

Oportunidades Globales, Amenazas Locales

Por Javier García Álvarez

¿Alguien se imagina cómo se construye un lápiz? Con esta pregunta el Premio Nobel en Economía, Milton Friedman, en los años 80 explicaba las bondades del mercado. El autor mostraba que para que un simple lápiz llegue a una tienda hacía falta el trabajo de muchas personas en varias partes del mundo. También argumentaba que sólo con un sistema de mercado se podía conseguir que esas personas, a través de los precios y guiadas por sus incentivos, se pongan de acuerdo para que los lápices estén en las estanterías de las tiendas a un precio muy asumible.

En dos décadas las cosas han cambiado mucho, la historia del lápiz la encontramos en *You Tube*, pero a pesar de todo el ejemplo se puede seguir utilizando. Podríamos seguir hablando de lápices pero también de otros productos que forman parte de nuestra vida diaria como son los reproductores de música, el teléfono móvil, el DVD o el ordenador personal que, de los muchos ejemplos que se pueden poner, nos permiten explicar la interconexión que existe en la actual economía global o mundial.

Tres investigadores de la Universidad de California publicaron recientemente un estudio, <http://pcic.merage.uci.edu/papers/2007/AppleIPod.pdf>, en el que tratan de averiguar dónde se produce una Ipod de la empresa Appel y cuál es el reparto mundial de su beneficio. El punto de partida es una Ipod de 30 gigabytes que en Estados Unidos tiene un precio al público de unos 300 dólares. A partir de ahí se “destripa” la Ipod en 451 componentes distintos, que van desde los tornillos hasta la logística de poner el producto en las estanterías de las tiendas.

Muy pocos de los componentes de la Ipod los produce Apple, sino que son subcontratados a otras empresas especializadas repartidas por el mundo. Las 451 piezas de la Ipod tienen un coste para la empresa Apple estimado en 144\$. Hablemos del reparto del beneficio, ¿quién es el que más gana con la venta de una Ipod y dónde? Muchos podrían pensar que las empresas Chinas o los países asiáticos, porque al fin y al cabo es donde más componentes se producen. En cambio la respuesta es que Appel y las empresas americanas son las que más beneficio obtienen por la venta de un Ipod. En concreto, Appel obtiene un beneficio bruto de 80\$ por cada Ipod, el 42,1% del total. En segundo lugar están Japón y sus empresas, que obtienen 26\$, y en último lugar los países emergentes (China, Taiwan, Filipinas) que aportan menos del 1% al total del beneficio bruto de una Ipod.

La lectura de este ejemplo es clara, Apple ha aprovechado una oportunidad global. Se ha centrado en lo que sabe hacer, y por lo que obtiene el mayor beneficio, que es concebir la idea, desde su diseño e ingeniería hasta su distribución, y ha subcontratado lo que otros pueden hacer mejor y a menor precio en el mundo. La palabra clave es “en el mundo”, porque las nuevas tecnologías y la caída de los costes de transporte y de comunicación entre

knowsquare

países permiten a las empresas diseccionar aún más sus procesos productivos y, o bien contratarlos a empresas especializadas, o bien producirlos en aquellos países donde más recursos y menores costes existan.

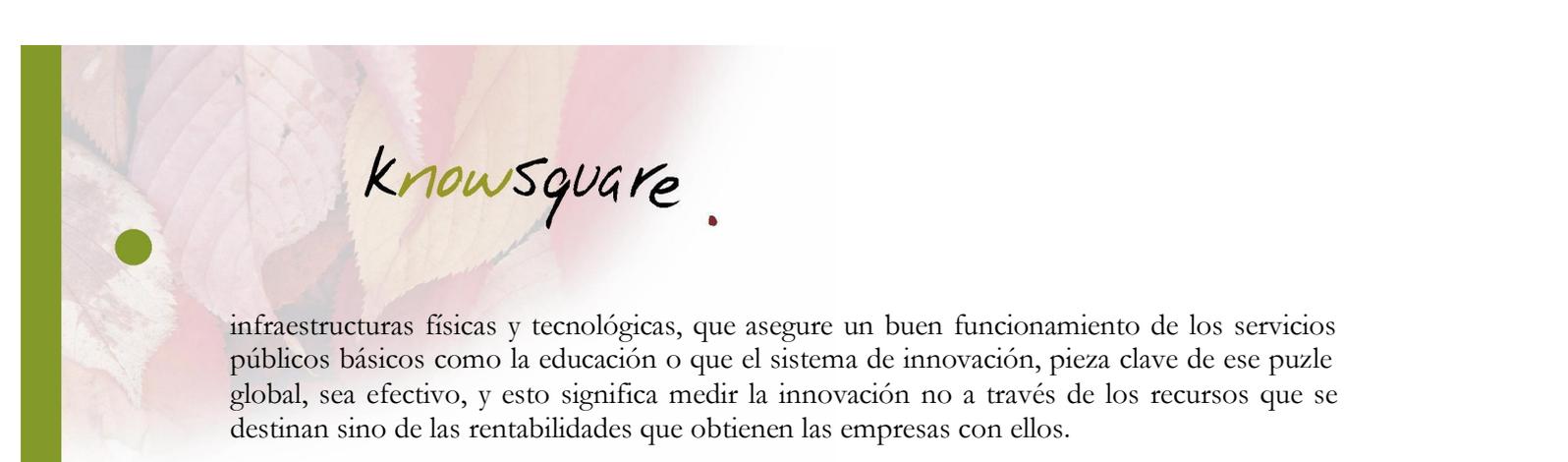
Las empresas españolas también han aprovechado estas oportunidades globales. En una investigación del año 2006, el profesor de la Universidad de Wharton Mauro Guillén pone de manifiesto que las empresas españolas invierten en el mundo más de lo que las empresas de capital extranjero invierten en España. Hoy las inversiones de empresas foráneas en España, que superan los 20.000 millones de euros, generan el 6,6% del total del empleo.

