

INTRODUCCIÓN

La creación de prosperidad es probablemente uno de los propósitos más generales de cualquier sociedad humana: proveer trabajo, progreso y bienestar a los individuos que la constituyen se convierte pues en uno de los objetivos de la sociedad y, por tanto, también de sus instituciones gubernamentales o de aquéllas de la denominada sociedad civil.

Asimismo hay que reconocer que, al menos en nuestro sistema socioeconómico, el papel fundamental en la creación de riqueza –que es una condición necesaria para la creación de prosperidad– lo desempeñan las empresas y, para éstas, este objetivo general se convierte en uno mucho más preciso, operativo y práctico: el de la obtención de beneficios. Con esta afirmación no pretendemos decir que el concepto de beneficio como objetivo empresarial no esté exento de problemas, tanto teóricos como prácticos: beneficios a corto frente a largo plazo, beneficios a toda costa o beneficios que se obtienen sin transgredir una serie de principios éticos y valores sociales. Son temas permanentes que, por su importancia, han sido, son y serán debatidos continuamente, pero que no constituyen nuestro objetivo.

Volviendo a la cuestión inicial, la de la creación de prosperidad, es necesario resaltar que, de un modo u otro, también es un debate que tiende a persistir bajo diferentes formas. En los últimos años y en países avanzados, el debate ha tomado la forma de discusión sobre la competitividad: cómo mantenerla, cómo mejorarla o cómo evitar su erosión. También sobre qué papel juegan los diferentes agentes: las empresas, los gobiernos y en general los poderes públicos, las organizaciones de la sociedad civil, los ciudadanos con su formación laboral, técnica y científica y las instituciones de enseñanza a todos los niveles, los centros creadores de conoci-

miento. Y, finalmente, sobre cuáles son y cómo evolucionan las actitudes básicas de la sociedad frente al trabajo y la formación.

Esto es precisamente lo que queremos estudiar: la competitividad y sus condicionantes. Cómo se genera, qué la influye, qué la perjudica y qué la refuerza, y dentro de este entramado, qué papel juegan los gobiernos, centrando nuestro propósito en examinar un enfoque determinado y concreto de política que conduce al fortalecimiento de la competitividad.

Una de las primeras dificultades aparece cuando se constata que el mismo concepto de competitividad es equívoco, en el sentido más literal de la palabra equívoco. Tiene varios significados que se utilizan a menudo con diferentes finalidades y sin demasiada precisión. Éste es un problema que si no intentásemos clarificar desde el primer momento nos perseguiría a lo largo de todo el texto y que, aún así, resultará inevitable insistir en él en más de una ocasión.

Si se acepta que Finlandia es competitiva y, acto seguido, que Polonia es muy competitiva, esto significa admitir que, como mínimo, Polonia y Finlandia lo son de diferente modo. O si se puede decir que devaluar una moneda hace a un país más competitivo, ¿cómo se explica que los países que devalúan recurrentemente se encuentren entre los menos competitivos? La lista de ejemplos de este tipo podría ser muy larga, pero probablemente éstos dos son suficientes para mostrar hasta qué punto «competitividad» es un término equívoco. Para nuestros propósitos iniciales adoptaremos el significado de competitividad que la identifica con productividad en su sentido más técnico. La productividad entendida como el valor en el mercado de los bienes y servicios que una sociedad produce por unidad de *input*: trabajo, capital y recursos naturales.

No obstante, dada la evolución actual de la economía en las sociedades avanzadas, el capital y los recursos naturales han perdido la importancia que tuvieron en otros estadios del desarrollo económico. Es cierto que, hoy en día, para algunos países, la explotación de recursos naturales aún es un componente importante o incluso decisivo en su economía (por ejemplo, el petróleo) y también es cierto que, en algunas áreas del mundo, el recurso limitativo es la disponibilidad de capital, pero cada vez es más evidente que en las economías que podríamos calificar de avanzadas, como la nuestra, la productividad que más determina su evolución y crecimiento –tanto absoluto como comparativo– es la productividad de la fuerza de trabajo en todos sus niveles.

