

MÁLAGA

BALCÓN DE NOTABLES

ANTONIO GARCÍA DE CASTRO. DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO INTERNACIONAL SAN TELMO

● Este experto asegura que Andalucía posee las condiciones para superar en una década su desempleo estructural y reclama universidades muy especializadas para ser punteras en el mundo

“Málaga tiene que ser la provincia referente de España en el siglo XXI”

ANTONIO García de Castro es una de las personas que mejor conoce al empresariado andaluz tras llevar más de tres décadas dirigiendo la escuela de negocios San Telmo, por la que han pasado más de 10.000 alumnos. Nos recibe en la sede de este organismo en Málaga y afirma que su sueño es que esta región consiga acabar con el desempleo, algo que no ve tan lejano como las tasas de paro podrían indicar. Gran conversador y de talante amable, tiene aún muchos retos por delante tanto en España como a escala internacional.

—¿Cómo entró en San Telmo?

—Hice ingeniería de caminos en Madrid y durante la carrera me di cuenta de que lo que más me gustaba de la ingeniería era el funcionamiento de la empresa constructora en sí. Pensé hacer la carrera de Empresariales pero un amigo me recomendó que hiciera un máster, algo que no sabía ni que existía allá por 1982. Estuve dos años haciendo el máster del Iese en Barcelona y antes de acabar ya tenía tres ofertas de empleo. Una era quedarme en el Iese, la otra era irme a la multinacional Procter & Gamble y la tercera fue venir a San Telmo con el empresario andaluz Javier López de la Puerta. De la Puerta pensó que era muy importante crear una escuela de negocios en Andalucía y lo hizo en 1981. Yo me incorporé en 1985.

—Eligió la opción, a priori, más arriesgada.

—El profesor que me dijo que me quedara en el Iese con él me comentó que iba a ser mucho más apasionante crear una escuela de negocios desde la nada, aunque mucho más difícil, pero que si no me salía tenía las puertas del Iese abiertas. Eso me dio tranquilidad.

—¿Por qué apostó por San Telmo?

—Había conocido muchas familias de los años 50, 60 y 70 que emigraron desde Osuna hasta Hospitalet en Barcelona y siempre he sentido una especie de deber de intentar que Andalucía progresara como lo habían hecho Madrid o Barcelona.

—¿Cuántas escuelas de negocio había en esos momentos en España, a mediados de los 80?

—Había cuatro en Barcelona, dos en Madrid y San Telmo en Andalucía.

—¿Qué diferencia ve en la gestión



Antonio García de Castro posa en la entrada de la sede del Instituto Internacional San Telmo en Málaga.

FOTOGRAFÍAS: DOMINGO MÉRIDA

de las escuelas de negocio de hace 30 años y las de ahora?

—Hay distintos tipos de escuela de negocios y hemos evolucionado. San Telmo decidió centrarse en el perfeccionamiento de las personas que ya tenían la máxima responsabilidad en las empresas andaluzas y extremeñas porque veíamos que, al entrar en 1986 en la Comunidad Europea, la competencia iba a ser tremenda y podían desaparecer muchas empresas andaluzas. Nos centramos en la alta dirección y sigue siendo el gran aspecto diferencial de San Telmo respecto a cualquier otra escuela de negocio. Un estudio de la asociación de escuelas de negocio europeas destaca que San Telmo es la escuela de negocios española que más presidentes, consejeros delegados y miembros del consejo de administración tenía como alumnos.

—También tienen un proyecto para universitarios. ¿Cómo funciona?

—Sí, es el proyecto Lides. Lo pusi-

mos en marcha en la crisis para ayudar a los jóvenes universitarios a que tuvieran posibilidad de trabajar en las mejores empresas andaluzas, españolas y extranjeras. Ha sido un éxito extraordinario. Es un programa solo de tres meses, de

“La transformación digital, la dimensión y la internacionalización son los tres grandes retos de las empresas”

julio a septiembre. Fuimos a las empresas, algunas multinacionales como Nestlé, L'Oréal, Telefónica o Unilever, a preguntarles qué tipo de jóvenes querían contratar y todas coincidían. Nos dijeron que buscaban jóvenes normales, no hacía falta que tuvieran grandes expedientes. Querían personas tra-

bajadoras, con idiomas y mentalidad internacional. Cada año seleccionamos a 40 ó 50 jóvenes de las universidades andaluzas.

