

JORDI OLIVA

España está perdiendo fuerza en el pulso competitivo que se dirime en el entorno económico global, subraya el autor. Entre las claves para revertir esta situación está, en su opinión, aprovechar las oportunidades de negocio que se abren en Asia y los países del Este y mejorar los niveles de innovación y productividad



Salir a competir, el reto pendiente

Los jóvenes españoles están mejor preparados que nunca en la historia. Esta idea se viene repitiendo, con no disimulado orgullo, por la clase política española en los últimos años. Todos nuestros líderes políticos coinciden en esto. Y es verdad. También se puede confirmar desde la empresa privada. El porcentaje de estudiantes universitarios en nuestro país está por encima del de Japón, por poner un ejemplo. Y estos jóvenes están contribuyendo a que nuestras tasas de crecimiento económico sean excelentes.

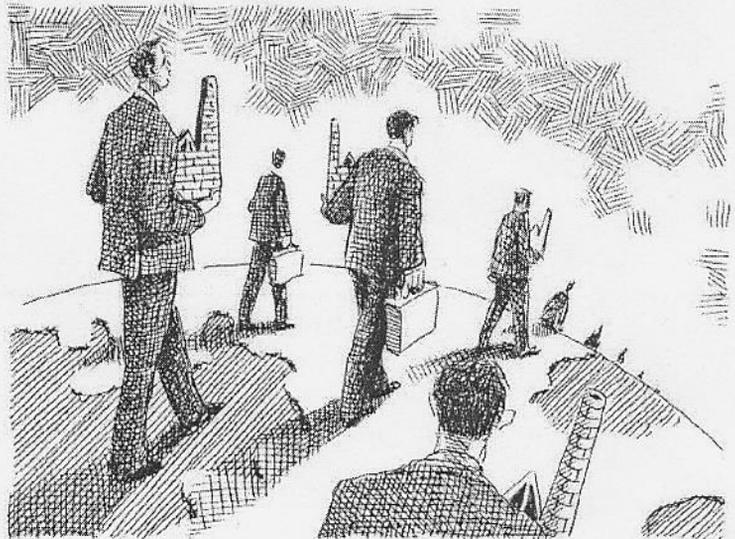
Pero, paradójicamente, nuestro pulso competitivo en el entorno económico global está perdiendo fuerza. Vemos que, mientras Asia y los países de la Unión Europea han aumentado su presencia internacional, España se ha estancado. La curva de la cuota global de exportaciones se ha mantenido prácticamente idéntica desde 1996 hasta ahora. Y esto no es lo más preocupante. Todavía falta mucho para especializarnos en productos de alto valor añadido. La proporción de exportaciones de alto contenido tecnológico sobre las exportaciones totales dista mucho de la de nuestros socios comunitarios,

y no digamos si la comparamos con la de algunas zonas asiáticas. De hecho, en España las exportaciones con contenido tecnológico no alcanzan ni el 10% del total, cuando en la zona euro supera el 15%, y en Estados Unidos, el 30%.

Una de las claves para afrontar este problema puede estar en que las empresas españolas empiecen a considerar los mercados emergentes de Asia y Europa del Este más como oportunidades de negocio que como amenaza competitiva. Ya hay sectores dinámicos de nuestra economía que están abriendo las puertas hacia el Este.

Pero no se trata de que unos pocos pioneros estén realizando este esfuerzo, debe ser una estrategia generalizada del sector empresarial. Y para ello, hay que alcanzar unos niveles competitivos en innovación y tecnología, y aumentar la eficiencia no sólo de las empresas, sino también en las Administraciones públicas. Es alarmante que todavía para abrir un negocio en España se necesiten 45 días de media, mientras que en la Unión Europea son 25, o en Estados Unidos, sólo cinco.

Deutsche Bank lleva muchos años acompañando a empresas españolas



ANGEL NAVAS

en sus procesos de internacionalización, y podemos certificar que la evolución de estas compañías en los últimos 20 años ha sido espectacular. Nuestras empresas se han reforzado tanto financieramente como en capacidad de gestión, y están activamente penetrando nuevos mercados. Cada vez hay más empresas españolas que actúan como auténticas multinacionales, realizando adquisiciones e inversiones importantes en numerosos países. En la medida que el crecimiento económico español se ralentice, la tendencia a la internacionalización se va a extender más entre nuestro tejido empresarial.

La meta es clara: salir a competir. El camino no puede pasar más que por la innovación y la productivi-

Cada vez hay más empresas españolas que actúan como auténticas multinacionales en numerosos países

dad. Ya no nos sirve intentar competir ofreciendo sólo bajos precios; el nivel de vida y las tasas de inflación españolas no lo permiten. Creo que el sector empresarial español es cada vez más consciente de ello. Los diferentes organismos y asociaciones empresariales tienen clara la dirección que hay que tomar. Y lo que me hace ser aún más optimista es la confianza que tengo en los jóvenes que se están incorporando al mercado laboral, cada vez mejor formados. Ellos nos dará las armas necesarias para salir a competir, porque el reto sigue pendiente.

