

EL RECUADRO

Vivimos a nivel internacional un momento en el que se cuestionan algunas de las grandes ventajas de la globalización y la extensión del comercio internacional y se vuelve a prácticas proteccionistas que parecían olvidadas y que ponen en duda que la apertura de los mercados ha permitido la internacionalización de las empresas y la mejora de su competitividad que es tanto como decir de su capacidad de generar actividad y empleo.

En el caso de España, una de las pocas consecuencias positivas que tuvo la pasada crisis fue que muchas empresas se vieron obligadas a mirar fuera de las fronteras nacionales y encontraron en los mercados exteriores una salida a la caída de la demanda interna, que, finalmente, redundó en su eficiencia, su competitividad y su rentabilidad.

La apertura y la consolidación de nuevos mercados y el establecimiento de alianzas comerciales internacionales han permitido que un número cada vez mayor de empresas encontraran su salvavidas en el exterior y que partir de ello salieran reforzadas.

Este proceso de internacionalización de las empresas ha exigido cambios a nivel de gestión, organización y tecnología, pero a cambio ha generado nuevas oportunidades de desarrollo y consolidación de negocio y mayores exigencias de innovación y formación.

Paradójicamente, mientras las empresas españolas se han beneficiado de la apertura de mercados exteriores, de una homologación y homogeneización normativa creciente y de una reducción de obstáculos arancelarios ahora en peligro, en el mercado interno la situación es muy diferente.

En España, la estructura territorial y una cultura política poco atenta a la sensibilidad de la empresa y la creación de riqueza están actuando como frenos al crecimiento económico, en lugar de ser sus vectores principales.

La homogeneización de las normas es clave para las empresas y en España está lejos de ser un objetivo compartido. La competencia legislativa deriva en una sobrerregulación que pone en peligro la unidad de mercado, obstaculiza el desarrollo de las empresas y ahoga la iniciativa empresarial.

Muy a menudo, las administraciones parecen esforzarse en resaltar las diferencias y convertirlas en problemas para las empresas que necesitan, obviamente mercados amplios y abiertos y con reglas únicas para poder desarrollarse y ofrecer mejores productos y servicios con calidades y precios más competitivos.

Esa masa crítica de consumo suficiente que aseguran los mercados amplios, favorece la inversión, la innovación y la creación de empleo.

La dispersión normativa, la poca coordinación, cuando no la competencia, las contradicciones y los solapamientos entre administraciones a la hora de legislar y regular, suponen para las empresas, especialmente para las pymes, dificultades para su crecimiento e incluso, en algunos casos, para su supervivencia.

En un país con el tamaño y la estructura político-territorial del nuestro, la descoordinación y la competencia del "yo más" no tiene en cuenta que la actividad empresarial es cada vez más compleja, menos local y más global.

En el mundo se amplían los mercados potenciales y se ofrecen más oportunidades, lo que contrasta en España con la voluntad de fraccionarlo, de hacerlo más pequeño poniendo puertas al campo y reduciendo su capacidad de generar riqueza.

Competir en los mercados globales requiere, en el local, una masa crítica que los procesos de ruptura de la unidad como el que viene sufriendo la economía española desde hace años, pueden hacer inalcanzable.

No será posible que España sea un competidor global de primera línea sin un mercado interno amplio, homogéneo y nucleado en torno a objetivos sociales y políticos, como la eficiencia energética, el uso sostenible de los recursos, el desarrollo de nuevos materiales que respondan a las necesidades actuales de una vida más saludable, de mayor seguridad y movilidad y de más información y comunicación.