

# «Las empresas que no inviertan en EE.UU. no serán líderes mundiales»

Jaime Malet — Presidente de la Cámara de Comercio Americana en España



Según Malet, Estados Unidos presenta grandes oportunidades de negocio para las empresas españolas. «Es, además, una plataforma imprescindible para poder invertir en otras partes del mundo»

## LAURA PERAITA

MADRID. El pasado mes de octubre la Cámara de Comercio Americana en España lideró una misión empresarial a Nueva York con el propósito de que los empresarios de nuestro país pudieran conocer «in situ» los ambiciosos planes de infraestructuras e inmobiliarios de la ciudad americana previstos para los próximos años.

—¿Qué compañías españolas mostraron interés en conocer los más de 60 proyectos presentados de cara a posibles inversiones?

—Asistieron empresas como FCC, Ferrovial, ACS Dragados, Sacyr, Acciona, Abertis, SCH,

Caja Madrid, AIG, Restaura, Layetana, Wilcox, Astroc, Renta Corporación, Isolux y Arocasa. Como es lógico, las compañías constructoras acudieron en busca de proyectos de construcción, pero también hubo una importante representación de empresas de desarrollo inmobiliario e, incluso, financieras, que buscaban que las dos primeras consiguieran hacer negocio para financiarlo.

—¿Qué oportunidades de negocio se presentaron?

—La ciudad americana tiene que prepararse para acoger en las próximas dos décadas a un 12% más de población —con perfiles muy cualificados, no sólo inmigrantes en busca de una posible oportunidad laboral—. Por tanto, se encuentran ante la urgente necesidad de renovar y construir infraestructuras de transporte, urbanas e inmobiliarias, pero no pueden financiarlas debido a su elevado nivel de endeudamiento. El nuevo Plan de Infraestructuras incluye la construcción de hospitales, oficinas, centros logísticos, polígonos industriales, centros de negocio, vías férreas, conductos de gas, electricidad,

agua, alcantarillado, garajes, modernización y rehabilitación de parques, edificios para viviendas... El sector privado jugará un papel decisivo en este proceso de renovación y la posición de las empresas españolas, con amplia experiencia en la construcción y gestión de infraestructuras, también.

—Los proyectos suponen una inversión total de 78.000 millones de euros hasta 2007. ¿Qué parte del pastel tiene posibilidades de llevarse el empresariado español?

—Es muy difícil determinar. La Cámara de Comercio Americana se ha encargado de preparar la mesa y colocar la tarta encima, pero lo que pueda comerse cada empresa dependerá de las ganas de abrir mercado y de los recursos con los que cuenta. Hemos abierto de par en par las puertas de esta ciudad. No obstante, todavía no se ha decidido cómo se van a financiar. La idea, por parte del alcalde Michael R. Bloomberg, era que se hiciera a través de desarrollos público-privados y, por lo tanto, de sistemas concesionales, donde las compañías españolas son muy fuertes.

—¿Cómo queda este planteamiento tras los resultados electorales del pasado 7 de noviembre? ¿Ha sufrido cambios?

—No hay un rechazo claro a la llegada de capital extranjero, pero sí es previsible que en algunos estados demócratas se tomen medidas proteccionistas e intenten que la inversión procedente de fuera de sus fronteras no supere el 50% en las posibles sociedades mixtas. Sin embargo, es muy importante que las constructoras españolas estén en el continente americano y formen parte de estos planes desde un principio, porque son proyectos de gran envergadura. Las constructoras también han mostrado interés por los proyectos financiados por parte de las entidades públicas. Otra de las posibilida-

---

**«Los estados americanos necesitan que los españoles inviertan allí en conocimiento y capital»**

---

des en esta ciudad es que algunas empresas americanas se unan a las españolas para acometer proyectos en N.Y., en otras partes de EE.UU. e, incluso, en el resto del mundo.

—¿Por qué este empeño en el desembarco español en la ciudad de los rascacielos?

—Desde la Cámara pensamos que no se pueden hacer grandes negocios ni operaciones importantes en el mundo sin tener una pata en Estados Unidos. Es un mensaje tanto para pymes como para grandes empresas. Las compañías que sólo destinen recursos a Latinoamérica, Europa o Asia y se olviden de Norteamérica es muy difícil que lleguen a ser líderes mundiales. EE.UU., en general, es la plataforma para hacer negocios en otras partes del globo. Nueva York, en particular, es una ciudad con 9 millones de habitantes y un PIB que está entre los quince primeros del mundo. Se trata de una potencia económica. Y las constructoras españolas son muy buenas, pero tendrán que competir muy duro con las americanas.

—¿Ocurre lo mismo en el caso de las empresas inmobiliarias?

—Las compañías españolas de este sector son muy fuertes, tienen muchos recursos y han tenido un desarrollo espectacular. Han hecho mucho dinero debido al «boom» inmobiliario y ahora deben pensar que el destino que más garantías otorga, tanto por su crecimiento, estabilidad y seguridad jurídica es el americano.