



¿Tiene futuro España?

¿Hay salida para España? ¿Cómo debemos ser si queremos transformar esta crisis que nos devasta en un modelo de negocio de futuro?

Palabras clave: Modelo productivo, Futuro para España, Formación e I+D, Sectores de futuro.

Key words: Productive model, Future for Spain, Training and Investigation, Future Industries.



Alberto Córdoba

Ingeniero Industrial ICAI, Promoción 1999, especializado en Organización de Empresas. En 13 años de consultoría, se ha especializado en diseñar e implantar experiencias de clientes en distintos sectores, transformando empresas y personas para generar futuro.

Socio-Director de Lukkap.

alberto.cordoba@lukkap.com

Resumen:

La crisis ha devastado tanto España que hoy todo el mundo se pregunta si España tiene futuro. Los políticos demandan un cambio en el modelo productivo, los economistas piden más formación e I+D y los empresarios requieren más apoyo al emprendizaje. Sin embargo, nadie propone una nueva economía concreta, cómo hacer realidad esos tres retos que plantean. Basándonos en nuestras fortalezas como país, este artículo propone una salida que garantice el futuro de España.

Abstract:

Crisis has crashed Spain. So much that everybody ask themselves if Spain has future or not. Politicians demand a change in our productive model, economists ask more training and investigation and entrepreneurs require help in order to create firms. However, nobody proposes a new certain economic model, how to make real those 3 challenges. Based in our strengths as a country, this writing proposes a new way that guarantees future for Spain.

Hoy todos hablan de tener un modelo de negocio como país. Pero nadie dice cuál es. Nosotros tampoco lo sabemos. Pero nos hemos atrevido a imaginarlo.

En cuanto le preguntan a un político, tiene clara su respuesta: "Debemos transformar nuestro modelo productivo". En cuanto le preguntan a un economista, tiene igualmente clara su opinión: "Hay que apostar por la formación y el I+D". En cuanto le preguntan a un empresario, convierte esa claridad en una afirmación: "Hay que apostar por el emprendimiento".

Todos dicen frases y nadie dice acciones. No somos nosotros quienes debemos hacerlo. Pero nos apetece. Nos apetece pensar que tenemos un futuro. Que puede haber una salida a esta crisis que nos devasta. Que si recuperamos la autoconfianza y damos pasos en una dirección, España puede tener un futuro tan brillante como nuestra historia.

¿Suenan patriota? No quiere serlo, solo trata de dar una solución a los millones de vidas que han devenido en dramas.

El caso es que, avanzados o no, no somos lo que fuimos. El fulgor del presente puede hacernos perder perspectiva en la mirada. Pero si miramos cuarenta años atrás, veremos que no hemos cambiado tanto. Entonces la agricultura era el 11% de nuestro PIB; hoy es el 10%, solo que 3 de cada 4 ya son evolucionados: industria agroa-

limentaria. En 1970, la construcción generaba lo mismo que hoy, el 8%. Es cierto que hace cuatro años era el 17%, pero en el telescopio vemos que nunca ha sido tan relevante. El gran cambio ha sido transformar parte de la industria (34% a 13%) en servicios (46% al 71%). Es decir, ya hemos sido capaces de transformarnos. Y el resultado de esa transformación no es ni bueno ni malo. Lo bueno o lo malo es lo que se haga con ello.

Cualquier análisis serio tiene que desglosar el sector que supone tres cuartas partes de nuestros ingresos. Y ahí sí vemos algo preocupante: el 30% de nuestro PIB es de servicios públicos. Básicamente 3 euros se dedican a cuidar de lo que producen los otros 7 euros. A eso y a proporcionar ayuda al 10% del PIB, que es el famoso turismo, la mitad del cual es doméstico. Los otros dos grandes subsectores son los servicios profesionales y el financiero. Sumando esas cuatro actividades, construimos el grueso de la economía española. Y esa economía también nos da dos conclusiones simples: es cierto que cae la demanda interna, pero también lo es que exportamos más y que atraemos más gente que antes. ¿Dice algo esto? Pues casi como todos los números, dice muy poco. Analicemos entonces lo cualitativo.

Si queremos definir el futuro, en lugar de partir de nuestras debilidades, veamos cuáles son **nuestras fortalezas**, aquello que nos distingue.

“Hoy todos hablan de tener un modelo de negocio como país. Pero nadie dice cuál es”

Veamos qué triunfa en España. Mejor dicho qué empresas españolas triunfan fuera. Y la catarata comienza a fluir: Zara, FCC, Santander; Prosegur; BBVA, NH, Atento, Mango... Todas ellas son del sector servicios. Todas ellas tienen una peculiaridad: suponen **la gestión de multitudes de personas**.