—¿Cuáles son los grandes retos de la empresa andaluza?

—Hay tres grandes ejes. El primero es la internacionalización y nosotros como escuela de negocios también lo hemos hecho para ayudar a nuestros alumnos, por lo que hacemos actividades en todo el mundo. El segundo es la tecnología y la transformación digital y el tercero es la creación de equipo directivo o dimensión de la empresa. Por ejemplo, conocimos Mayoral a principios de los 90 cuando solo producía y vendía en España y hoy en día vende en 70 países y produce sus prendas en otros 20 países. O a Dcoop cuando era una pequeña cooperativa de Antequera y hoy son 75.000 agricultores que facturan 1.000 millones de euros con varios tipos de productos. Nosotros hemos creado ahora un conse-

jo asesor internacional con la presencia de Mayoral, Unicaja o Dcoop así como Nestlé, Deutsche Bank o Infosys entre muchas otras para ayudar a los empresarios a crear grandes empresas, que es lo que hace falta en Andalucía.

—Es llamativo que las escuelas de negocio españolas estén entre las mejores del mundo y las universidades no. ¿Por qué cree que ocurre este fenómeno?

—Tengo clarísimo que la competencia nos hace mejores. Nosotros, por ejemplo, hemos creado una escuela de negocios en Irlanda y para conseguirlo hemos tenido que competir con el Trinity College, Harvard o la London Business School. Ya hemos hecho cinco ediciones en Dublín compitiendo con ellos, al igual que en Milán o en Miami. Sobre las universidades, a mí me encanta el modelo de Massachusetts que tiene ocho millones de habitantes y 132 universidades. Tiene tantas porque son

ÁNGEL RECIO

arecio@malagahoy.es

tan buenas que atraen a alumnos de todo el mundo. En Jaén deberíamos tener la mejor universidad del mundo especializada en aceite, en Málaga la mejor universidad especializada en telecomunicaciones y turismo, en Cádiz una sobre el polo químico... y así en otras provincias. Habría que tener universidades especializadas más que tener Derecho o Económicas en todas las provincias andaluzas. Sería mejor que hubiera dos facultades de Derecho o Económicas muy buenas pero para eso tendría que haber un gran sistema de becas. Podríamos tener, en lugar de una universidad por provincia, muchas más pero muy especializadas. Si hay una institución donde la dimensión va en contra de su misión es la universidad. Las mayores universidades del mundo, con 300.000 alumnos, están en Latinoamérica, y después en España. Harvard no tiene más de 15.000 alumnos, es tres veces más pequeña que la universidad de Málaga y atrae a alumnos de todo el mundo. El MIT no tiene más de 10.000 alumnos. Si hay masificación el profesor no puede convivir

“En las universidades españolas falta competencia internacional y amplitud de miras”

