

Se necesita una economía exportadora

Terminado el ladrillo, el crecimiento de la economía española sólo puede venir de la demanda externa. Pero España es el menos exportador de los grandes países europeos y no se ven planes para cambiar esto

WILLIAM CHISLETT

EL PAÍS - Opinión - 13-03-2010

España se encuentra en una encrucijada de su desarrollo económico, ya no puede seguir por el mismo camino. El derrumbe del sector inmobiliario ha puesto brutalmente de manifiesto la cortedad de miras de un modelo excesivamente basado en la construcción. Ahora es más urgente que nunca elegir entre una economía que continúe basándose en el trabajo físico (el uso intensivo de la mano de obra no cualificada) o en el mental (más apoyada en el conocimiento y más internacionalizada). A medio plazo, la primera creará más empleo, pero, como ha demostrado la recesión española con más claridad que la de ningún otro país de la UE, no es ésta una solución duradera. El plan anticrisis del Gobierno, que prima la construcción con rebajas fiscales a la rehabilitación de viviendas, no apunta al cambio del modelo productivo que España necesita.

Está empíricamente demostrado que las empresas con más presencia internacional (es decir, las que exportan o adquieren compañías en el exterior) crean más empleo estable y de mayor calidad en sus países de origen que las que operan únicamente en su mercado interno. En general, dichas empresas son de mayor tamaño para tener un mayor potencial, y, con el fin de sobrevivir, han de ser más productivas y competitivas. Con todo, el tamaño no es ni el primer ni el único requisito para introducirse

con éxito en los mercados internacionales. Muchas empresas pequeñas han conseguido labrarse un espacio propio partiendo de su tecnología o de un buen modelo empresarial.

Lo que hay que saber es si España es capaz de crear una economía más internacionalizada. Observemos los datos. Entre 1988 y 2009, la aportación de la demanda externa -no de la interna-, al crecimiento del PIB únicamente ha sido positiva en seis años (dos de ellos durante una recesión, 1993 y el pasado año, cuando las empresas, mimadas por el auge del mercado interno, se afanaron por vender más en el exterior). Las importaciones se vieron arrastradas y, unidas al escaso nivel de las exportaciones, hicieron que el déficit comercial llegara al 7,9% del PIB en 2008 y el déficit por cuenta corriente, al 9,5%.

Dentro de las cinco economías principales de la UE, las exportaciones de España son las de menor tamaño en relación con el PIB (26,5% en 2008) y, en términos per cápita, también son de las más escasas de las naciones desarrolladas: 5.355 dólares (3.917 euros) por persona en 2007, frente a los 34.453 dólares (25.200 euros) de Holanda, los 16.175 (11.831) de Alemania y los 7.717 (5.644) de Reino Unido, según los últimos datos comparados del Banco Mundial.

Por otra parte, las importaciones de España (el 32,4% del PIB) son las segundas más cuantiosas, después de las alemanas. En 2009, la recesión redujo considerablemente el déficit comercial, pero en gran medida esto se debió al desplome de las importaciones.

En términos generales, cuanto más elevada es la aportación de la demanda externa, más éxito tiene la economía de un país. ¿De dónde va

a venir el futuro crecimiento de la economía española, y por ende la creación de empleo, si no de la demanda externa?

La Ley de Economía Sostenible del Gobierno constituye un intento insuficiente de crear una estructura más productiva y más amparada en la demanda externa. Ni siquiera acomete la ardua tarea de mejorar el sistema educativo, cuyo escandaloso deterioro ha permitido la mediocre clase política actual. Aquí radica la piedra angular de una economía más basada en el conocimiento que en el ladrillo y el mortero, y, por tanto, más capaz de internacionalizarse y de generar un mayor valor añadido.

Cuando casi uno de cada tres individuos de entre 18 y 24 años tienen como máximo la educación obligatoria y no siguen en formación; con malos resultados de lectura, matemáticas y conocimiento científico en los informes PISA; con ninguna universidad situada entre las 150 mejores del mundo y un gasto en I+D muy por debajo de la media de los 27 miembros de la UE, para crear las condiciones necesarias para impulsar las exportaciones es preciso realizar un esfuerzo hercúleo en la educación, que ni siquiera se ha iniciado. Será necesaria una década para incrementar realmente el nivel educativo.

No resulta, pues, sorprendente que los productos españoles de alta tecnología sólo representen el 5% de las exportaciones manufactureras, situándose casi en el nivel más bajo de la UE. Sí lo es, en cambio, que esas deficiencias no hayan impedido la aparición de un núcleo duro de multinacionales. El stock de inversión directa española en el extranjero representaba el 37,5% del PIB a finales de 2008. Es decir, se habían multiplicado por 12 desde 1990, siendo las más elevadas las de las grandes economías de la UE.

Sin su creciente y sólido negocio internacional, los grandes bancos y empresas españoles hubieran generado muchos menos beneficios el año pasado. Gracias a ellas, el Ibex 35 subió casi un 30% en 2009 (hasta ocho puntos más que los índices de otros mercados europeos), aunque este indicador no es representativo ni de la situación de todas las empresas registradas ni de la del contexto económico, en general adverso, como se ha visto este año con la brusca caída del Ibex.

Siete proveedores de infraestructuras españoles se encuentran entre las 10 principales empresas del sector del transporte en el mundo. Durante 2009, sus negocios en el extranjero les permitieron compensar, en mayor o menor medida, el deterioro de su mercado interno. Las empresas, y no sólo las más grandes, tienen un margen considerable de expansión en el exterior, sobre todo en Asia, que apenas han tocado.

Estrechamente relacionadas con una mayor internacionalización de la economía están la marca España y la imagen del país y de sus marcas en el exterior. Cuanto más conocida sea una marca y más positiva la imagen del país, más posibilidades habrá de que los consumidores adquieran los productos y servicios de esa empresa.

Un reciente y exhaustivo análisis comparado realizado por Young & Rubicam (R&Y) demuestra que España todavía se sigue considerando, en mayor o menor medida, un país de fiestas y siesta, y que sus productos y servicios, con algunas notables excepciones, suelen relacionarse con una imagen de escasa calidad y de niveles de innovación, liderazgo y dinamismo escasos. Según R&Y, el desafío radica en alcanzar el equilibrio

adecuado entre la pasión y la sociabilidad, principales elementos del ADN del país, y la alta calidad y la seriedad.

En este sentido, ayudaría que España dispusiera de más diplomáticos para fomentar los intereses del país (Reino Unido tiene 4.000 y España, unos 1.000; es decir, proporcionalmente su dotación es mucho menor, ya que la población española representa el 75% de la británica, y su PIB se sitúa en torno a tres tercios del de ese país).

Otro paso positivo sería constituir la Comisión de Diplomacia Pública que, anunciada por José Luis Rodríguez Zapatero en julio de 2008, no ha logrado despegar aún, en parte debido a restricciones presupuestarias.

En este contexto, el esperpento de propuesta de la presidenta de la Comunidad de Madrid sobre el "patrimonio cultural" de las corridas de toros nada ayuda -todo lo contrario- a mejorar la imagen de España en el exterior.

España ha avanzado mucho en los últimos 35 años, pero no debería resignarse a creer que no puede ir más allá. Quedarse parado no es una opción.

Traducción de Jesús Cuéllar Menezo.