En cambio, estas oportunidades globales también tienen otra cara, el de las amenazas locales. Los asturianos pueden tener en la cabeza el reciente cierre de Autotex o los problemas en la Fábrica de Loza San Claudio o en los astilleros; los gaditanos podrían hablar mucho de Delphi, los catalanes de Samsung, y así hasta 130, que son los casos de deslocalización que han detectado en una investigación tres profesores de la Universidad Complutense en los últimos quince años (http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=690).

En este contexto, muchas personas que ocupan empleos de baja cualificación pueden verse amenazados, aunque las cosas están cambiando. Actualmente, las actividades de alto valor añadido, como la Investigación y el Desarrollo (I+D), así como en la producción de bienes de elevado contenido tecnológico, también son objeto de deslocalización. En un documento reciente (www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/techmeet/tmiti07/report.pdf) de la Organización Internacional del Trabajo se pone de relieve la creciente localización en países emergentes de actividades de alta tecnología, dejando de lado el tópico de que en China se hacen productos de bajo valor añadido. Por ejemplo, las cuatro empresas de telefonía más importantes del mundo (Motorola, Nokia, Ericsson y Siemens) suman 33 centros de I+D en China con más de 3.000 empleados de alta cualificación.

Las cuatro ideas más importantes que me gustaría transmitir con estos ejemplos son: **primera**, que existen oportunidades globales para aquellas empresas que tienen ideas y pueden ejecutarlas a costes cada vez menores. **Segunda**, estas oportunidades benefician a todos los consumidores del mundo, porque aumenta la competencia a escala global y con ello la innovación y la posibilidad de reducir los precios de un gran número de bienes y servicios. **Tercera**, los países emergentes tienen una gran capacidad de absorber inversión de las empresas de los países más desarrollados, lo que abre una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de millones de personas que también se están convirtiendo en consumidores globales. Y **cuarta**, los efectos positivos a escala global también tienen la contrapartida de amenazas locales, tanto para trabajadores de alta como de baja cualificación, y tanto en la industria como en los servicios.

La integración y conexión cada vez mayor de los mercados exige respuestas flexibles e imaginativas, de las empresas, de los trabajadores y de las Administraciones Públicas. Las empresas y los trabajadores tienen que dibujar su papel en el puzzle global a través de la innovación y el conocimiento, pero las Administraciones también, porque lejos de perder protagonismo lo tienen y de manera decisiva. Las empresas necesitan una Administración que trabaje de manera ágil y flexible, cree instituciones estables, asegure el buen funcionamiento de los mercados, que diseñe una política fiscal atractiva, construya buenas



KnowSquare

infraestructuras físicas y tecnológicas, que asegure un buen funcionamiento de los servicios públicos básicos como la educación o que el sistema de innovación, pieza clave de ese puzzle global, sea efectivo, y esto significa medir la innovación no a través de los recursos que se destinan sino de las rentabilidades que obtienen las empresas con ellos.

© KNOW SQUARE, S.L. SOCIEDAD LEGALMENTE CONSTITUIDA EN ESPAÑA, CON DOMICILIO EN MADRID, PASEO DE PINTOR ROSALES 2, 6º. CIF B-85086460. REGISTRADA EN EL REGISTRO MERCANTIL DE MADRID, TOMO 24.295 FOLIO 82 SECCIÓN: 8 HOJA: 436797 INSCRIPCIÓN: 1