



Semiglobalización, como mucho

Redefiniendo la globalización. La importancia de las diferencias en un mundo globalizado

Pankaj Ghemawat

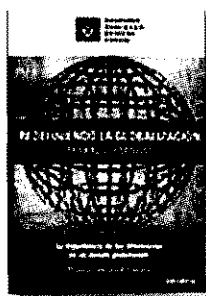
Editorial Deusto

ISBN 978-84-234-2606-5

CLAUDI PÉREZ

Nada de *aldea global*, ese oxímoron hueco de los años setenta. Tampoco vale ya el aforismo de Thomas Friedman, el célebre "la tierra es plana". La globalización con la que vienen machacando desde hace años los economistas es una exageración. Una hipérbolo. Un exceso basado en datos defectuosos. Al menos ésa es la tesis de Pankaj Ghemawat. Graduado en Harvard y afincado actualmente en Barcelona como profesor del IESE, Ghemawat tiene ante sí una exitosa carrera como polemista. Su último trabajo combate con tremenda virulencia los tópicos asociados a la globalización como explicación de casi cualquier fenómeno económico (y no sólo económico, por cierto).

Hace sólo unos días, en la presentación de su libro en Madrid, Ghemawat rompió el hielo con una frase redonda: "Es muy perjudicial creer en la global sandez". Y por esa senda transita su *Redefiniendo la globalización*. Ghemawat usa los datos como munición para sostener su teoría. A saber: la inversión directa extranjera nunca ha superado el 10% de la inversión total en los últimos años. Es decir, más del 90% de las inversiones en todo el planeta siguen siendo nacionales. Sólo el 2% de las llamadas telefónicas son internacionales. El 95% de los universitarios no sale de su país para estudiar la carre-



ra. Y así *ad infinitum*. Si las fronteras fueran irrelevantes se nivelarían instantáneamente los salarios en India y EE UU, "pero nadie espera esa convergencia en los próximos 10 años. Ni siquiera en los próximos 30", sostiene. "La mayor conexión a escala planetaria es indudable, pero no crea ni mucho menos un mundo homogéneo", añade.

El libro ofrece un sinfín de ejemplos. Sin esconder que hay indicadores económicos de la integración entre países que están en máximos históricos —como en el caso del comercio o de los mercados— y que esa tendencia es irresistible, este académico señala que hay muchas categorías representativas de la globalización que aún están por debajo de los valores alcanzados en el pasado. "En muchos sentidos no estamos mucho más integrados que justo antes de la I Guerra Mundial. Por ejemplo, el porcentaje de inmigrantes en relación con la población mundial alcanzó su máximo en 1910 y nunca ha vuelto a ese nivel", apunta.

Sólo un caso más: el fútbol. "Es curioso el poco interés que despierta entre el público estadounidense, que representa el mercado deportivo más grande del mundo. Es una evidencia más de la disparidad entre países", escri-

be. "En definitiva, se está exagerando con la globalización, y ése es un grave peligro. Exagerar de forma tan grotesca lo integrado que está el mundo es una garantía para que cuando haya problemas la primera solución sea reforzar las fronteras", advierte.

Fiel a su pasado como consultor, Ghemawat pone sus teorías al servicio de las aventuras internacionales de las empresas. A su juicio, las compañías, incluso las más volcadas en el exterior, tienden a creerse a pies juntillas los lugares comunes sobre la globalización. Y eso les lleva a cometer grandes errores. El libro cita varios casos. Coca-Cola abolió en los años noventa todas las diferencias entre sus operaciones en el mercado estadounidense y el resto del mundo. Pero ha dado marcha atrás. "Coca-Cola se sigue viendo en todo el planeta como un símbolo de EE UU, y eso marca mucho", explica.

Si uno cree que el mundo es plano y que las fronteras no importan, probablemente competirá de igual manera en todos los mercados y tratará de repetir fórmulas: "Las compañías danesas tienen problemas en Oriente Próximo por las caricaturas de Mahoma. Eso no puede obviarse. Rastrear la nacionalidad de una compañía es ahora muy fácil. Las diferencias van a ser más importantes que nunca en el mundo globalizado, y las empresas no deben olvidarlo".

De origen hindú y con una formación de marcada raíz anglosajona que se deja ver en algunas de sus irónicas estocadas, Ghemawat es autor de otros libros: en español se ha publicado *Estrategia y el panorama empresarial*, en Prentice Hall.