
La deslocalización de las empresas, su impacto y la reacción del Gobierno

El autor cuestiona la reacción del Gobierno ante las deslocalizaciones empresariales y aboga por aumentar la inversión en I+D en lugar de penalizar a las empresas

Sanjay Peters es profesor del Departamento de Economía de ESADE.
EL PAÍS - Economía - 06-08-2005

Más de 4.000 trabajadores en Cataluña han sido despedidos en los tres últimos años (2003-2005) a resultas de la decisión de compañías multinacionales como Samsung, Levi's, TRW, Panasonic, Philips, Lear Ibérica y Valeo, de llevar sus plantas de fabricación a diferentes partes de Europa del Este y a los mercados emergentes de Asia, concretamente a China e India.

La plétora de razones presentadas por las multinacionales extranjeras y españolas para el traslado de las plantas de producción van desde menores costes laborales en los mercados externos que en España, mejor acceso a nuevos mercados internos en Asia y Europa del Este y poder aguantar la creciente competitividad internacional.

Irónicamente, el Gobierno central ha respondido a esta tendencia hacia la globalización de las firmas amenazando con reprender incluso a las multinacionales españolas por recolocarse en nuevas áreas de ultramar.

El castigo se manifestará en forma de eliminación de subvenciones (por ejemplo, por incorporar nuevos sistemas informáticos para la gestión del negocio) a las firmas que practiquen el realojamiento, obligando a las empresas a devolver los subsidios anteriores y la eliminación de otros incentivos fiscales. Está claro que, a juzgar por la reacción del Estado, cualquier criterio de medidas políticas por parte de éste puede considerarse como ciertamente insensato y desesperado.

Hay diferentes formas de interpretar la reacción agresiva del Gobierno. Desde un punto de vista cínico, aunque no del todo inverosímil, una forma de dar sentido a las draconianas medidas del Gobierno para prevenir los traslados de fábricas es ver al Estado temeroso de enfrentarse a una situación no deseada de un rápido crecimiento del desempleo.

Las repercusiones que afectan a este escenario deparan un desastre para un sector clave y a alguna extensión del principal conductor de la economía española tras el turismo. La referencia aquí es para la industria de la construcción y al altamente precario mercado inmobiliario. Si los niveles de desempleo aumentan rápidamente como consecuencia del traslado de las empresas a mercados emergentes en Europa del Este y Asia, está claro que la burbuja del precio de la propiedad inmobiliaria podría explotar de forma muy brusca y causar mucho daño, ya que muchos hogares asignan por lo menos uno de los salarios de la pareja a pagar los plazos de la hipoteca. Si este escenario fuese cierto, el Gobierno de Zapatero podría perder credibilidad.

Otra forma, quizás ligeramente más generosa de interpretar la reacción a los traslados de fábricas por parte del Gobierno español, es la de interpretar que el Estado desea proteger los derechos de los trabajadores y sindicatos que cada vez son más vulnerables como consecuencia de las cambiantes leyes laborales y la pérdida del sistema de contratos a tiempo parcial y temporales. Sin embargo, la probabilidad de esta última interpretación parece menos convincente.

La solución para el Estado español es aceptar que las empresas, tanto públicas como privadas, deben adaptarse a la actual revolución global de los negocios. La ventaja comparativa de la mano de obra de bajo coste, por ejemplo, en España durante los setenta y ochenta ya no puede mantenerse viva por más tiempo.

Para poder hacer que la economía española sea competitiva, habrá que invertir bastante más del 1% del producto interior bruto (PIB) en I+D que es el gasto actual. Sólo hay otros dos países en la UE del grupo de los 15 Estados miembros (antes de mayo de 2005) que invierten incluso menos en I+D: son Grecia (0,7%) y Portugal (0,9%). Habrá que poner más atención en mejorar la calidad de la educación, tanto en nivel secundario como en el tercer nivel y particularmente en investigación. La OCDE califica el sistema educacional de España de los peores de Europa.

De forma similar, el sector servicios en España que se encargó del turismo de bajo coste durante la década de los setenta y los ochenta también necesitará adaptarse y ajustarse a las nuevas demandas y preferencias de los consumidores. Y lo que es todavía más importante, la calidad de los servicios necesitará mejorarse considerablemente para poder justificar el aumento proporcional de los costes del turismo en España en 2005.

De otra forma, incluso el aumento del turismo en forma de más turistas entrando al país que en años anteriores no se traducirá en un aumento de los ingresos por turismo. El número de turistas que se espera que entren en España en 2005 es de 54 millones, comparado a los 53,6 millones de 2004. Sin embargo, es bastante improbable que los ingresos generados excedan de los 36,4 millones de euros alcanzados en 2004.

Desde luego, hay un masivo potencial de demanda en turismo para España desde Asia, particularmente desde China e India. Air Europa, una de las pocas firmas

privadas con visión en España ha captado esta oportunidad de negocio, ofreciendo vuelos directos desde Barcelona y Madrid a Shanghai y Beijing. No hay ninguna razón económicamente convincente por la que no puedan ofrecerse rutas similares desde Barcelona y Madrid a Bombay, Chennai y a Nueva Delhi.

No obstante, expandir rutas de vuelo hacia esos masivos mercados emergentes por sí solo no resuelve el problema de aumentar la generación de ingresos por turismo. Los hoteles y otros negocios relacionados con el turismo en España necesitarán ser más conscientes de las necesidades especiales y de las idiosincrasias culturales de esta nueva generación de turistas con una fuerte capacidad de compra. Una forma de reaccionar podría ser emplear personal de perfil multicultural y multilingüe, y aquellos que estén familiarizados con las costumbres y hábitos de los turistas asiáticos.

Además, merece la pena señalar que las 10 principales empresas españolas obtienen un 80% de sus ingresos en mercados extranjeros, principalmente de América Latina. Sin embargo, ninguna de estas grandes empresas tiene representación extranjera en su comité de dirección.

Si las empresas multinacionales españolas tienen ambiciones de convertirse en compañías más competitivas internacionalmente, se beneficiarían notablemente incorporando a sus equipos de dirección profesionales, con buena formación y experiencia profesional, procedentes de los países donde realizan sus inversiones.

La razón detrás de esta recomendación es clara. El directivo extranjero tiene un mayor conocimiento que el directivo español del mercado (cultura, valores, preferencias de los consumidores y gustos) en el que la multinacional española está invirtiendo.

En resumen, al igual que en el turismo, hay un gran abanico de opciones políticas para dar respuesta al choque económico producido por el fenómeno de la deslocalización.

El objetivo principal debería ser identificar nuevas áreas de especialización, como el diseño y la innovación. Pero para poder hacer que sea una realidad, es necesario aumentar el gasto en I+D, en vez de castigar a las compañías locales eliminando subvenciones en investigación y desarrollo por dejar España. Y, como en los dilemas más complejos, el reconocimiento del problema es el punto de partida para encontrar una solución.