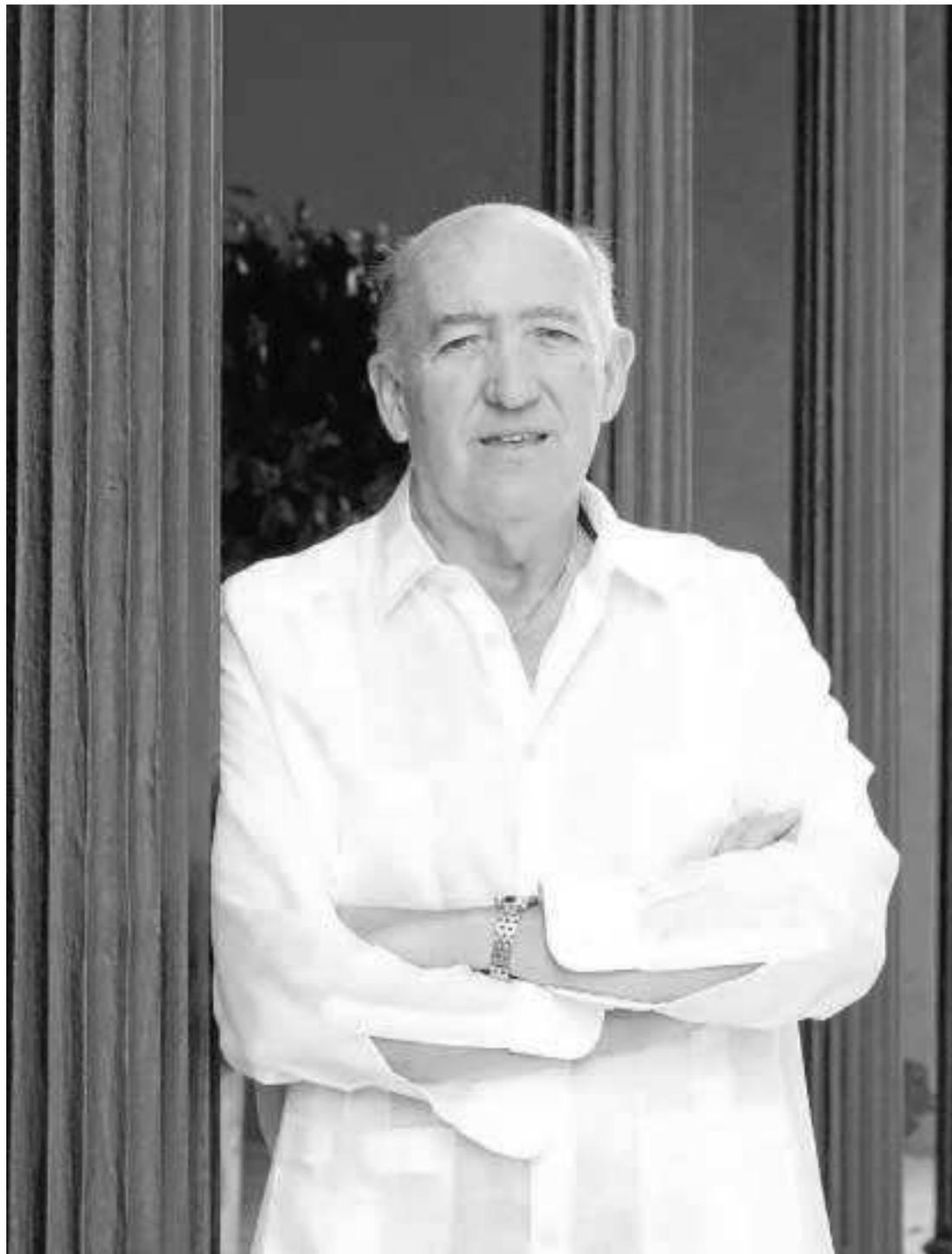
con el alumno. Si la relación profesor-alumno es uno a 900 no hay relación ninguna. En las universidades españolas, por tanto, falta competencia internacional y amplitud de miras. Uno de los mayores problemas que tenemos en Andalucía es la educación. No estoy a favor de la pública, la concertada o la privada, sino de la mejor educación y hay que hacer que los colegios compitan entre ellos y queden mejor.

–En cualquier caso, no todo el mundo puede acceder a las escuelas de negocio porque son caras.

–Yo tuve que pedir un préstamo para hacer el máster del Iese y estuve dos años pagándolo. Todas las escuelas de negocio dan facilidades para financiar los estudios, pero hay que tener confianza, ser una persona capaz y elegir bien el máster y la escuela a la que se va. Hay que verlo como una inversión en el desarrollo profesional de uno mismo. Es verdad que los precios son altos, pero hay que ver si se puede rentabilizar esa inversión. De 10.000 alumnos que hemos tenido, solo 70 no habían encontrado un empleo y les intentamos ayudar a conseguirlo.

–¿Cómo han sido estos años de crisis?

–Hemos pasado cinco o seis años de crisis pero vemos que Málaga ha recuperado el empleo que tenía



García de Castro destaca el aumento de empresas en las últimas tres décadas.

