

“El apoyo político es fundamental”

En sus más de treinta años de trayectoria profesional dedicada al impulso y fomento de la internacionalización de las constructoras españolas, ha realizado centenares de viajes con delegaciones comerciales al exterior y ha sido testigo de excepción de los principales logros de las firmas españolas fuera de nuestras fronteras.

La adjudicación de la ampliación del Canal de Panamá, del puente Oresund, o de las obras de rehabilitación de la estatua de la Libertad de Nueva York... figuran entre el catálogo de obras conseguidas en el exterior de las que guarda un recuerdo especial por su dimensión, su carácter emblemático o por el esfuerzo que supuso conseguirlas.

Directora del Grupo Exportador de Seopan desde 1995, Alicia Revenga ocupó con anterioridad la Jefatura del departamento de Mercado Común de Seopan y la Secretaría general de la Asociación de Empresas Constructoras de Actividad Internacional (AECI).

Desde la perspectiva que le aporta esta experiencia, no ve “una vuelta a casa” de las firmas de construcción españolas. Asegura con rotundidad que la internacionalización de las constructoras españolas es una tendencia “imparable”, para la que considera no obstante necesario el respaldo político.

MONITOR.- ¿Estos últimos años en los que se han sucedido los récords de contratación en el exterior marcan un antes y un después en la internacionalización del sector?

ALICIA REVENGA.- Lo importante no es el pico de contratación de un año u otro, sino la tendencia, y la tendencia a la internacionalización desde los años noventa es totalmente imparable. La situación nacional es catastrófica, pero en el caso de las grandes empresas la vocación internacional es algo vocacional desde hace mucho tiempo y la internacionalización no es algo coyuntural que se detenga por una mejoría del mercado interno.

Las constructoras se instalan en los

países a largo plazo, analizan proyectos, concurren a contratos y concesiones que explotan durante años, convirtiéndose en empresas locales. Además, salir fuera de forma coyuntural, como solución a la vía nacional, puede abocar a una empresa al desastre.

M.- ¿Entonces no se da una situación similar a la de los años setenta, cuando la crisis en España empujó a las empresas constructoras a salir al exterior?

A.R.- La situación en España es difícil, pero las empresas ya están internacionalizadas, no han salido al exterior de forma coyuntural, sino estructural y a largo plazo, y ya están muy diversificadas geográficamente y más del 80% de sus negocios están en países OCDE.

Y lo que es impensable es una vuelta a casa como se la que se produjo en los ochenta cuando la situación del mercado doméstico mejoró tras la crisis de los setenta, que motivó los primeros pasos en el exterior de las constructoras. Porque tampoco se va a dar en España la situación de los ochenta, cuando se empezaron a preparar los Juegos Olímpicos, la Expo, se pusieron en marcha planes de carreteras y se recibían fondos estructurales y de cohesión de la UE.

Todo esto se acabó, esa vuelta a casa no se va a repetir, porque las empresas ya están muy afianzadas en otros países, en muchos de los cuales han comprado empresas, con lo que ese paso atrás ya no existe.

M . - ¿La crisis financiera está afectando a la expansión

internacional de nuestras empresas?

A.R.- Yo diría que se notó más al inicio de la crisis. El problema de la sequía financiera fue tremendo en los años 2006 y 2007, pero ahora ha disminuido.

Los proyectos PPP (de colaboración del capital público y privado) han crecido y su financiación también. Porque además, no nos engañemos, este sistema va a ser la única vía razonable de sacar adelante los proyectos que cada país quiera promover, dado que los presupuestos públicos para infraestructuras son cada vez más escasos.

M.- Entonces ¿hay dinero en el mercado para infraestructuras?

A.R.- Hay financiación disponible, pero el dinero es conservador y gusta del riesgo hasta cierto punto.





Si el país articula correctamente los proyectos, claro que hay financiación, sin duda.

M.- ¿Qué perspectivas tienen desde Seopan para el negocio constructor internacional en el ejercicio 2011? ¿Se lograrán nuevos récords?

A.R.- Este año se han contratado proyectos muy importantes, por lo que me atrevería a decir que se pueden superar las cifras del año pasado. Nuestras empresas nos están dando muchas alegrías fuera.

M.- ¿Y para el medio y largo plazo?

A.R.- Para el futuro, soy optimista. Las empresas tienen capacidad, hay mucho por hacer en el mundo, hay financiación (aunque hay que saber atraerla) y nuestras empresas han demostrado con creces en estos últimos años que tienen liderazgo, tecnología y saben atraer los fondos financieros, porque su experiencia en España les sirvió para luego ser

líderes en el mundo.