Parece simple, pero no lo es. Hoy vivimos los Juegos Olímpicos de Londres. Todos remarcan lo mal que están organizados. Lo mismo que dijeron de Atlanta. Sin embargo, desde una visita del Papa hasta los Juegos de Barcelona, pasando por un Madrid-Barça, son siempre un ejemplo de organización. Suponen aunar miles de voluntades y, a golpe de aparente desorganización, acaban siempre saliendo excelentes. Como las cuentas de resultados de estas entidades. Por eso fuera logramos vender desde la gestión de aeropuertos hasta la construcción de autopistas. Por eso 2 de los 7 primeros bancos del mundo son españoles. Pero no lo son como en otros países por la banca de inversión, lo son gracias a la banca minorista, la que más personas supone gestionar.

La segunda fortaleza tiene que ver con nuestra propia marca, con nuestra propia esencia: el ocio. Todos los extranjeros lo saben: ningún país para pasárselo bien o jubilarse como España. Por eso somos el segundo país más visitado del mundo. Igual que a un mexicano le molesta que le imaginen durmiendo la siesta en la calle cubierto por su sombrero, a nosotros nos molesta que nos imaginen bailando flamenco en un tablao, pero **es lo que somos. Es lo que tenemos que ser, es lo que tenemos que explotar.**

Por eso tenemos la primera Liga del mundo. Por eso tenemos a los mejores cocineros del planeta. Por eso



“Hagamos caso a los políticos, a los economistas, a los empresarios. Pero orientemos la transformación, la formación, la innovación y el emprendizaje a nuestras dos grandes fortalezas”

muchos recorren el globo para venir a nuestros hospitales.

¿Tenemos más virtudes? Por supuesto. ¿Tenemos más cosas? Por supuesto. Pero esa es nuestra esencia. Si quitas las energías renovables, apenas destacamos a lo grande en la generación de ningún producto. Mucho menos en la innovación tecnológica. ¿Podremos ser buenos en ello? Seguro. ¿Puede nuestro modelo de negocio estar focalizado en ello? Lo dudo.

Una vez sabemos qué hacemos bien, vamos a ver cómo hacerlo rentable, cómo dar trabajo a más gente y con más productividad. En lugar de separarlas, aunemos ambas virtudes: gestionar gente y generar un entorno de ocio.

¿Cómo? Hagamos caso a los políticos: transformemos el modelo de negocio. Así que profesionalicémoslo. Hagamos caso a los economistas: formación e I+D. Solo que orientemos la formación desde la base a escuelas de gestión de personas, a escuelas de

relaciones divertidas con clientes, a aunar universidad y empresa. Orientemos el I+D a innovar desde el cliente, a buscar dar el salto de cumplir a sorprender; de obedecer al cliente y darle lo que pide, a conocerle tanto que puedas darle más de lo que busca. Hagamos caso a los empresarios: fomentemos el emprendimiento. Solo que orientemos las facilidades, los créditos y el impulso a apoyar cualquier negocio que suponga gestionar a muchos para satisfacer a muchos. Ayudemos a montar negocios trasladando experiencias.

Y fijémonos en los que los han hecho bien: la alta cocina es un ejemplo de transformar un sector; de volverlo líder mundial, de convertir una transacción de calorías en una experiencia.

Y tenemos dos enormes ventajas. La primera es que hay 57 millones de personas que nos visitan cada año, 57 millones de individuos a cuidar y sorprender para que se lo cuenten a 5.700. La segunda es que tenemos un ejemplo

que traslada todas nuestras virtudes. Un ejemplo no individual, sino de equipo. Un ejemplo de gestión de personas que se divierten haciendo su trabajo. Un ejemplo de gente que hace divertirse a los demás y que al mismo tiempo se convierten en los mejores: es la selección española de fútbol. Es el equipo más importante de ningún deporte. Debe ser la imagen de nuestra marca. La imagen del futuro que nos espera.

Todo pasa por repetir la gran senda que hizo Luis Aragonés cuando perdíamos por tener un foco claro. Por formar a la gente con base en ese modelo como se hizo con la cantera y las selecciones inferiores, por innovar para ese modelo como se hizo con un juego de toque y un esquema poblado de centrocampistas, por apoyar las iniciativas que ayuden a conseguir ese modelo como se hizo con los jugadores que no valían por “ser pequeños”.

Todo pasa por que cada uno se comprometa en hacerlo realidad. ■

