más diversificada territorialmente, con un mayor peso de los mercados europeo y asiático. En todas las empresas consideradas, sin embargo, los activos intangibles (marketing, marcas, capacidades organizativas) parecen ser la clave. Si bien conocer su proceso de creación exigiría una investigación más amplia de la aquí desarrollada, el autor apunta dos elementos que sirvieron de aprendizaje: la creciente competencia de empresas extranjeras en el mercado nacional y el profundo proceso de reestructuración-fusión-privatización que desde los años ochenta afectó a servicios hasta entonces fuertemente regulados, experiencia que permitiría a las empresas protagonistas un mejor aprovechamiento de las oportunidades brindadas por la creciente liberalización de la actividad económica en América Latina, zona donde se concentra su actividad internacional.

La tercera parte del libro lidia con las consecuencias de la expansión de las multinacionales españolas. Como se muestra en el capítulo 6, dicha expansión ha reavivado el sistema financiero español sin que, a juzgar por lo ocurrido en el caso argentino (analizado en detalle), las crisis en los países de destino hayan salpicado a la economía española —hecho que el autor atribuye al buen hacer de las empresas y las autoridades reguladoras implicadas, además del reducido vínculo comercial entre ambos países—. Ello, no obstante, no ha sido suficiente para desterrar la imagen tradicionalmente negativa de los productos y servicios españoles entre los países desarrollados (capítulo 8), ni para aumentar el protagonismo de España en los estudios de caso desarrollados por las escuelas de negocios (aunque sí se han producido cambios a este respecto en la comunidad financiera). La ausencia de grandes marcas —si bien hay que señalar que muchas de las españolas quedan fuera de los principales *rankings* por su débil presencia en las tres regiones económicas mundiales más relevantes (América, Europa y Asia)— tampoco ha ayudado demasiado. Por otro lado, la actividad de las multinacionales españolas no parece haber influido especialmente la política exterior del país (capítulo 7), que, aunque sin olvidarlos, no ha situado los intereses de las empresas españolas en un primer plano de su acción diplomática, y la influencia española en los grandes organismos económicos internacionales sigue siendo escasa. Por último, la opinión pública y los sindicatos (capítulo 9) han visto en la expansión multinacional más una fuente de oportunidades de crecimiento que una amenaza, oportunidades que se extienden al mercado de trabajo de directivos, a pesar de la tradicional reticencia para establecerse en el extranjero de los españoles, los problemas con los idiomas y la falta de una política de promoción en las empresas que contemple y valore las estancias fuera.

El libro finaliza sintetizando los principales retos a los que se presentan las multinacionales españolas, en particular en lo concerniente a su capacidad para mantener y ampliar la actividad internacional, a su imagen (cuya mejora pasa a juicio del autor por un mayor esfuerzo en I+D y una política exterior menos fluctuante) y a la posición española en la UE, en el seno de la cual existen intereses económicos contrapuestos. Curiosamente, el autor concluye el texto recomendando a las empresas españolas ser más europeas (vía fusiones y adquisiciones con sus homólogas) que españolas para afianzar y extender su peso en la economía internacional.

La última obra de Guillén es, por tanto, un trabajo ambicioso e interesante que proporciona datos valiosos sobre la reciente expansión internacional de la empresa española y plantea explícita e implícitamente hipótesis sugerentes para su estudio, combinando hábilmente las perspectivas económica, política y sociológica. En estas líneas se recoge tan sólo un pequeño esbozo de todo ello. Desde la historia económica en particular, resulta alentador comprobar la (inusual) perspectiva de largo plazo incluida para algunas cuestiones (como el papel de la inversión extranjera en la economía española del capítulo 1 o el debate entre la opinión pública sobre las multinacionales extranjeras y españolas en el 9), si bien alguna referencia a la disciplina no resulta muy atinada, como las quejas a la falta de iniciativa empresarial (p. 48), tesis ampliamente rebatida por la historiografía. Tampoco se hace eco la obra de los numerosos trabajos recientes que señalan el dinamismo histórico de la empresa familiar (en España y en Europa), la ya amplia trayectoria internacional de algunas empresas españolas y el papel de los socios extranjeros en muchas de ellas (luego multinacionales) como vía de acceso a la tecnología y base del

aprendizaje y adquisición de capacidades que les permitiría internacionalizarse más tarde (en línea con la teoría del *Investment Development Path* desarrollada por Dunning y Narula). Los historiadores de la empresa echarán de menos, asimismo, la escasa atención prestada en el capítulo 2 al “paradigma ecléctico” de John Dunning, a la economía evolutiva y a las teorías de la ventaja competitiva basadas en recursos y capacidades. Esto contrasta con el énfasis que se pone en los siguientes capítulos en los activos intangibles (y su carácter tácito y acumulativo) desarrollados por las multinacionales españolas. Por último, se echa en falta una información más amplia sobre la estructura de la propiedad y las razones del fracaso de algunas iniciativas, así como una mayor comparación con la trayectoria de las multinacionales de países con estructuras empresariales parecidas, véase Italia, donde el peso de la empresa familiar, la banca y el Estado ha sido muy similar. Probablemente se expliquen estas omisiones por lo extenso de la materia tratada y por imperativos de brevedad y claridad, objetivos con mucho conseguidos en todo el libro. El último libro de Guillén, además de ser recomendable, nos recuerda lo mucho que aún, también desde la historia económica, falta por hacer para entender el auge y consolidación de las cada vez más numerosas multinacionales españolas.

ADORACIÓN ÁLVARO MOYA