Creemos que para las economías mencionadas, lo esencial es el valor en el mercado de los productos o servicios que producen por unidad de tiempo sus trabajadores. Todos sus trabajadores, los de la línea de producción, los ingenieros, los técnicos, los directivos, los profesores, los investigadores, los científicos, los administrativos, los políticos, etc. Consecuentemente, si la productividad de este com-

ponente –la fuerza de trabajo– es alta, el capital no falta porque circula hacia dicha sociedad y, obviamente, los recursos naturales se compran.

Por ejemplo, Finlandia tiene un buen recurso natural, la madera, pero Rusia también lo tiene y Rusia compra casas prefabricadas y muebles a Finlandia. Esto se debe al diseño y la calidad de estos productos fineses, que proviene precisamente de la elevada productividad de la mano de obra y no del recurso que supone la madera. Realizando un gran salto a nivel local, podríamos constatar que la prosperidad creada en La Sènia, Ulldecona o Vinaroz (municipios ubicados al sur de Catalunya y norte de Valencia) por la industria del mueble no proviene precisamente del recurso natural –madera–, sino del buen hacer de las empresas –las personas– de allí.

Finlandia, además, ha creado en las últimas décadas una industria muy productiva en el campo de las telecomunicaciones, que nada tiene que ver con la disponibilidad de ningún recurso natural, sino que simplemente se debe a la capacidad de su fuerza de trabajo, que pone en el mercado productos capaces de alcanzar un precio muy elevado por unidad de tiempo trabajado.

Pasando al otro extremo, Polonia tiene, de momento, la mano de obra barata y por eso se dice que es competitiva, pero Polonia no tiene Nokia y todo el tejido creado a su alrededor. Un polaco consciente de ello debe aspirar a perder la «competitividad» que se deriva simplemente de los bajos salarios, que es la que ahora tiene el país, y aspirar a mejorar el nivel de bienestar. Eso sólo lo conseguirá acercándose al tipo de productividad, y por tanto de competitividad, de Finlandia, y así progresar repartiendo la prosperidad en forma –entre otras cosas– de salarios más elevados ¿Será entonces Polonia menos competitiva? No, si lo hace bien, lo será más.

La única manera de no contribuir a la confusión que dificulta el debate sobre la competitividad de las sociedades avanzadas, a veces hasta el ridículo –o el subdebate que últimamente se ha generado sobre la deslocalización–, es la adopción de un solo significado para competitividad, que concretamente consistirá en equipararla a la productividad de la fuerza de trabajo de un país o una sociedad. Éste será el enfoque que adoptaremos a lo largo del presente texto. Dicho sea de paso, podemos ver como esta decisión nos resuelve la cuestión de si la devaluación realizada por un país lo convierte, realmente, en más competitivo. Para razonarlo veamos por qué Argentina terminó, hace poco, realizando una devaluación tan brutal. La respuesta está en que durante la década de los noventa, mientras las empresas argentinas gozaron de estabilidad monetaria, no se aprovechó para desarrollar una economía capaz de poner en el mercado productos o servicios de un valor tal que hiciera viable sostener el nivel de vida que este país se permitía. Así, la devaluación no fue más que el reconocimiento, inevitable, de una realidad subyacente, la baja competitividad de sus productos y servicios. Por lo tanto, la deva-

luación no convierte a la economía argentina, o a cualquier otra, en más competitiva. Simplemente hace patente la realidad de dicha economía. Por otro lado, lo que sí se consigue, con el reconocimiento de la realidad mediante una devaluación, es marcar un punto de partida para trabajar en la línea de hacer más competitivo al país, recuperando posiciones y construyendo sobre bases sólidas para evitar que se vuelva a devaluar. Análogamente, cuando un comerciante se da cuenta de que en sus estanterías solamente tiene productos anticuados, o a punto de caducar, o que ya no son del agrado de los clientes, no le queda más remedio que bajar sus precios porque se ha vuelto no competitivo. A partir de aquí puede recomenzar, tratando de ganar competitividad. Lo más duro, socialmente hablando, en una devaluación, es que significa empobrecer a cada ciudadano, o reconocer que ya era más pobre, y que cada hora trabajada tendrá menor valor en el mercado hasta que se recuperen posiciones.

