

JUAN E. IRANZO

Es necesaria la competitividad



La globalización de los mercados, la mayor apertura exterior de las economías, el aumento de la competencia a escala mundial y la libertad de circulación de capitales obligan a ser más competitivos; pero no con los tradicionales mecanismos artificiales como devaluaciones –aunque el euro está sobrevalorado y deberá acercarse al tipo de cambio de equilibrio uno a dos entre el euro y el dólar– o políticas proteccionistas, sino poniendo énfasis en los factores reales de la competitividad: coste, calidad, innovación, productividad, etcétera. A su vez, la estabilidad macroeconómica –situación caracterizada por niveles de inflación bajos y predecibles, y déficits públicos sostenibles, reducidos y estables, junto con la liberalización y desregulación de los mercados– permite amortiguar los ciclos y sortear con éxito las turbulencias en los mercados internacionales. En consecuencia, las políticas de estabilización macroeconómica constituyen una de las condiciones previas para garantizar una senda de crecimiento intenso y duradero en el largo plazo, generador de

dotación o utilización de los mismos. Por esta razón, se dice que la competitividad se produce cuando las organizaciones traducen crecimiento en procesos.

Se puede afirmar que hay diversos componentes principales para determinar la competitividad: el entorno económico y las infraestructuras, la productividad, la tecnología y la calidad de los productos. El entorno, porque al ser las empresas las protagonistas de la competitividad, las decisiones de éstas se ven afectadas por el nivel y la calidad de la dotación de factores productivos existentes y por la variable macroeconómica; factores ambos que se ven muy influidos por la acción del sector público y son comunes a las empresas que operan en Europa.

La productividad es otro aspecto importante que debe incrementar Europa, especialmente en los servicios, pues la principal vía para aumentar la competitividad es elevar ésta a un mayor ritmo que la evolución de los costes o conseguir un producto diferenciado que compita por atributos distintos del precio. Existen muchos factores que influyen en la productividad. La inversión en capital humano contribuye a la mejora de

esta, como refleja la mayor retribución obtenida por los individuos más formados. Además, la adopción y la difusión de nuevas tecnologías se ven favorecidas cuando los trabajadores tienen un alto nivel de cualificación. Los costes de producción también afectan a la productividad de las empresas, especialmente de aquellas que producen bienes en los que la variable precio es

decisiva. Estas empresas producen bienes comercializables a escala internacional con escaso índice de diferenciación, nivel tecnológico bajo o intermedio, e intensivos en mano de obra poco cualificada. La baja productividad en España, muy inferior a la media europea, y más lejana aún de la estadounidense, es el principal lastre que mina las posibilidades de crecimiento de la economía española. La teoría económica avala el hecho de que el libre mercado proporciona la máxima eficiencia de los agentes económicos en su función de asignación de recursos. Asimismo, la mejora de la productividad del capital humano y la disponibilidad de mano de obra cualificada requiere de un sistema educativo eficiente.

En definitiva, la nueva política comercial de Europa se debe fundamentar en un entorno que permita mejorar la competitividad de las empresas europeas y un incremento de la productividad de los factores, especialmente tecnología y formación del capital humano.

La globalización significa más oportunidades, pero representa más competencia. Para aprovechar las ventajas de la globalización es necesario ser más competitivos

empleo y bienestar, puesto que únicamente los países más equilibrados soportan unos tipos de interés menores y disfrutan de mejores bases para el desarrollo económico en términos de inversión y ahorro. La globalización significa más oportunidades, pero también representa más competencia, por lo que para aprovechar las ventajas de la globalización es necesario ser más competitivos.

La competitividad es un concepto que se define como la capacidad para ganar participación en los mercados interiores y exteriores de forma sostenida en el tiempo, de tal modo que lleve a un aumento de la renta real de su población. Es decir, incrementar el bienestar económico, elevando el PIB y creando empleo. También sirve para incrementar la participación en los mercados mundiales, mejorando la balanza de pagos y teniendo una favorable evolución del tipo de cambio efectivo real. En el largo plazo, la competitividad suele implicar un crecimiento estable y sostenido, ya sea como consecuencia de una mejora en la productividad de sus factores o de un aumento en la

Juan E. Iranzo es vicepresidente del Instituto de Estudios Económicos.