Director general de
Global Transaction Banking
de Deutsche Bank España

ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ

Endeudados, desconfiados... y abstencionistas

El caudal de reflexiones sobre las causas de la abstención y del voto en blanco en las últimas elecciones no incluirá, seguramente, vinculación alguna entre la situación económica y la participación. Sorprendentemente, se escribe poco sobre la relación existente entre la situación económica de los ciudadanos y el malestar con la política formal. Relación que se expresa, de momento, con una dosis creciente de desconfianza, indiferencia y aburrimiento hacia la política, mientras la deuda atena las economías familiares.

● **Endeudados.** Hasta las cejas. El crédito hipotecario concedido a las familias para la adquisición de una vivienda, que supone un tercio del total del negocio crediticio de bancos y cajas, creció en 2006 hasta los 500.000

millones de euros, casi el triple que en el año 2000. La deuda media por habitante se ha duplicado, según los datos publicados recientemente por la Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas) en sus *Cuadernos de Información Financiera*. Es la consecuencia del frenético endeudamiento emprendido para financiar unas viviendas cada vez más caras y un mayor consumo en general. La renta per cápita crece lentamente, pero la deuda se dispara y entidades como la OCU vienen advirtiendo que la situación se está volviendo insostenible para muchas familias que contraen obligaciones crediticias en el límite de sus posibilidades.

● **Desconfiados e indiferentes.** Mientras, el principal sentimiento que la política inspira en la ciudadanía,

según el Barómetro del CIS de enero de 2007, es la desconfianza (32,6%), seguida por la indiferencia (18,2%) y el aburrimiento (16,5%). Incluso a un 8,5% le provoca irritación. Sólo un 1,9% siente entusiasmo, un 7,3% piensa en compromiso y a un 10,8% le produce interés.

El malestar existe. Aunque un 60,8% afirma que el voto es la única manera de poder influir en lo que hace el Gobierno, un mayoritario 70% cree que la clase política no se preocupa de lo que piensa la ciudadanía. Y dos de cada tres españoles (68,9%) consideran que "esté quien esté en el poder, siempre busca sus intereses personales".

● **¿Y abstencionistas?** Según una encuesta del Gobierno catalán sobre la participación política, el perfil mayoritario del abstencionista en Cataluña es un

joven menor de 35 años de clase media. Precisamente éste es el perfil de uno de los colectivos más endeudados. Por ejemplo, el 58% de los afortunados jóvenes madrileños de menos de 35 años hacen frente a una hipoteca -según una encuesta de consumo de la Cámara de Comercio de Madrid- a la que deben dedicar casi la mitad de sus ingresos. El resto, sencillamente, no puede. El desánimo cunde entre los miliearistas.

¿Qué pasará cuando los endeudados y los desesperados canalicen su aburrida indiferencia y aumenten, todavía más, su desconfianza? Pueden ir a la abstención (un 36,22% en las últimas municipales), al creciente y significativo voto en blanco (un 1,90%), o pueden sucumbir a los extremos. En Cataluña,

por ejemplo, un partido anti-inmigración como Plataforma per Catalunya (PxC), que ha triplicado su presencia, ha sabido canalizar el miedo xenofobo y el malestar político-económico con argumentos vinculados a la falta de servicios básicos, como el acceso a la vivienda, la sanidad y escolaridad, a causa del incremento de la población extranjera.

El malestar con la política y el descrédito de los políticos crece en todas las encuestas e indicadores. Estamos jugando con fuego con ciudadanos que no llegan a final de mes y que tienen como futuro más nítido el inexorable periodo de 20 o 30 años de pagos hipotecarios, o incluso 40. Mientras, la banca hace negocio con la deuda familiar, y aprieta los tornillos hasta para pedir el saldo en un cajero automático, y el temor al futuro se

apodera de muchos ciudadanos mientras sus calles cambian de color.

Si la política, como dice Daniel Innerarity, "molesta por su desconcierto e incapacidad" frente a los problemas reales de la gente, no debe extrañar que los ciudadanos se alejen, resignada o críticamente, de la oferta que reciben. Este es un escenario imprevisible que, de momento, sólo reacciona pasivamente: con abstención y con malestar. Pero que puede ser un espacio propicio para los demagogos, los extremistas o los cínicos. Y todo puede cambiar si la presión cotidiana sobre la vida ciudadana en forma de deuda, precariedad, encarecimiento de los servicios o desplazamientos agotadores se canaliza a la contra y activamente.

Asesor de comunicación
pública y política