Hemos establecido, pues, dos bases para nuestros razonamientos:

- Competitividad equivale a productividad, y dentro de ésta, corresponde de manera más decisiva, en sociedades como la nuestra, a la productividad del factor trabajo.
- El factor esencial en la creación de valor y, por tanto, en la mejora de la competitividad-productividad, es la calidad de la actividad de las empresas, es decir, la calidad de sus estrategias.

Esta última idea la hemos expuesto aquí para subrayar su carácter consustancial con el sistema de libre empresa, que es el relevante en nuestro entorno y –dicho sea de paso– el que históricamente ha producido más progreso para más gente. Parece claro que se trata de una idea que se impone por su propio peso, si el observador no está demasiado sesgado, pero eso no significa que no sea también necesario reconocer y explorar como el entorno inmediato en que se mueve la empresa potencia o dificulta la productividad que, finalmente, resultará determinante para la prosperidad, bienestar y el progreso de la sociedad en cuestión. Es más, si en la determinación de las condiciones del entorno interviene algún otro de los agentes que hemos mencionado anteriormente –entre ellos el gobierno– tendremos una base lógica y sólida para analizar la acción y decidir o recomendar las políticas a aplicar. Esta base nos permitirá, obviamente, desde la opción ideológica implicada por todo lo que hemos dicho, descartar aquellas políticas que, a pesar de que sus efectos inmediatos puedan parecer atractivos, serían intervenciones distorsionadoras, y perjudiciales a largo plazo, de las relaciones económicas, y, en cambio, abogar por aquellas que permiten potenciar las estrategias empresariales de desarrollo de mejores productos o servicios.

Aquí conviene detenerse un momento para aclarar que lo que se acaba de decir debe entenderse en el sentido más amplio posible. Una interpretación tópica, pero a la vez errónea, es la que entiende que esta toma de posición conduce unívocamente a priorizar las denominadas «nuevas tecnologías». Por culpa de esta interpretación se han malgastado muchos esfuerzos, dinero y lo que es peor, ilusiones, persiguiendo una pelota que ya ha pasado, y olvidándose de actividades, llamadas peyorativamente «sectores tradicionales», que continúan teniendo un gran potencial de creación de valor en el mercado. Por ejemplo, los escandinavos han creado mucho progreso y bienestar social con muebles muy bien diseñados, en algunos casos inventando sistemas de distribución, venta y usos de los muebles totalmente innovadores y adaptados a la mentalidad y posibilidades de los sectores más jóvenes.

Lo más relevante en nuestra concepción del problema del refuerzo de la competitividad es el estímulo y la facilitación de aquellas habilidades que conducen a situar en el mercado productos (muebles) y servicios (formas de distribución, venta y uso) que son muy apreciados y muy bien acogidos por éste.

Seguro que ninguna agencia gubernamental se atrevería a proponer el sector del mueble como sector estratégico a potenciar, porque hoy en día parece políticamente correcto hablar exclusivamente de las TIC y, en cambio, una buena parte de la prosperidad de algunos países escandinavos proviene de sectores, como el del mueble, en que han sido capaces de innovar tenazmente.

Por tanto, hay que reconocer, humildemente, que lo más importante es que el entramado empresarial sea creativo y que, en todo caso, será preciso llevar a cabo aquellas acciones que más potencien esta creatividad y faciliten el traslado al mercado de los productos y servicios más valorados. Esto puede pasar por las «nuevas tecnologías» o no, por la biotecnología o no, por los muebles o no... De este modo se puede observar que lo que genera más o menos productividad no depende de lo que se haga sino de cómo se haga.

Si la industria italiana de los zapatos puede colocar en los mercados zapatos de 500 euros, esto significa que trabajando bien se puede crear prosperidad en un sector que se remonta al neolítico. Por otro lado, la venta de la actividad de construcción de PCs a una empresa china, por parte de IBM, significa que el valor de mercado de los PCs ha bajado tanto que sólo se puede sostener si tal actividad se realiza con sueldos chinos..., de momento.