DAVID CANO

Apalancarnos en la internacionalización



A diferencia de Estados Unidos, donde el PIB continúa en la senda del crecimiento del 2,0 por ciento anual, la Unión Económica y Monetaria (UME) se enfrenta a su particular “W”. Tras la intensa y, en la mayoría de países, común recesión de finales de 2008 y principios de 2009, asistimos a una recuperación (los famosos “brotes verdes”) que, definitivamente, se ha frustrado. Pero no solo en España, sino también en Italia, Francia y, lo que llama más la atención, en Alemania.

La diferencia en el patrón de estos cuatro países no está, desde luego, en la dirección (desaceleración), ni tampoco en la intensidad (aproximadamente dos puntos porcentuales menos de crecimiento), sino en la capacidad o no de evitar la recesión en 2013. Es obvio que Italia y España no van a lograrlo, pero no está claro en el caso de Francia o de Alemania. Y es que la demanda inter-

gasto público, la vía para el crecimiento del PIB en la UME es el sector exterior. El caso español es bien representativo: desde el inicio de la crisis, la caída del PIB se cuantifica en un 6,0 por ciento. ¿No es una cifra demasiado baja teniendo en cuenta lo que estamos observando en el “día a día”? Ciertamente. El indicador económico a analizar es la demanda interna, que se ha corregido un 25 por ciento (en línea con la destrucción de empleo). El elemento compensador ha sido el sector exterior que, en términos netos, ha aportado casi un 20 por ciento del PIB. Y lo ha hecho por ambas vías, y a partes iguales: caída de las importaciones y aumento de las exportaciones.

Sí, esta ha sido la gran sorpresa positiva de nuestra economía durante la crisis: la capacidad de las empresas españolas de vender en el exterior. ¿Cuáles han sido y serán las claves para dinamizar las exportaciones? Es verdad que la depreciación de la moneda ayuda, pero este tipo de políticas solo valen a corto plazo y ocultan la verdadera estrategia a seguir. Esta debe pasar por la búsqueda de nuevos mercados, por ganar cuota allí donde apenas tienen presencia nuestros productos. Me refiero a las economías emergentes, en especial, aquellas de mayor tamaño (BRIC) pero también otras como Perú, Chile, Colombia, Marruecos o Polonia. En 2013

“No creo que sea necesario un cambio de política comercial en la eurozona. Y mucho menos que se impongan trabas al libre comercio”

na va a estar restringida, de forma directa o indirecta, por la reducción del déficit público. El recorte del gasto público y el aumento de la presión fiscal anticipan una caída del consumo. A pesar de que este es el diagnóstico para los periféricos, no es la razón por la que la demanda interna no avanza en Alemania. Allí su apatía responde en mayor medida a ciertas pautas de comportamiento observables prácticamente desde la reunificación alemana. La baja propensión marginal al consumo no ha hecho más que acumular una importante bolsa de ahorro. Hasta el estallido de la crisis financiera uno de sus principales destinos era la financiación del déficit por cuenta corriente de España. Sin embargo, desde el verano de 2008 lo son los activos de renta fija de emisores alemanes, entre ellos, lógicamente, los de su Tesoro (de ahí los tipos de interés negativos).

A la espera de que Alemania se convierta verdaderamente en la locomotora del área euro gracias al tirón del consumo de sus familias y del

van a seguir creciendo a tasas significativas y, lo que es más importante, vía consumo de las familias e inversión en infraestructura. El gran elemento de optimismo para nuestra economía es el balance de estos últimos cinco años: España tiene producto competitivo, y más si persiste el ajuste de los costes laborales y aprovechamos nuestro equipamiento en infraestructuras. Además, tiene una fortaleza diferencial: la presencia multinacional. Es decir, después de más de una década demostrando nuestra capacidad de internacionalización, es tiempo ahora de apalancarnos en ella para aumentar las exportaciones.

No creo que sea necesario un cambio de política comercial en la eurozona. Y mucho menos que se impongan trabas al libre comercio. Lo que hace falta es contar con un buen tejido productivo, con producto de calidad, con estabilidad institucional... y con iniciativa para “salir a vender fuera”.

David Cano es socio de Analistas Financieros Internacionales.