LUJO PERSONAJE

El abanderado de la Marca España

La misión de Carlos Espinosa de los Monteros es potenciar los valores de nuestras empresas, también las del lujo, para vender el país en el exterior. Es el Alto Comisionado para la materia.

POR ELENA PITA
FOTOGRAFÍA DE CHEMA CONESA

SE PRESENTA muy de mañana en el comedor del Hotel Finisterre de La Coruña, tocado de una corbata rayada con la bandera española y arrastrando un *trolley* donde ha anudado una cinta con idéntica leyenda: soy español. Ha venido hasta aquí (pleno julio) para participar en una junta de accionistas de Inditex, empresa de la que hasta hoy ha sido vicepresidente. Aprovechará la junta para presentar su dimisión y así hacerse cargo de su nuevo cometido: hace sólo cinco días que Carlos Espinosa de los Monteros Bernaldo de Quirós (Madrid, 18 de marzo de 1944) ha sido nombrado Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España: una iniciativa empresarial y cultural que se propone positivar la notoriedad de nuestro país en el mundo. Algo así como contagiar el buen hacer de la Roja, la selección de baloncesto, nuestros tenistas y, en general, de nuestro deporte y cultura, al resto de los sectores productivos de este país.

Es el suyo un cargo de nueva creación, gestado en círculos empresariales desde 2003, y no remunerado; y tiene rango de secretario de Estado (al día siguiente de esta entrevista viajaba con Don Juan Carlos a Rusia, a vender país). La clave del mal hacer de España la cifra en que "no hemos sido buenos narradores ni valedores de nuestra Historia". Y la solución: comunicar y vender para contrarrestar el efecto negativo de llevar tanto tiempo exhibiéndonos en el mal escaparate de las finanzas (algo que para él es exagerado, el efecto mercado).

Carlos Espinosa tiene un plan, un gran bagaje cultural y académico (licenciado en Derecho y Economía por ICADE y MBA por la norteamericana Universidad de Northwestern), y una dilatadísima trayectoria empresarial (fue presidente de Iberia y Aviaco y de Mercedes Benz España, entre otras compañías). Tiene además dos valores sobresalientes: edad y humildad, o lo que es lo mismo, una edad muy bien llevada (68 años, cinco hijos, 12 nietos). "Mi futura carrera la llevo a la espalda (…). A mis años, sin necesidades económicas (posee 40.000 acciones en la compañía de Amancio Ortega, a quien admira), se puede satisfacer el deseo de servir al país".

Mientras se desayuna con un té verde y un exiguo plato de *scramble eggs*, bacón, empanada gallega, tarta de manzana, queso y membrillo, todo en porciones mínimas, el portaestandarte de Marca España responde con lucidez y llamativa sinceridad a las preguntas más comprometidas sobre la actualidad del país, con la que cae.

PREGUNTA. ¿Vende hoy el 'made in Spain'?

RESPUESTA. Hay ámbitos en que tenemos una notoriedad

DEFENSOR DE LA MARCA ESPAÑA. Carlos Espinosa de los Monteros, 68 años, posa con su uniforme habitual en el polideportivo donde entrenan sus familiares y antiguos empleados.

Y reputación muy altas, como en el deporte, la cultura o el turismo, y en otros no tenemos buena reputación pero sí notoriedad, como en economía. Pero lo que es verdad es que nuestra notoriedad ha aumentado muchísimo en los últimos 20 años: hoy hay noticias diarias de España en todos los periódicos del mundo. La marca de un país es la suma de muchos aspectos que finalmente constituyen la percepción externa.

P. ¿Y qué se propone vender, qué proyectos concretos contempla ese plan general de Marca España?

R. He tomado posesión hace apenas cinco días, pero desde 2003 ha habido iniciativas empresariales para trabajar coordinadamente y construir una buena imagen del país. Y por fin este Alto Comisionado tiene la misión de lograr la sinergia y colaboración de los sectores. El plan de acción consiste en profundizar en el análisis de cómo somos percibidos y, estudiando a fondo estos datos, intentar contrarrestar lo negativo que transmitimos y potenciar lo bueno. Será una acción coordinada entre Tourespaña, el ICEX, el Instituto Cervantes, el Consejo Superior de Deportes y todos aquellos organismos que construyen España, para mostrar una imagen única.

P. ¿Son prioritarias las firmas de lujo para Marca España?

R. Lo que es prioritario para construir España son las marcas de máxima calidad. Desgraciadamente, en este país no tenemos tantas marcas de lujo como ocurre en otros europeos como Francia; por eso prefiero hablar de calidad, que de alguna manera es sinónimo de lujo.