Volvamos ahora al entorno. ¿Qué entornos son propicios para que las empresas puedan desarrollar con éxito estrategias de mayor competitividad? Las ventajas de la agrupación en clústers y la influencia del entorno inmediato sobre las empresas fue descrita con gran precisión ya a finales del siglo XIX por Alfred Marshall: «...pues son muy grandes las ventajas que los que se dedican a una misma industria obtie-

nen de la mutua proximidad. Los misterios de la industria pierden el carácter de tales; están como si dijéramos en el aire y los niños aprenden mucho de ellos de un modo inconsciente. El buen trabajo es apreciado como se merece; los inventos y los perfeccionamientos en la maquinaria, en los procesos de fabricación y en la organización general de los negocios, se estudian pronto para dilucidar sus méritos o inconvenientes; si una persona lanza una nueva idea, ésta es adoptada por las demás y combinada con sus propias sugerencias, y de este modo se transforma en una fuente de otras nuevas ideas. Y pronto las actividades subsidiarias se establecen en las proximidades, proporcionando a la industria principal útiles y materiales, organizando su tráfico y tendiendo de diversos modos a la economía de su material».¹

Gran parte de la actividad académica en el campo de la geografía económica ha tratado temas y desarrollado conocimientos que han rozado las cuestiones de localización de las actividades económicas y que son muy relevantes para el problema que nos ocupa. Pero estas cuestiones se han tratado esencialmente en términos macroeconómicos (todo el conocimiento que gira alrededor de las economías externas y su generación también son altamente relevantes). Cabe también recordar la importancia de las aportaciones de la escuela liderada intelectualmente por el profesor Becatini y las aplicaciones que se han realizado en los *distreti industriali*. Pero hay que esperar hasta la década de los noventa para encontrar una formulación teórica y una metodología de aplicación que permita atacar el problema de la localización y su influencia sobre la competitividad con eficacia operativa.

Recordemos cuál es el problema. Una vez identificado el entorno inmediato, es relevante definir, para la calidad de las estrategias de las empresas, cuáles son los elementos importantes de este entorno, cómo se relacionan entre ellos y con las empresas, cómo pueden modificarse para potenciarlos y, finalmente, cómo pueden actuar en este sentido los gobiernos.

Christian Blanc, diputado de la Asamblea Nacional Francesa, y experto en temas de crecimiento económico, escribió un informe encargado por el presidente de la República que se titula «Pour un écosystème de la croissance» y que en algunos apartados habla del excelente trabajo –como él lo califica– realizado en Catalunya entre 1990 y 2002. Pero aquí nos interesa referirnos al título del informe, que parece elegido de forma muy inteligente, para poner de manifiesto la analogía entre el entorno inmediato de las empresas y los sistemas ecológicos, en dos sentidos. Uno es que las relaciones que se producen entre las empresas y los agentes o elementos de su entorno inmediato son muy complejas y los efectos e influencias mutuas se rigen por mecanismos muy sutiles y en general poco obvios. El otro es que la actuación externa de los gobiernos sobre estos sistemas complejos ha de tener muy en

¹ Marshall, Alfred, *Principios de Economía*, traducción de Emilio de Figueroa, Ed. Aguilar, Madrid.

cuenta que pueden existir efectos imprevistos que pueden llegar a ser perjudiciales. Con esto pretendemos decir que se deben evitar actuaciones aparentemente brillantes, «políticamente correctas», pero perfectamente inútiles e incluso negativas, tal como le puede suceder al aprendiz de brujo que introduce una nueva especie en un entorno natural poco alterado.

Otra forma de aproximarse a la competitividad, a efectos de estructurar el contenido del presente libro, sería definir la competitividad como la capacidad de una determinada economía de generar riqueza de forma creciente y continuada. Estas dos características –creciente y continuada– constituyen ingredientes básicos de la competitividad. Explicábamos con otros ejemplos que, según múltiples criterios, la economía china es muy competitiva, y también lo es la economía de EE UU. Por un lado, está claro que se trata de realidades extraordinariamente diferentes: el nivel de desarrollo, el modelo social, los valores, el entorno, la política, la geografía,... todo sitúa a ambos modelos en las antípodas. Sin embargo, nadie negaría que ambas economías cumplen la sencilla definición enunciada unas líneas más arriba, capacidad de crecimiento sostenido y continuado, por mucho que en los dos casos este potencial sea debido a causas muy diferentes.

