

TRIBUNA

REINOS DE TAIFAS ECONÓMICOS. LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL (I)

¿Cosmopolitas en un mercado global y con vocación universalista? O ¿reinos de Taifas económicas que limitan la entrada de competidores y la actividad empresarial? Estas son dos de las opciones que se plantean los que dirigen la política económica de países o regiones que persiguen bien el proteccionismo mercantil, o bien a la liberalización y desregulación de los mercados. Lamentablemente, España está siguiendo, salvo honrosas excepciones de algunas Comunidades Autónomas que se cuentan con los dedos de una mano, el camino de un proteccionismo económico limitador que está rayando peligrosamente con el paletismo.

Mientras que en Estados Unidos, en el resto de Europa y cómo no en Asia se está apostando por abrir mercados, por incrementar las posibilidades reales de competencia y por favorecer el intercambio de mercancías, servicios, tecnologías y conocimientos, España ha tomado el rumbo contrario. Lo ha advertido recientemente el Catedrático emérito de la Universidad Autónoma de Madrid, José Barea, quien ha dicho que “el Estado de las Autonomías ha supuesto, por la intervención de los poderes públicos regionales, una fragmentación de los mercados que está afectando a la competitividad”.

No en vano el germen de la UE, la CECA, tenía como objetivo la consecución de un mercado común más grande que permitiera fortalecer la competitividad, el crecimiento y el empleo. Una fórmula que triunfó y que se extendió a otros sectores económicos y a otros países. Sirvan como ejemplo las organizaciones como MERCOSUR entre Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México o la recién creada ASEAN, Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, que creará la zona de libre comercio más grande del mundo, afectando a diez países del sudeste asiático y a China y a un mercado de más de 1.700 millones de habitantes.

Efectivamente, como empresarios podemos corroborar la aseveración del profesor Barea. Existen barreras económicas, técnicas, sociales e incluso lingüísticas entre Comunidades Autónomas españolas, cuando deberíamos tender hacia el verdadero mercado único europeo. Muchos gobiernos autonómicos están ejerciendo ineficazmente sus competencias en materia económica, fiscal y laboral e incluso están legislando bajo un doble rasero: ¿apuestan por la amplitud de mercados o se circunscriben a los mercados internos? ¿pretenden salvaguardar los intereses de sus empresas o fomentar la entrada de nuevos inversores que estimulen la competitividad? Casos paradigmáticos de lo que entendemos no debe ser una política económica favorecedora de la competitividad son los de Autonomías como Cataluña o País Vasco, que precisamente coinciden con las regiones españolas que menos han crecido porcentualmente. Por el contrario, en Madrid y Valencia donde las empresas son más abiertas y plurales y donde no se legisla con restricciones, los parámetros económicos son los más positivos de toda España.

En este país, hay una especie de guerra no declarada de identidades, donde a base de exclusiones se diseña una identidad nacional que tiene serias repercusiones en el mundo económico y empresarial. Las organizaciones empresariales deben ejercer su papel crítico ante estas actuaciones para evitar que elementos políticos ajenos a los objetivos que guían el libre mercado afecten a las relaciones económicas. Los políticos no deben trasladar la batalla partidaria o territorial al consumo, sino que deberían garantizar unos mínimos de igualdad y libertad así como favorecer la normalización de la vida económica y social.

El empresario siempre desea la homogeneidad del mercado, que tenga las mismas reglas de juego para todos y desde luego, no puede aplaudir que en determinadas regiones se establezcan líneas de actuación con disposiciones fiscales, régimen de ayudas o medidas discriminatorias que sólo beneficien a las empresas oriundas de esos territorios. Este factor unido a otros como la excesiva rigidez del mercado laboral en nuestro país traen funestas consecuencias para la economía nacional que nos alejan de los parámetros europeos, a pesar de que el crecimiento del PIB esté por encima de la media comunitaria. La inflación, que en el periodo 1998-2006 creció casi 10 puntos, y el déficit exterior, que alcanza el 8% del PIB, son los dos grandes desequilibrios que gripian el motor económico de España. Y para corregirlos existen pocas recetas: la más evidente es incrementando la productividad, una pelota resbaladiza que está continuamente en el juego político pero que es muy difícil de rematar con acierto.

El incremento de la productividad y la competitividad son objetivos claros para el empresario. Pero la empresa, y por extensión la economía de un país o de una región, no puede ser eficaz ni eficiente sino atiende a mercados grandes: es el principio básico de las economías de escala y lo que viene a retratar el llamado "*efecto Mateo*": "al que tuviere le será dado, pero al que no tuviere, aun lo poco que tiene le será quitado". Trasladado al mundo económico, se deriva que con un mercado grande se mejora la productividad, rebajando costes y precios y aumentando los niveles de bienestar.

A pesar del optimismo económico y de cierto triunfalismo en las cifras de crecimiento que arroja este país, (el año 2006 ha sido calificado por algunos como el mejor económicamente en la historia de la democracia española) es imposible mantener en el tiempo esta bonanza económica con los actuales índices de competitividad. De ahí la urgencia de tomar decisiones estructurales, entre ellas el replanteamiento de algunas políticas regionales erróneas para que tiendan hacia una regulación coordinada con el resto de administraciones y que responda a criterios de lógica económica y no política, entre otras medidas que desgranaremos en sucesivos artículos.

Fdo.- Miguel Angel González Rodríguez
Gerente del Círculo Empresarial Leonés