P. ¿Coincide con el ministro García-Margallo en que la diplomacia basada en embajadas y oficinas de comercio hoy está obsoleta?

R. Tiene que actualizarse. Dada la inmediatez de la comunicación hoy, alguna de las misiones de información o geopolítica que hacían las legaciones en el exterior no son tan necesarias; en cambio, es más importante defender los intereses concretos de España fuera, como conseguir un contrato para una empresa de ingeniería, lograr que nuestros artistas puedan exponer, etcétera.

P. ¿Y nuestro Gobierno, no necesitará hoy más técnicos en lugar de políticos?

R. A los que venimos del sector privado nos gustaría que en los gobiernos hubiera más gente que haya tenido que pagar una nómina y haya luchado en mercado libre, para que entendiera mejor la problemática. Hay un excesivo peso de personas exclusivamente políticas frente a quienes sí tienen un bagaje en el mundo real de la empresa.

P. Se recortan médicos y maestros, pero no cargos políticos: por cada cargo político alemán, España tiene cuatro, ¿no le parece el primer despilfarro que debiéramos atajar?

R. Hay que tener cuidado con este tipo de estadística: qué es un cargo político y qué, un funcionario de carrera. Pero lo que sí es verdad es que tenemos una Administración mastodóntica y muy yuxtapuesta, a la que no se le acaba de meter mano.

P. Usted en cambio renuncia a su retribución como Alto Comisionado, un cargo que tiene el mismo rango de secretario de Estado, ¿quiere dar ejemplo, tan necesario?

R. Es un cargo sin remuneración creado para coordinar distintas direcciones generales sin incrementar el gasto público, utilizaré los medios administrativos ya existentes. Y no, no soy quién para dar lecciones a nadie. Tengo 68 años y las necesidades económicas cubiertas, puedo satisfacer el deseo de servir al país prestándole mi experiencia.

EFE

Con Don Juan Carlos en Zarzuela, con quien fue a Rusia en julio, en uno de sus primeros viajes como Alto Comisionado de la Marca España.

P. El ministro de Exteriores le presentó como "personaje de Primera División". Además he sabido que tiene usted su propio equipo de fútbol, donde juegan sus familiares y empleados de la Mercedes...

R. Sí, el famoso Espinosa F. C. (se ríe).

P. ... ¿Qué podría aprender nuestra maltrecha empresa de una selección tan brillante como la Roja, del buen juego de nuestros deportistas?

R. Nuestra selección de fútbol, aparte de la satisfacción que nos da, ha transmitido unos valores que todos debiéramos aprovechar y absorber por mimetismo: deportividad, caballerosidad, trabajo en equipo, esfuerzo común… En este país hace mucha falta anteponer el interés general al particular y dejarse de rivalidades.

P. Mi hijo, que es futbolero empedernido, ha grabado en su mesa "yo soy español", ¿le riño o qué hago?

R. Eso es magnífico. Un grave problema de nuestra sociedad es que no sabe transmitir a los niños en las escuelas valores como éste, el orgullo de pertenencia al país, como sí ocurre en el resto del mundo, donde la bandera nacional ondea con normalidad por todas partes. Aquí parece que la hayamos estado escondiendo.

P. Publicó usted recientemente un libro titulado 'Cosas que me enseñó la vida gracias a la empresa'. ¿Cuál de todas ellas destacaría?

R. La humildad: la vanidad está reñida con la grandeza. La vida me ha enseñado que quienes merecen la pena y hacen cosas importantes son siempre extremadamente humildes. Es el caso del señor que ha creado Inditex: es el hombre más rico de España y jamás ha hecho ostentación de nada.

P. ¿Qué ha hecho Inditex que no ha sabido hacer la industria y la empresa española?

R. Ha tenido siempre claro que se trabaja para el cliente, a quien ha sido capaz de ofrecerle lo que quiere con rapidez, calidad y precio razonable. No se trata de fabricar y a ver si vendo, sino al contrario: satisfacer al cliente. Y además, mucho trabajo y bien hecho.

P. ¿Corren rumores sospechosos sobre las condiciones de trabajo en la firma?

R. Las condiciones son óptimas, y la prueba es que tiene más de 100.000 empleados por todo el mundo y ningún conflicto laboral.