Continuando con este enfoque conceptual, aun a riesgo de simplificar, queremos añadir que la competitividad de una economía es, a la postre, equivalente al sumatorio de la competitividad de sus empresas. Es preciso advertir, sin embargo, que en matemáticas el concepto suma se entiende como agregado de entidades esencialmente independientes, mientras que aquí, ya de entrada, hay que ser muy consciente de que gran parte de la competitividad de cada uno de los sumandos es debido al entorno y, por tanto, de los demás términos de la suma. De ahí la enorme importancia del efecto clúster en este contexto.

Desde nuestro enfoque conceptual vale la pena insistir en lo siguiente. Para una empresa determinada, su competitividad viene dada básicamente por la ecuación, aplicada a medio y largo plazo:

$$\text{COMPETITIVIDAD} \text{ proporcional a } \frac{\text{Margen} * \text{mercado}}{\text{Costes}}.$$

Es decir, la competitividad de cada empresa es directamente proporcional al margen de sus productos, crece si aumenta su mercado, y disminuye si sus costes crecen. Por tanto, se trata de maximizar esta sencilla ecuación en el sentido de producir productos de alto margen, venderlos en la mayor cantidad posible, y ser capaces de fabricarlos, o distribuirlos, o, en último término, hacerlos llegar al mercado a menor coste que nuestros competidores.

Se podrá objetar que el margen depende también, a la postre, de los costes (de hecho no es más que el ingreso menos los costes), pero querríamos destacar que las estrategias que optimizan ambos componentes suelen ser distintas. En el fondo, también el volumen del mercado abarcado afecta enormemente los costes (economías de escala). También cabe destacar la consideración «a medio o largo plazo», ya que un hecho coyuntural (un desastre natural, una oscilación de tipos de cambio, etc.) puede disparar los resultados de una empresa durante cierto tiempo sin que por ello podamos atribuirle mayor competitividad. Así, a nadie se le ocurriría atribuir a la competitividad del sector de los preservativos el auge de las ventas de los años noventa, si bien posteriormente es seguro que algunos fabricantes se han revelado mucho más competitivos que otros a la hora de hacer negocio con la desgracia del SIDA.

Nuestra ecuación, aunque simple caricatura, nos sirve para enunciar una primera verdad general sobre la competitividad: cualquier política de competitividad debe estar enfocada a mejorar alguno de los anteriores factores, de lo contrario estará abocada al fracaso. Dicho de otro modo, o sirve para hacer crecer los márgenes, o incrementa el mercado, o reduce los costes. Si no es así, no pasará de ser un paliativo o un «pañito caliente» para facilitar una transición. Ésta es la razón por la que han fallado siempre las «políticas industriales» tradicionales (minería, naval, siderurgia, etc.). No obstante, a estas políticas les dedicaremos todo el primer capítulo del presente libro, ya que su persistencia sugiere que ningún gobierno estará jamás libre de tener que aplicarlas tarde o temprano.

La ecuación también permite clasificar las diferentes políticas según un esquema claro: políticas que afectan el margen (esencialmente la innovación, en el sentido de que crea nuevos productos que, al inicio, admiten prácticamente cualquier margen, caso de Microsoft), políticas que incrementan el mercado (aquí destacaríamos las políticas de internacionalización del tejido empresarial, por ejemplo Zara, en un sector tan maduro como el textil), y finalmente políticas que reducen costes (políticas orientadas a aumentar la eficiencia productiva). No obstante, estos mismos ejemplos nos muestran la fuerte interacción entre conceptos: por ejemplo, el caso de Zara es paradigmático, no tanto por su expansión internacional como por la innovación aplicada a todo el esquema de producción y logística, que comprime el ciclo diseño-fabricación-distribución hasta permitir flexibilizarlo tanto que posibilita un seguimiento temporal y espacial de la demanda tan rápido y ajustado que hace nacer el concepto de «moda rápida».

