

Directivos españoles por el mundo

Se acelera la exportación de talento. Los ejecutivos ganan responsabilidades en las multinacionales

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA / DAVID FERNÁNDEZ | Madrid | 16 MAR 2014 - 00:00 CET

9

Archivado en: [Gestión empresarial](#) [Recursos humanos](#) [CEDE](#) [Escuelas universitarias](#) [Multinacionales](#) [Emigración](#) [Patronal](#) [Organizaciones empresariales](#) [Universidad](#)
[Empleo](#) [Centros educativos](#) [Educación superior](#) [Empresas](#) [Relaciones laborales](#) [Sistema educativo](#) [Economía](#) [Educación](#) [Trabajo](#)



GETTY

Cuando Mark Zuckerberg apretó el botón en la salida a Bolsa de Facebook, Javier estaba a su lado como miembro de su reducido equipo de confianza; 1.200 banqueros de Citi en Europa, África y Oriente Próximo reportan a Manuel en su despacho londinense; Nacho dirige el negocio de Olympus en América y bajo su mando tiene a 5.000 trabajadores; Belén es la máxima ejecutiva de la división biofarmacéutica del gigante alemán Merck; Juvencio es la persona elegida por Ikea para crecer en India; Bernardo se ha hecho con un nombre en Silicon Valley y lleva las riendas de Flickr; mientras que Juan Ramón dirige Zoetis, la mayor compañía del mundo de salud animal. Los apellidos de estos ejecutivos no son tan conocidos para el gran público como los de Alierta, Botín, Isla o Brufau, pero se trata de profesionales de éxito con puestos de altísima responsabilidad en multinacionales extranjeras. Son solo la punta del iceberg de una tendencia que se ha acelerado en los últimos años: la exportación española de talento directivo.

“Siempre que hacemos una búsqueda nos piden que incluyamos a candidatos españoles. No creo que se trate de una fuga, sino de una situación normal en un mundo globalizado”, explica Carlos Alemany, responsable de la firma de cazatalentos Alemany & Partners. “La marcha de directivos se debe a un doble motivo. Por un lado, a su buena prensa. En el pasado, los pocos profesionales que emigraron tuvieron mucho éxito y llegaron a puestos de gran responsabilidad. Por otra parte, es una vocación obligada: el mercado español se ha quedado pequeño para muchos; fuera les ofrecen mimbres para crecer y aquí, debido a la crisis, se tienen que limitar a gestionar unos recursos escasos”, añade Alemany.

Como si de una mancha de aceite se tratase la presencia de los directivos españoles en el exterior se extiende cada vez a más sectores —hay ejecutivos en banca, finanzas, auditoría, distribución, textil, alimentación, motor, tecnología, industria, consumo, siderurgia, materias primas...— y, desde un punto de vista geográfico, ya ocupan despachos en los cinco continentes. “Cada vez hay mayor formación internacional y más ambición. La gente, por ejemplo, entiende que sin saber inglés no se puede ir por el mundo. La crisis, además, ha agudizado este proceso”, dice Nacho Abia —cuando llegó a EE UU dejó de ser Ignacio porque era más difícil de pronunciar—, presidente para toda América de la japonesa Olympus.

La internacionalización de las compañías españolas ha sido un buen campo de pruebas para los directivos locales a la hora de presentar su candidatura a puestos en el exterior. Esta experiencia les ha enseñado a gestionar en muchos contextos distintos y a dirigir equipos más grandes. Además, cuentan con una sólida formación; muchos han pasado por las aulas de las principales escuelas de negocios españolas, con gran prestigio en el extranjero. A esos ingredientes hay que añadirles las dosis necesarias de suerte y, sobre todo, una gran capacidad de trabajo.

liderazgo de equipos, defectos que, en su opinión, se han corregido en los últimos años y que son los que ahora destacan de su gestión los ejecutivos nacionales que trabajan fuera. Testigo de esa evolución en las capacidades de mando es José López, número tres de Nestlé en el mundo. Hijo de emigrantes españoles, sabe muy bien la diferencia del perfil entre los nacionales que llegan ahora a Suiza y los que lo hacían décadas atrás. “Ahora están más formados, antes eran más disciplinados. Hay muchos españoles trabajando en altos cargos aquí”, dice, entre otras cosas por su capacidad de enfrentarse a la complejidad y su apertura al cambio, dos características muy valoradas actualmente en todo el mundo, mantiene López.