M.- ¿Las grandes infraestructuras ejecutadas en España son entonces la mejor tarjeta de visita al competir en el exterior?

A.R.- No nos engañemos, España fue la mejor escuela que tuvimos. Además, nuestras empresas no sólo están internacionalizadas en construcción, varias de ellas tienen ya más del 50% de su negocio en el exterior, pero mucha de esta actividad corresponde a otras áreas complementarias, como servicios, energías renovables o gestión de residuos. Ya no son constructoras puras y duras. Se trata de una diversificada ligada al mayor tamaño de las empresas.

M.- ¿Contempla la posibilidad de un horizonte en el que la actividad en España de estas empresas pudiera reducirse a un porcentaje pequeño del negocio total?

A.R.- Creo que España siempre tendrá un peso. El origen de todo fue un



mercado nacional muy fuerte y ese mercado, ni lo hay, ni creo que lo haya en los próximos años, con lo que claramente la tendencia será a subir el porcentaje de internacionalización, pero este proceso tendrá un límite.

En nuestro país siem-

pre habrá obras que llevar a cabo ya sea de mantenimiento, de rehabilitación... y a medio plazo, cuando el mercado se estabilice, es lógico que se vuelva a invertir en infraestructuras, porque la nación que no invierte en infraestructuras se retrasa respecto al ritmo europeo y estoy segura de que quedan muchas cosas por hacer.

Por ello no creo que se conviertan en empresas internacionalizadas en un 90%. Por lo menos es de esperar que se mantenga la raíz española.

M.- ¿Qué frutos ha dado el plan de apoyo de internacionalización que el Ministerio de Fomento anunció cuando el pasado año decidió reducir la obra pública?

A.R.- Se han puesto en marcha iniciativas puntuales de imagen, como las visitas del secretario de Estado de Transportes de Estados Unidos, Ray LaHood, o los viajes oficiales del ministro, José Blanco, a Colombia o Panamá junto a empresarios.

También se han realizado presentaciones en Miami y San Francisco de la Alta Velocidad Española y, en colaboración con todas las empresas, se ha realizado un video institucional de presentación de la capacidad española para construir todo tipo de infraestructuras.

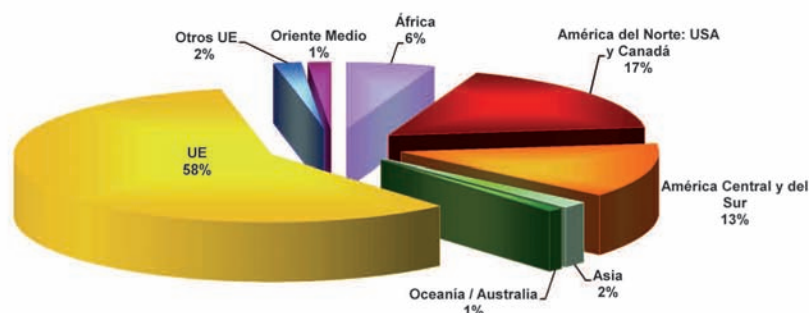
No obstante, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) sigue siendo el organismo que promociona la salida de las empresas y el que las ayuda económicamente.

M.- ¿Qué tipo de ayudas o apoyos consideráis aún necesarios?

A.R.- De dos tipos. Uno, el financiero, más necesario casi para las pequeñas que para las grandes, que tienen más capacidad de acudir a los mercados de capitales. Para las pequeñas sí que sería fundamental activar líneas ICO, Cofides o de ayuda a la pyme, para promocionar su salida o implantación al exterior.

En el caso de las grandes, lo importante sería el apoyo político, porque es fundamental. En Francia existe el denominado Comité Interministerial para la Ayuda a los Contratos Internacionales, CIACI, un organismo formado por los principales ministerios implicados en contratos en el exterior, que se reúnen para ver cuáles son los proyectos en los que el país se juega su prestigio, imagen, la creación de empleo o que tienen una repercusión social y económica importante, y en este caso se vuelca todo el

FACTURACIÓN EN EL EXTERIOR 2010



FUENTE: SEOPAN

peso institucional para lograr su adjudicación. Sería fundamental una iniciativa similar en España.

M.- ¿Cuáles son los mercados estratégicos de nuestras empresas actualmente?

A.R.- Evidentemente Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México) y en Latinoamérica, Brasil, Chile (aunque ya es un mercado muy maduro), Colombia, que está desarrollando un gran plan de infraestructuras y Panamá.