EL PERFIL

Una intensa actividad docente y empresarial

Antonio García de Castro nació en Málaga en 1958, aunque su familia es de Osuna y allí vivió su infancia, aunque veraneaba en Fuengirola. Está casado y tiene una hija. Estudió ingeniería civil y cursó un MBA en el IESE, desde donde dio el salto a San Telmo. Es miembro del consejo de administración de varias empresas españolas y portuguesas de distintos sectores y profesor invitado en varias escuelas de negocios en diferentes países. Le encanta disfrutar de su familia y sus amigos. Sufrió un infarto en abril y, desde entonces, camina a paso rápido una hora y media cada día.

antes de la crisis, aunque hay más parados porque han entrado más personas al mercado de trabajo. Ese es el gran reto. Mi sueño es que cuando me jubile, y tengo 60 años, Andalucía haya superado su desempleo estructural de los últimos 50 años. Conozco muy bien el mundo empresarial andaluz y estoy convencido de que tenemos la oportunidad histórica de erradicar el desempleo estructural en Andalucía en una década. Hay tantas oportunidades en esta región en estos momentos y tantas empresas competitivas que deben generar más empleo que lo único que queda es ayudar a cada empresa para que crezcan.

–¿Qué piensa cuando ve que el salario medio en Andalucía es de los más bajos de España y la tasa de paro de las más altas de Europa?

–Es verdad que las posibilidades de las pymes andaluzas de aumentar el salario de sus empleados son limitadas. Los empresa-

rios, cuando pueden, aumentan los salarios porque la mejor forma de invertir en una empresa es que los directivos y los empleados estén contentos y se sientan bien retribuidos. En Andalucía faltan empresas competitivas líderes con dimensión.

–El modelo productivo andaluz, basado en servicios, se caracteriza por la temporalidad. ¿Cuándo se podrá cambiar definitivamente esta tendencia?

–Tenemos que tener empresas competitivas internacionales en todos los sectores. Eso es más fácil en un sector como el aceite donde tenemos la mayor producción mundial o en el turismo donde tenemos una costa que es un regalo de Dios.

–El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, Javier González de Lara, ha repetido hasta la saciedad que faltan más empresas en la comunidad. ¿Qué piensa usted?

–En 1991 había 250.000 empresas en Andalucía y hoy en día hay más de 500.000. Se ha duplicado, pero para llegar a la media nacional de empresas por número de habitantes nos faltan unas 90.000 empresas hasta alcanzar las 600.000. Pero solo hay 440 empresas con más de 250 trabajadores. En Alemania son 4.000, diez veces más. Además la mayoría de las empresas andaluzas apenas tienen dos o tres trabajadores. Hay que ir dando ese salto, aumentar las plantillas. Es lo que hicieron Alemania o Suiza.

–¿En qué momento ve a Málaga?

–Si Andalucía tiene la oportunidad histórica de erradicar el desempleo, la primera provincia con esa oportunidad es Málaga. Tiene un ecosistema muy compensado, con empresas muy competitivas en el sector agrario, textil, turístico o financiero. Hay una gran oportunidad si somos capaces de hacerlo bien. Primero erradicar el paro y luego competir para atraer el talento.

–Málaga lleva tiempo intentando ser el nuevo Silicon Valley.

–En Málaga vamos a hacer en octubre el primer seminario interna-

“Para cambiar el modelo debemos tener empresas competitivas internacionales en todos los sectores”

cional de nuestro consejo asesor y vamos a traer a 50 grandes directivos asiáticos, europeos, americanos y españoles para explicar cómo generar talento. Hablaremos de talento, alta dirección, innovación disruptiva, sostenibilidad y transformación digital. Mi maestro, Javier López de la Puerta, me decía que en el mundo empresarial hay que tener ánimo grande, es decir, tener sueños, convertirlos en ideas y después hacer proyectos concretos que se hagan realidad.

–¿Qué cree que le falta a Málaga para dar un salto más?

–Es importante que los proyectos se hagan sin cortapisas, tanto los públicos como los privados. El puerto de Málaga tiene una ubicación estratégica y hay que ayudarle a crecer. Los empresarios, si ganan dinero, no tienen ningún problema en pagar impuestos, pero para que se utilicen en proyectos que necesita la sociedad y que ayuden a seguir creando riqueza. ¿Quién iba a pensar hace 10 años que Málaga iba a tener cinco grandes museos? El alcalde se empeñó y lo consiguió y hay que ayudar a los malagueños a que consigan lo que quieren. La autoestima del andaluz y del malagueño está subiendo. Málaga tiene que ser la provincia referente de España en el siglo XXI y tiene todos los condicionantes para conseguirlo.