

PRESENTACIÓN

LA CLAVE: COMPETITIVIDAD

José Montilla
Ministro de Industria, Comercio y Turismo

Las empresas españolas recuperan un instrumento que habían echado en falta en años anteriores. Me refiero naturalmente al MITYC, que creció con un gran objetivo que, si hubiese que resumirlo en una sola frase, sería apoyar a las empresas para incrementar la competitividad, al unificar en un único departamento toda una serie de ámbitos que se relacionan directamente con el grado de competitividad de la economía española.

Así, en materia industrial, el Ministerio reúne las competencias necesarias para impulsar el espíritu, la cooperación y la internacionalización empresariales. Esto es, las dos caras de una misma moneda. En primer lugar, el impulso de la dimensión interna de la competitividad mediante el fomento de todas las fases productivas que van desde la invención, a través del sistema de patentes y marcas, hasta su puesta en el mercado como un producto innovador. Pero, además, esta competitividad tiene, también, una dimensión externa paralela, ya que más del 80% de nuestro comercio exterior es manufacturero. Las empresas dirimen en el exterior su verdadera batalla sobre la competitividad.

El objetivo es, también, y en paralelo, conseguir un desarrollo industrial armónico en el conjunto del país mediante la puesta en marcha de iniciativas productivas y con futuro en regiones con problemas de desempleo industrial, de deslocalización, despoblación o de desinversión.

Pero la meta es siempre común: las distintas políticas del Ministerio tienden, todas ellas, al fomento de la competitividad sobre la base del crecimiento de la productividad de los distintos sectores industriales y de servicios.

Como resultado esperamos obtener un adecuado entorno económico e institucional que permita alcanzar elevadas tasas de crecimiento sostenible. Este objetivo es plenamente coincidente con la filosofía que subyace al proceso de revisión de la estrategia de Lisboa que se está llevando a cabo en el ámbito comunitario.

En efecto, la política industrial ha vuelto explícitamente a la agenda de los gobiernos europeos y la propia Comisión Europea, y lo ha hecho por dos razones.

En primer lugar, y sobre todo, las iniciativas de corte microeconómico, lo que algunos denominan «políticas de ajuste fino», se han mostrado particularmente eficientes para contribuir al crecimiento económico. Además, en un mundo en que la política monetaria ya es común y la política fiscal tiende a la armonización entre Estados miembros, el gran campo de maniobra para los gobiernos, y a su vez su gran reto, es el de las políticas que inciden en la productividad.

La revisión de la estrategia de Lisboa

La revisión de la estrategia de Lisboa emprendida en febrero de 2005 hace, pues, como no podía ser menos, hincapié en las políticas de corte microeconómico y, muy especialmente, en lo que compete al MITYC, en la política industrial y en el uso intensivo y adecuado de las TICs.

La meta de la estrategia de Lisboa es el crecimiento; pero este ha de basarse en el conocimiento y la innovación. Así, el concepto de conocimiento va impregnando toda la política industrial. La necesaria inversión en I+D, el impulso a la innovación y la adopción de las TICs no son sino el resultado de esta necesaria difusión del concepto de conocimiento para lograr una economía competitiva y dinámica, que crezca de forma sostenible y, sobre todo, para lograr una sólida base industrial.

Quiero hacer especial hincapié en el hecho de que caminamos, de forma acelerada, hacia un marco en el que las empresas que no sepan desarrollar su actividad en un entorno cada vez más marcado por el uso intensivo de las TICs en todos los procesos, tendrán que enfrentarse con serias y progresivas dificultades en su cuota de mercado. Y, sin embargo, diferentes indicadores que miden el grado de implantación de la sociedad de la información nos muestra que un alto porcentaje de empresas españolas no perciben los beneficios inmediatos del uso de las TICs.

La actitud de las empresas, especialmente de las pequeñas y medianas, frente al uso de las tecnologías, está comprometiendo su capacidad para competir y, a su vez, afecta negativamente a las tasas de crecimiento de la productividad de nuestra economía. De ahí, la urgencia de que las empresas se incorporen a la Sociedad de la Información, invirtiendo en equipos y sistemas, modificando sus procesos internos y externos y formando a sus empleados.

Por ello, el Gobierno está a punto de presentar un Plan de Convergencia con Europa en la Sociedad de la Información, que hemos diseñado para poder alcanzar, en un periodo razonable de tiempo, a los países de nuestro entorno, y hacer aún más competitivas a nuestras empresas.