P. ¿Es verdad que reparte usted entre sus cinco hijos todo lo que gana con sus acciones en la empresa de Amancio Ortega?

R. No es exacto. Yo no tengo aspiraciones individuales materiales, no tengo un avión ni una finca ni un barco ni nada de eso, entonces me gusta compartir lo que gano con mis hijos, usarlo con ellos, invitándoles a un viaje, por ejemplo. Pero no dándoles sin más, porque me parece malo que no luchen para pagar una hipoteca o afrontar otros problemas que tiene la gente de su generación. He tratado de educarles en la ética del esfuerzo: la satisfacción está en lo que uno consigue y no en lo que recibe sin haberlo merecido. Si Estados Unidos es grande, en parte se debe a esta actitud de humildad.

P. ¿Y los bancos, señor Espinosa? ¿Por qué lo han hecho tan mal nuestros banqueros?

R. El foco sobre el sistema financiero español es excesivo y exagerado. Las cajas manejaban muchos recursos que sólo controlaban los políticos, perdieron su labor social y se dio un grave problema de desviación de fondos para obras que no eran rentables. En cambio en la banca no ha habido serios descalabros. Lo que ocurre es que se ha tardado mucho en tomar medidas, se subestimó la profundidad y duración de la crisis. Hemos estado demasiado tiempo expuestos, sufriendo una gravísima repercusión del *boom* inmobiliario y la especulación del suelo.

P. Sostiene que el poder "al final no merece la pena", ¿por qué entonces sigue ahí, haciéndose incluso cada vez más poderoso? ¿Qué le motiva a aceptar este cargo?

R. Desde luego el poder, no. Lo que espero es ser escuchado, y poder persuadir e incorporar a gente en este proyecto que busca el beneficio del país, o sea de todos. Mi futura carrera la tengo a la espalda, no tengo edad para aspiraciones personales de futuro, no busco nada.

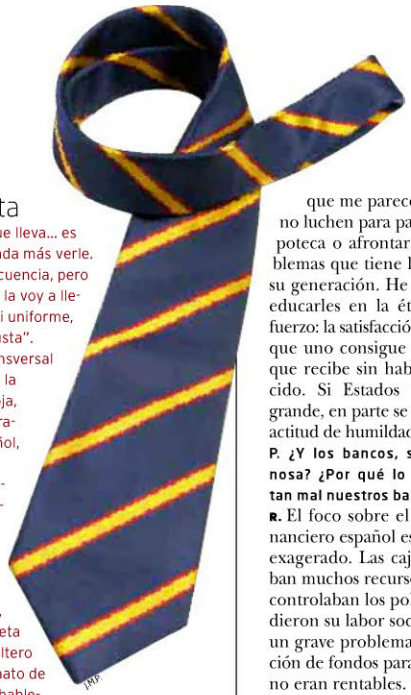
P. ¿Qué lección debemos aprender de nuestra vilipendiada historia, por encima de todas?

R. Lo que más admiro es nuestra capacidad de sacrificio, demostrada en nuestras emigraciones; un espíritu que hoy se ha retomado por necesidad y que es positivo porque incardina a España con el mundo y da universalidad al español.

P. ¿Y el peor error que no deberíamos repetir?

R. No hemos sido buenos narradores y vendedores de lo que hemos hecho, y esto es lo que pretendemos corregir desde Marca España.

El orgullo por corbata



JMP

Señor Espinosa, ¿esa corbata que lleva... es un atuendo oficial?, pregunto nada más verle. "Pues antes me la ponía con frecuencia, pero a partir de ahora me parece que la voy a llevar siempre; va a ser parte de mi uniforme, de mi uniforme particular. Me gusta". Es la típica corbata de rayita transversal sobre fondo azul marino. Lo que la hace especial es que la rayita, roja, gualda y roja, es en sí una declaración de principios: "Yo soy español, y me siento muy orgulloso de serlo". La compró hace unos meses en la terminal del AVE de Valencia, 25 €. "¿Marca?, no sé, a ver qué pone aquí...". Le da la vuelta y lee la etiqueta: 1969; que resulta ser una firma de accesorios y ropa personalizada, lo mismo te encargas una camiseta para celebrar la despedida de soltero que una visera para un campeonato de vela. En este caso, y aunque probablemente fue pensada para llevar a un partido de la Roja o a un Roland Garros con Nadal al frente, le ha venido al pelo para viajar por el mundo entero su Marca España.

Más fotos y el vídeo de este reportaje en Orbyt y en www.fueradeserie.com