

Cómo habrán cambiado las empresas en 2025

C. M.
MADRID

“En 2010 invité a Carlos Ghosn a dar una conferencia y auguré que cinco años después todos los coches serían eléctricos. En 2015 aventuré que en 2020 todos los vehículos serían autónomos. Ahora no le puedo invitar para que diga lo que pasará en 2025”.

Con esta anécdota, aludiendo a la fuga del exdirectivo de Nissan Renault a Líbano, donde no puede ser extraditado a Japón, inició Pedro Nueno, profesor emérito del IESE, su intervención tratando de explicar cómo cree que serán las empresas dentro de cinco años. “Lo principal es que las empresas serán cada vez más internacionales y cada vez más grandes, pero ahora el foco no estará en la UE ni en EE UU, sino que girará a China, India y África”, recalcó Nueno, quien puso como ejemplo a Gestamp, una multinacional de componentes que factura ya más de 9.000 millones de euros. “Ya tiene 11 plantas en China y ha obligado a sus competidores, tanto españoles como extranjeros, no solo a estar presentes en el gigante asiático, sino a crecer al mismo ritmo”, señaló.

El otro factor que cambiará la demografía empresarial es la tecnología. “La robotización es otra de las cosas a la que nos vamos a tener que acostumbrar en el futuro. Veremos una operación de cirugía en la que un médico dirige un ordenador que a su vez maneja un robot situado en otro país”.

Nueno también destacó que la tecnología modificará definitivamente los procesos industriales, reduciendo el tiempo de fabricación o aportando nuevos materiales con propiedades más avanzadas. “Un buen ejemplo se dará en la industria de la automoción, con la introducción de nuevos mate-

riales, como el grafeno, que abrirán nuevos mercados”.

El profesor considera que el proceso de concentración empresarial iniciado hace dos décadas es imparable, lo que agravará la brecha entre grandes multinacionales y pequeñas. “En este mundo que se globaliza a una velocidad tan rápida, hay muchas compañías que no tienen futuro, pero al mismo tiempo puede ser una oportunidad para otras, que pueden convertirse en campeones ocultos”.

En este grupo puso como ejemplo a seguir a la multinacional española Puig, fundada en 1914 y que ahora maneja un imperio con firmas de moda tan reconocidas como Paco Rabanne, Carolina Herrera, Nina Ricci y Jean Paul Gaultier, que factura 2.000 millones y gana 242 millones al año. “Es una empresa familiar con más de cien años, con un gran nivel de diversificación, que le ha llevado desde la cosmética tradicional a la médica, con la marca Isdin, o a la moda. Y no solo se ha centrado en el negocio, sino que cuenta con una *family office*, con un importante patrimonio inmobiliario y una cartera de participadas muy relevante”.

Nueno vaticina que sobrevivirán las que apuesten por la tecnología y nuevos mercados

El profesor emérito del IESE puso como ejemplo de firmas preparadas a Gestamp y Puig