No obstante la aparente sencillez de la definición, todo se complica cuando se pretende definir cuáles son las políticas que mejor influyen en la evolución de la competitividad. En 1993, el gobierno de Catalunya publicó una colección de estudios que analizaban la situación competitiva de la economía catalana desde

varias perspectivas, con el título genérico de «Quaderns de Competitivitat».² En concreto, los diferentes volúmenes de la colección trataron:

- Las infraestructuras de transporte.
- El marco monetario.
- El marco fiscal.
- Las telecomunicaciones.
- La protección del medioambiente.
- Los servicios institucionalizados y los costes no productivos.
- La energía y el agua.
- El suelo industrial.
- La estructura empresarial.
- La calidad y la productividad.
- La internacionalización.
- La investigación y la tecnología.
- Los servicios a las empresas.
- La formación.
- El marco laboral.

Todo ello completado con un volumen final de síntesis denominado «L'entorn competitiu de Catalunya». Posiblemente hubiera tenido su lógica organizar el análisis de políticas públicas de este libro siguiendo la estructura de los volúmenes citados, pero abarcaría una temática excesiva que claramente requeriría un tratamiento pluridisciplinar, como mínimo en temas como la energía, el agua, la ordenación territorial y las infraestructuras, la formación, etc.

Siguiendo nuestra línea, seguramente nos será más útil adoptar el método del muy conocido «The global Competitiveness Report» del World Economic Forum. Este estudio trabaja con dos índices, el Growth Competitiveness Index (GCI) y el Business Competitiveness Index (BCI), ambos descritos en las diversas ediciones anuales de esta publicación.³ El primero de los índices se relaciona con tres ideas fundamentales:

- El proceso de crecimiento económico se puede analizar en relación con tres elementos de amplio alcance: el entorno macroeconómico, la calidad de las instituciones públicas y la tecnología (o el proceso tecnológico).

² Departament d'Indústria i Energia, Generalitat de Catalunya (1992-93).

³ Porter, M.E., Schab, K., Sala-i-Martin, X., López-Claros, A., «The Global Competitiveness Report 2003-2004» World Economic Forum, Publicaciones de la Universidad de Oxford (2004).

- Si bien el progreso tecnológico es en última instancia el único elemento sostenible de progreso (el resto entra rápidamente en dinámicas de rendimientos decrecientes), el origen de este progreso puede diferenciarse en función del país en que se produzca. En los más desarrollados se crea tecnología, mientras que en otros, en fases previas de desarrollo, se consigue progreso tecnológico a través de la innovación y principalmente por copia o adopción del conocimiento generado en otros lugares (son los denominados *core* y *non-core innovators* respectivamente).
- La tercera idea central es cómo varía el peso de los diferentes determinantes de la competitividad según se trate de *core* o *non-core innovators*, de modo que el entorno macroeconómico y las instituciones públicas tienen menos peso en los del primer tipo que en los del segundo (diríamos que se dan por establecidos), y la tecnología se convierte en el principal motor del crecimiento.

Este tipo de aproximación es más conveniente para nuestro análisis ya que individualiza el rol de las instituciones públicas y, por tanto, se ajusta mejor al objetivo de examinar las «políticas de competitividad». Adicionalmente, la integración del entorno macroeconómico en la UE, sustrae la política macroeconómica de las manos de los Estados para llevarla al marco comunitario –a veces sentimos la tentación de llamarlo «el Olimpo»–, lo que nos permite evitar la consideración extensa de estas cuestiones y darlas por supuestas.

La edición de 2004 del «Global Competitiveness Report» (GCR) introduce una distinción importante en el ámbito del gasto público. No todo el gasto es tratado como un simple consumo de recursos, sino que una parte del mismo se considera productivo. Bajo esta premisa, un gasto público mínimo no significa necesariamente un crecimiento máximo. A lo largo del libro esperamos aportar evidencias, a modo de experiencias, que demuestren que, efectivamente, también las administraciones pueden realizar un uso de los recursos públicos que contribuya al crecimiento y a la mejora de la competitividad.