Porque el incremento de la competencia para las empresas españolas, especialmente las expuestas al mercado internacional, va a ser muy rápido en los próximos años, el Gobierno debe apoyar la mejora del sistema productivo con los instrumentos de los que dispone y acompañar, con un enfoque coherente, al sistema productivo español en su cambio tecnológico y anticipar, en la medida de lo posible, la dirección de las mutaciones estructurales generadas por la economía basada en el conocimiento. Sin olvidar, por supuesto, el necesario apoyo a la internacionalización de nuestras empresas, especialmente las PYMEs.

España no puede dejar de tener una política industrial que impulse la competitividad de sus empresas, tanto en el seno de la UE como a escala internacional. Debemos

garantizar las condiciones que lleven al mercado a orientar sus recursos hacia actividades que utilicen trabajo cualificado y factores productivos avanzados y que hagan un uso intensivo del conocimiento y de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Actividades con alta productividad, alto valor añadido en conocimientos, que permitan pagar salarios elevados y ganar competitividad al mismo tiempo.

España no puede competir en costes con los grandes exportadores asiáticos ni con otros países emergentes —ésta es una guerra perdida de antemano— y así, la única vía para mantener la competitividad es escalar a lo largo de la cadena de valor con el uso intenso de procesos de alta calidad y con la concentración de esfuerzos en los segmentos productivos con mayor conocimiento incorporado.

Proyección al mercado

Por tanto, la política industrial moderna, la que preconiza la Unión Europea adoptada por el Gobierno español, es una política pro-mercado que favorece la competencia interna y externa, y que busca promover el crecimiento de la productividad y la competitividad por medio de la innovación empresarial y del conocimiento. Y conviene tener en cuenta que la innovación no tecnológica es tan crucial como la innovación tecnológica, particularmente en los sectores de servicios y de manufacturas en fase de madurez.

El Gobierno, siguiendo este criterio, debe preocuparse de generar un entorno propicio al despliegue de la iniciativa empresarial, pero las decisiones de inversión y gestión las toman las empresas. Y aquellas empresas que quieran prosperar y mantener la rentabilidad deben realizar un seguimiento continuo del mercado, empeñarse en traducir los conocimientos científicos en avances tecnológicos de producto y de proceso y, paralelamente, explorar posibles cambios organizativos, logísticos, nuevas alianzas, nuevos nichos de demanda, y asegurar la formación de sus efectivos humanos y ayudarles a aprender a exportar.

España ha avanzado mucho en las últimas décadas. Es más, en el último año ha mostrado resultados francamente positivos. A pesar de ello, no podemos dejarnos llevar por la inercia, tanto más, cuanto que los resultados del sector exterior y otros indicadores más desagregados nos están mostrando fuertes presiones competitivas que no podemos ignorar.

Hemos de realizar un importante esfuerzo para no perder oportunidades y para adaptarnos en tiempo real a la realidad cambiante del mercado internacional que, en muchos momentos, alcanzan velocidades de vértigo. Este esfuerzo que se debe realizar en el sistema productivo español implica a todos los agentes económicos, desde sindicatos hasta empresarios, pasando por los diferentes niveles de la Administración del Estado y las instituciones financieras, en una ofensiva conjunta y coordinada para facilitar el avance de la competitividad.

La dinamización de la economía

También en el mes de febrero de 2005, de forma coordinada con la revisión de la estrategia de Lisboa, el Gobierno lanzó el plan de dinamización de la economía. La consciencia de las implicaciones para el futuro de las grandes líneas que acabo de diseñar ha tenido una repercusión conjunta, simultánea y global. El Plan de Dinamización contiene, en este sentido, casi un centenar de medidas destinadas a incrementar la productividad y la competitividad empresariales.

Dentro de la concepción de estrategia global que tiene el plan y la actividad del Gobierno, en general, se han considerado aspectos fiscales y financieros, entre otros.

En efecto, dentro del Plan se incluye un conjunto de medidas de carácter fiscal que pretenden apoyar a determinados sectores y sensibles. Tampoco se olvida la relevancia del sistema financiero para la competitividad empresarial y, muy en particular, el problema de financiación asociado con el riesgo de nuevas actividades más innovadoras. Para ello, las entidades de capital riesgo se han visto fuertemente impulsadas.