Latinoamérica, por cuestiones culturales, idiomáticas y de presencia histórica de empresas españolas, ha desempeñado un papel esencial para muchos directivos a la hora de foguearse para luego dar el salto a nuevos puestos en otras regiones. Tras demostrar su valía en Latinoamérica, César Cernuda preside actualmente la división Asia-Pacífico de Microsoft y tiene a su cargo a 3.000 personas. “Durante muchos años los directivos españoles no se interesaban por la carrera internacional porque en España se vive muy bien. Pero la globalización de la economía y el aprendizaje de idiomas ha hecho que muchos nos volquemos en el desarrollo profesional en el exterior”, indica Cernuda. De hecho, ya hay compañías, como L’Oréal y, en menor medida, KPMG, donde el talento español es el tercero más exportado del mundo y de Europa, respectivamente.

¿Hay rasgos propios de los españoles que los haga más atractivos para determinados puestos directivos? Los ejecutivos consultados creen que el perfil ya es homologable al que puedan tener sus colegas anglosajones, alemanes o franceses, pero reconocen algunas características propias que suponen un valor añadido. “España es un país que, tradicionalmente, ha generado talento. Como es obvio las grandes corporaciones internacionales lo saben y lo aprovechan. Nos hemos ganado el respeto internacional porque combinamos implicación, energía y pasión. Todo ello, desde un altísimo nivel de eficiencia y rigor profesional”, señala Luis Álvarez, consejero delegado de British Telecom Global Services. Álvarez considera “que los directivos españoles combinan dos elementos que son muy apreciados internacionalmente. Por un lado, somos tan analíticos y rigurosos como el que más y, por otro, también aportamos cierta dosis de pasión latina que nos permite tomar ese grado adicional de riesgo”.

Juan Pedro Moreno, director global de banca de Accenture, destaca que los resultados logrados por las grandes empresas españolas en el exterior suponen una gran carta de presentación para los directivos nacionales. “Nuestro compromiso, pasión y creatividad son elementos muy reconocidos en el exterior, sinónimos de lo español”.

Algo similar opina Juan Antonio de Lomas, que trabaja desde hace 16 años en L’Oréal y ahora reside en México como responsable para Latinoamérica del área de gran consumo. “Aquí a los españoles se nos ve como gente seria, cumplidora y respetuosa. El estereotipo del sol, la siesta y los toros está pasado de moda”, asegura.

Los ejecutivos españoles en multinacionales poseen una atalaya magnífica para ver en qué estado se encuentra la economía española. La percepción, aunque en general habla de un cambio de rumbo a mejor, es dispar. “El Gobierno ha realizado muchas y difíciles reformas que han empezado a dar sus primeros resultados. La percepción fuera ha cambiado y los inversores internacionales vuelven a interesarse por nuestro país. Hay que seguir con las reformas y si lo hacemos, bien y pronto, estoy convencido de que España puede ser el referente de la nueva Unión Europea”, asegura Manuel Falcó, de Citi. Esta visión positiva es compartida por César Cernuda, de Microsoft, para quien los datos macroeconómicos anuncian mejoría, que la entrada del capital extranjero refrenda. “El crecimiento llegará en los próximos meses”, confía. Y también por Luis Bach o José López, quienes creen, no obstante, que aún se necesitan reformas.

Otros directivos son bastante críticos con la situación. Bernardo Hernández, de Flickr, cree que no solo hay una crisis económica, sino de sistema. “Echo en falta un proyecto de país. En los cinco años de crisis se ha puesto de manifiesto que todas las instituciones necesitan unos cambios que no se han hecho, con lo que la salida de la crisis será mediocre, tímida”,

denuncia. En el caso de Ignacio Abia, de Olympus, se observa una mejora económica, pero solo a nivel macro. “Lo más preocupante es la corrupción institucional, de la que parece que todo el mundo se escapa siempre. Si queremos que España vuelva a ser un sitio para invertir hay que cambiar esto, porque si no el inversor estadounidense no meterá su dinero en el país”, advierte.