En el capítulo 1.2 de GCR, M. Porter realiza una contundente afirmación, una vez constatado que, en general, las discusiones sobre crecimiento económico y competitividad se realizan a escala macroeconómica o respecto al entorno general. Dice: «[...] Wealth is actually created at the microeconomic level of the economy, rooted in the sophistication of actual companies as well as in the quality of the microeconomic business environment in which a nation's firm compete. Unless these microeconomic capabilities improve, macroeconomic, political, legal and social reforms will not bear fruit».⁴ Dado que gran parte de los componentes macro-

⁴ (... «La riqueza se crea en el nivel microeconómico de la economía, tiene su raíz tanto en la sofisticación de las empresas concretas como en la calidad del entorno microeconómico empresarial en

económicos quedan armonizados y «homogeneizados» por la pertenencia a un ente supranacional como la UE, el comentario de Porter nos confirma que los elementos decisivos, en este entorno, son los microeconómicos, porque, literalmente, la competitividad es un término relativo: sólo adquiere sentido en relación con la de los competidores.⁵ De este modo, Porter nos indica que todo aquello que afecte a la «quality of the business environment» afecta decisivamente a la capacidad de las empresas de un determinado territorio para tener éxito.

La última edición del GCR –el de 2005-2006– incluye 117 estados, con España situada en la posición 29, por delante de Francia, Bélgica o Italia, pero por detrás de Alemania, Reino Unido, Austria o Israel, entre otros. También cabe destacar que aquellos países que en la actualidad parece que nos quitan el sueño (Eslovaquia, Polonia, China, India,...) aparecen alrededor de las posiciones cuarenta o cincuenta; mucho más abajo en el ranking. No consta la clasificación de Catalunya, pero una publicación que «compite» con el GCR, el «IMD World Competitiveness Yearbook»,⁶ que sí analiza Catalunya, nos sitúa en la posición 34 de su ranking de 61, 2 por encima de España que figura en la posición 36,⁷ lo que es coherente con el carácter de Catalunya como principal motor económico del Estado, con un PIB per capita superior a la media del grupo. En el caso de Catalunya, por tanto, la discusión no debe situarse en el contexto de las economías emergentes, sino que es necesario relacionarla estrictamente con sus competidores naturales, que son Europa y el mundo desarrollado.

El mismo Porter ilustra esta situación con su clasificación en tres etapas del desarrollo competitivo. En la primera están las economías dominadas por los factores, donde la ventaja se deriva exclusivamente del factor costes, ya sea mano de obra, acceso a un recurso natural, etc. En la segunda, el elemento central es la inversión que permite alcanzar elevados niveles de eficiencia, que posiblemente tengan que compensar unos costes más elevados, para conseguir productividades significativamente más altas. Y finalmente, una última etapa en la que la economía

el que compiten las empresas de un país. A menos que estas capacidades microeconómicas mejoren, las reformas macroeconómicas, políticas, legales y sociales no darán fruto.»

⁵ Hay una parábola que ilustra perfectamente este concepto: dos amigos se encuentran, en medio del desierto, un león hambriento que los empieza a perseguir. Los dos salen corriendo, pero repentinamente uno de ellos se para a cambiarse las botas por unas zapatillas deportivas. «¿Es que crees que vas a correr más que el león?», ironiza su compañero. «Eso me es indiferente», responde el primero «lo que me importa es ser más rápido que tú.»

⁶ Institute for Management Development, «IMD World Competitiveness Yearbook 2006», IMD, Lausanne (2006).

⁷ Resulta preocupante sin embargo que en 2004 en esta misma clasificación se ocupaban los puestos 27 y 31, es decir, en estos últimos dos años se han perdido posiciones.

es impulsada por la innovación, donde el valor del producto se deriva de su originalidad, novedad y utilidad, y el precio se convierte en un elemento secundario. De hecho, el diagrama que ilustra esta propuesta de Porter muestra la evolución descrita como una secuencia cronológica, donde el desarrollo permite al país en cuestión ir pasando progresivamente de un estadio a otro. Seguramente sería más exacto visualizarlo como un proceso geológico, donde cada sustrato se deposita sobre el anterior que le sirve de cimiento. Al final, todos ellos coexisten en un ecosistema con intrincadas cadenas biológicas, donde cooperan y compiten desde el organismo más primitivo hasta el más evolucionado. Aunque es cierto que la globalización puede actuar de mecanismo erosivo, eliminando las capas más solubles, al permitir que ciertas actividades se trasladen a economías situadas en etapas previas, adquiere importancia la cuestión de la estabilidad y de las nuevas oportunidades, convirtiéndose en uno de los retos más importantes a que se enfrentan las economías más desarrolladas.