La atención prestada por el Plan de Dinamización, tanto al turismo como a las tecnologías de la información es, asimismo, especialmente relevante. Como aparentemente relevante es el Plan de Internacionalización que hemos presentado en el Congreso.

Por último, en breve, aparecerá el Plan de Fomento Empresarial, que desarrolla, también coordinadamente con la Estrategia de Lisboa y el Plan de Dinamización, en forma de medidas concretas, las grandes líneas que les he esbozado.

Este Plan contiene un conjunto de medidas para mejorar la situación del Comercio Exterior mediante tres bloques de acciones. El primero, destinado a mejorar la competitividad de la industria exportadora. El segundo, dirigido a una mayor presencia internacional de las empresas españolas, tanto mediante un incremento en su capacidad exportadora como en su capacidad inversora. Por último, el tercer gran bloque se dirige a estimular los factores compensadores del déficit comercial; esto es, los servicios, destacando dentro de ellos el turismo y la inversión directa extranjera.

La industria tradicional

Este número doble, monográfico, sobre la industria española y sus factores de competitividad, aparece, pues, en un momento de reflexión y de acción de gobierno particularmente oportuno. De la reflexión conjunta, coordinada desde todos los ámbitos en un mismo tema, surge la visión equilibrada y de conjunto que da lugar a soluciones social y técnicamente aplicables.

Este número constituye, además, un hito en el sentido de que responde al nuevo Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, dedicado a fomentar una industria española, competitiva y densa en conocimiento. El número, que cuenta con autores de gran relevancia en este campo, ofrece, en primer lugar, una visión horizontal de los grandes retos de la industria y su forma de afrontarlos para, en una segunda parte, realizar un análisis más detenido de aquellos sectores más sensibles, en cuanto a que por distintas razones se hallan más expuestos a la competencia exterior. Lo que se denomina, a veces erróneamente, industria tradicional. En efecto, los sectores que podríamos llamar tradicionales son los más vulnerables a corto y medio plazo frente a la competencia en costes de terceros países.

En la medida en que sea posible ofrecer un diagnóstico resumido a problemas muy complejos, creo que la competitividad, para estos sectores, pasa por apoyarse en las siguientes grandes líneas:

En primer lugar, los sectores tradicionales han de evolucionar hacia la especialización creciente en productos de gama alta. En segundo lugar, deben apostar por la calidad. En tercer lugar, y este es un aspecto clave, base del éxito de renombradas empresas en España, aplicar una política de flexibilidad que, entre otros aspectos, se manifiesta en la flexibilidad ante el cliente, entendida como rapidez en la respuesta, en plazo, forma de entrega y adaptación a la demanda, cada vez más cambiante y sofisticada.

La primera línea estratégica de actuación de los sectores tradicionales está, pues, en productos de gama alta, calidad y flexibilidad, en sentido amplio. La segunda línea

estratégica promueve que las empresas españolas trabajen en red. En efecto, el uso de las nuevas tecnologías y, en general la correcta difusión y aplicación del conocimiento, requieren transformaciones drásticas en las empresas que, dadas las características de nuestro sistema productivo, en particular en cuanto a tamaño, difícilmente serán abordadas por muchas de ellas.

El concepto de empresa en red abre las puertas a otros tipos de negocio y a nuevos mercados a través de la colaboración. La empresa trabajando en red ha de contar con una estructura productiva flexible, desde luego, y especializada, pero además, ha de hacer un uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones que le permitan la integración en los sistemas de información de la empresa de todos los flujos de la cadena del valor, tanto externos como internos. Ello supone la utilización de un software adecuado y el rediseño de los procesos de negocio.

Y, naturalmente, la empresa trabajando en red, ha de disponer de información y relaciones para localizar mercados nuevos, oportunidades de negocio y, sobre todo, complementariedades con los restantes nodos de la red.

La tercera línea estratégica es la política de marcas. La competitividad de la empresa funcionando en red en la economía globalizada depende, en efecto, del valor de la marca. Esta es la única defensa efectiva frente a la competencia en costes.

En resumen, trabajamos para favorecer la reorientación de la industria tradicional hacia los productos de gama alta y elevada calidad, poniendo en valor las marcas y conectando las empresas a través de redes.

Estos, y otros elementos de reflexión, se recogen en este monográfico que nos ha parecido necesario impulsar como un elemento más de reflexión conjunta, desde el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Espero que sea de su interés.