Y por supuesto toda Europa, con las dificultades y recortes de algunos mercados como Grecia y Portugal, donde hay una situación de 'stand by', pero hay mercados importantes, como Inglaterra, Irlanda o Polonia.

M.- ¿Y hacia donde mirarán las empresas en los próximos años?

A.R.- Turquía es un mercado importante en el que se van a licitar obras tradicionales y privatizaciones y en el que estamos mucho menos presentes de lo que deberíamos, por el peso de las propias empresas locales. Otro mercado potencial es India, a pesar de que también tiene grandes empresas, Oriente Medio y, sin ninguna duda, Australia.

M.- ¿Y el mercado asiático? ¿China, Rusia...?

A.R.- China es un país muy difícil y cerrado. Las empresas chinas son las que hacen sus obras a su precio, su coste y calidades. Pese al esfuerzo internacional realizado por el Gobierno español y el éxito de otros sectores, en construcción no lo veo claro.

Rusia sigue siendo un país compli-

cado, caro e inestable. No obstante, a medio plazo, países como Malasia, Singapur, Tailandia, Indonesia o Filipinas pueden presentar alguna posibilidad, son mercados intermedios, países estables y de alto crecimiento. Nos podrían dar alguna sorpresa en años venideros.

M.- ¿La crisis podría reducir el lugar que actualmente ocupa Europa en el negocio internacional de nuestras empresas en favor de otro mercado?

A.R.- A corto plazo no creo que se de la vuelta a la distribución regional de la actividad, porque Europa es un mercado muy estable, en el que las constructoras están muy presente. Además, se están abriendo los países nórdicos y, a medio plazo, también lo harán los antiguos países de la zona de los Balcanes.

Por ello, yo creo que Europa va a seguir siendo un mercado importante, porque además están aprobándose nuevas líneas de apoyo a las redes transeuropeas, en las que queda mucho por hacer, y existen las líneas del Banco Europeo de Inversiones (BEI) y BERD.

El sector de las infraestructuras y las renovables son en estos momentos importantes en Europa. No creo que cambie a corto plazo, no veo qué zona del mundo pueda a medio plazo sustituir el 45% de la contratación o el 60% de la facturación que Europa supone actualmente.

M.- ¿El AVE puede suponer un factor de impulso a la internacionalización dado el interés que tantos países han mostrado en la tecnología española?

A.R.- Sin duda, pero el AVE es una inversión muy importante y solo para

determinados contextos, para una distancia que sea rentable respecto al avión, que enlace ciudades que justifiquen la inversión de este tipo de transporte, por lo que tampoco hay proyectos AVE en el mundo.

Tiene sentido en Brasil, entre Río y Sao Paulo, y en Estados Unidos, entre Nueva York y Boston, en ciertos tramos de California, Florida, y en Europa o Japón.

España dispone de una oferta completa desde el diseño, construcción, material rodante, electrificación, señalización... tenemos todo, y el mejor ejemplo es lo que se ha hecho ya aquí.

Pero siendo un producto puntero, es un producto selectivo y hay que buscar países o ejes en los que encaje. Y también hay que tener en cuenta que hay duros competidores en Francia, Alemania o Japón que también disponen de tecnología en alta velocidad.

M.- ¿Ves posible un primer AVE de Estados Unidos con sello español?

A.R.- Sí, ¿por qué no?. Si hasta el presidente de Estados Unidos, Barack Obama, lo ha destacado. Eso sí, siempre en consorcio con empresas locales, y además habrá que ver cómo se plasman los proyectos, cómo se compatibiliza el AVE español con la fabricación en Estados Unidos...cómo se monta la estructura jurídica para facilitar a empresas extranjeras la fabricación 'in situ'...

No obstante, en ingeniería ya estamos allí, estamos diseñando la Alta Velocidad tanto en zona de Florida, en el eje Miami-Orlando, cuyo desarrollo ahora mismo está parado por el nuevo Gobernador, y en California, donde hay varios tramos en estudio y en donde más de 2.000 empresas del mundo han manifestado su interés, entre ellas las más importantes empresas españolas.

Además, la propia Administración de Ferrocarriles estadounidense, AMTRACK está muy interesada en el 'know how' español. Yo estoy segura que podemos lograr algún tramo, no digo que seamos los únicos ni los mejores y creo que es el mercado potencial más evidente.

M.- ¿Por último, la contratación en el exterior alcanzará un nuevo reto en 2011, llegará a la cota de los 20.000 millones de euros, por ejemplo?

A.R.- Podríamos rondar los 20.000 millones. ■