El presente libro presenta un caso real de tránsito por estas etapas. Si bien sería excesivamente pedante, e irreal, pretender que Catalunya es ya una *Innovation-driven economy*, es evidente que cuando empezó la acción del gobierno que describiremos en los próximos capítulos, tanto la economía catalana como la española eran casi totalmente *Factor-driven economies*, con el agravante de que eran economías cerradas y, por tanto, protegidas de la competencia internacional. El periodo 1980-2003 es, en este caso, la historia de una transición económica exitosa, en la que la acción del gobierno jugó un papel importante.

Resumiendo, pretendemos centrarnos en aquellas políticas que tienen que ver con lo que el GCR denomina «calidad de las instituciones públicas» como factor de incremento de la competitividad, pero limitándonos a aquéllas cuyo impacto más directo es sobre el entorno microeconómico, donde actúan las empresas individuales. Por tanto, hablaremos poco de educación, de infraestructuras de transporte, energía,... excepto cuando impacten de forma directa sobre el objetivo de la competitividad.

Un comentario sobre el formato y contenido del libro. Mientras lo redactábamos hemos ido acumulando cientos de referencias bibliográficas y un volumen inacabable de estadísticas. Pero finalmente hemos decidido ahorrárselas al lector, al igual que los ejemplos de actuaciones similares en otras administraciones, estatales o de otro nivel que, aun teniendo un enorme interés, podían resultar indigestas.

Por último, queremos dejar claro que no aspiramos, en este volumen, a hacer ninguna aportación conceptual o académica a la ciencia de las políticas de competitividad. Hay cientos de textos excelentes sobre los diferentes aspectos de este tema: internacionalización, innovación, subvenciones, regulación, TIC's, etc. ¿Por qué castigar, pues, al lector con una avalancha de cifras o citas, que romperían la línea

argumental, únicamente para atribuir rigor y erudición a los autores del texto? Por ello, el primer redactado fue objeto de una poda implacable, dejando solamente aquello que hemos considerado imprescindible y, en su caso, las citas directas o textuales. De este tijerazo sistemático tampoco ha salido indemne la bibliografía: al no estar seguros de que nuestra recopilación incorporase las aportaciones más relevantes de cada tema, hemos optado por reducirlas al mínimo. La facilidad con que Internet permite acceder a información sobre cualquier tema habría convertido en redundante cualquier esfuerzo al respecto.

Lo mismo sucede con las cifras. Éste no es un libro sobre la industria en Catalunya, o sobre su economía en general. Por ello, las estadísticas están fuera de lugar, excepto cuando los números contribuyen a explicar un argumento: si decimos que Catalunya es una economía basada sobre todo en pequeñas y medianas empresas, nos parece pertinente incluir una tabla como la 3.1 sobre la estratificación de los establecimientos por tamaño. Igualmente, dada el equívoco significado de la palabra «regional» –que puede referirse tanto a un municipio como a la dimensión continental– se hace necesario explicar que Catalunya es un país de 31.895 km², con siete millones de habitantes y un PIB de unos 150 miles de millones de euros. Estaría pues en el puesto 20 en cuanto a superficie, 14 en cuanto a población y 12 en cuanto a PIB en la UE-25 si fuese un Estado. Por consiguiente, evitamos las cifras excepto cuando una descripción cualitativa resulta imprecisa: por ejemplo, si decimos que «muchas empresas exportan», ¿17.000 empresas son muchas o pocas? Con la ayuda de la tabla 3.1 podremos constatar que la práctica totalidad de las empresas industriales con más de 5 trabajadores realizan actividades de exportación, de manera que el lector podrá visualizar mejor la información que intentamos transmitir.

El académico se puede permitir pontificar sobre lo que hay que hacer. El político, en cambio, se ve constreñido a elegir el mal menor (queda más fino decir, en inglés, que se aplica el criterio de *minimization of regret*, pero es lo mismo). El conocimiento de otras experiencias puede ser útil para facilitar sus decisiones al político, y son nuestras experiencias lo que pretendemos presentar con este libro. Experiencias que esperamos sean también útiles a los empresarios para ayudarles a comprender mejor cómo se construye un determinado tipo de políticas, y mejorar así su capacidad de influir sobre ellas mediante su actuación individual y corporativa.

