

EDITORIALES

Avanzadilla económica

España cuenta con empresas capaces de operar con éxito más allá de sus fronteras

La economía española cuenta con subsectores competitivos cuyas empresas han sabido sortear la crisis y están llamadas a encabezar la recuperación. El BBVA ha identificado catorce segmentos de actividad que vienen siendo tan rentables o más que sus homólogos de Alemania, Francia e Italia, porque atesoran una notable experiencia en la internacionalización de sus mercados, ofrecen altos grados de cualificación profesional, son tecnológicamente intensivos y representan un importante atractivo para la inversión foránea. Dado que van desde el sector energético hasta los servicios orientados a satisfacer nuevas demandas sociales, pasando por la construcción aeronáutica o el comercio mayorista, es evidente que la muestra constituye un acicate para que compañías de muy diversa naturaleza atiendan preferentemente a aquellas vertientes de su actividad que resulten más pujantes. El cambio en el patrón de crecimiento que necesita la economía española no puede ser tanto el resultado de una estrategia institucional como la agregación de iniciativas que encuentren en ella las facilidades precisas. La recuperación va a aflorar la desigual realidad que conforma nuestra economía, con empresas capaces de operar exitosamente más allá de las fronteras europeas y otras limitadas a aspirar a una cuota de mercado nacional que les asegure la pervivencia. A España le resultará imposible seguir, aunque sea por detrás, el ritmo de crecimiento que apuntan las economías centrales de la Unión sin contar con el empuje de los subsectores competitivos que destaca el informe del BBVA. Pero parece evidente que, aportando una gran parte del valor añadido de la economía española, su actividad no será capaz de absorber el desempleo existente en la misma proporción. Hasta el punto de que, lastrada por las dificultades e incertidumbres que atraviesan los sectores más intensivos en mano de obra —empezando por la construcción—, la lenta recuperación de España podría dar lugar a un panorama extremadamente dual de subsectores rentables que se aprovechen directamente del crecimiento mundial frente a otros que continúen manteniendo las altas tasas de paro que soportamos y un consumo interno retraído. Un riesgo que solo puede atajarse con la aplicación de las reformas estructurales en marcha.

Inexplicable actuación

La ignorancia alegada por la cúpula de Interior, tanto de la redada dispuesta contra el aparato de extorsión de ETA en mayo de 2006 como del 'chivatazo' que llevó a suspender la operación, puede constituir un argumento definitivo de exculpación en el procedimiento judicial que se sigue en el 'caso Faisán'. Pero de ningún modo despeja las dudas que rodean un hecho tan controvertido. Especialmente porque el departamento dirigido por Rubalcaba no logró clarificarlo en su momento, y esta tardía versión de lo sucedido resulta inexplicable. Tanto por el momento en que se iba a producir la actuación policial ordenada por el juez Grande Marlaska como por su relevancia y sus implicaciones en la cooperación antiterrorista con Francia, los máximos responsables del ministerio debían haber estado más informados de lo que atestiguan. En todo caso, y una vez conocidos los hechos, debieron actuar con más diligencia en su esclarecimiento, investigando también sobre las causas de la ignorancia alegada esta semana.

SUR

EL PERIÓDICO DE MÁLAGA

Edita: Prensa Malagueña S.A. Director General José Luis Romero

Director

José Antonio Frías

Director de Publicaciones Pedro Luis Gómez

Jefe de Información

Javier Recio Villalobos

Jefe de Edición

José Vicente Astorga

Coordinador

Luis Moret

Jefes de Área

Antonio Ortín (MÁLAGA),

Juan Antonio Morgado

(DEPORTES),

Ana Barreales

(CULTURAS Y SOCIEDAD),

María Eugenia Merelo

(FIN DE SEMANA),

Fran Ruano

(ARTE),

Héctor Barbotta

(MARBELLA),

José Miguel Aguilar

(CIERRE)

Editores

Manuel Becerra y

Francisco Griñán

(MÁLAGA),

María Dolores Tortosa

(ANDALUCÍA),

Antonio Góngora y

Sergio Cortés

(DEPORTES),

Ana Pérez Bryan y

Pedro García

(CULTURAS Y SOCIEDAD),

Fernando González

Aranda (EDICIÓN

GRÁFICA) y José Manuel

Aldayturriaga

(CONTINUIDAD)

Director de Control

de Gestión

Hugo Ferré

Director de Marketing

Joaquín Cestino

Director Técnico

Fernando de Gálvez

Publicidad

CORPORACIÓN

DE MEDIOS

DEL SUR S. L.

Director Comercial

Área SUR

Jorge Artero

LA TRIBUNA

Como los holandeses

AURORA DE LA ROSA DURÁN

CREATIVA DEL PROYECTO SOHO Y PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN SALIDA DE EMERGENCIA

Es verdad que Málaga no es Helsinki, no por falta de creatividad sino quizás por exceso de ésta, por lo que la verdadera genialidad de esta ciudad consistiría en unificar criterios y llegar a un consenso entre tanta individualidad brillante y aislada

Hay países, como Islandia, donde la crisis se ataca de forma unánime, que se equivoquen o no es otra cuestión, pero lo que me llama la atención es esa capacidad para ponerse de acuerdo. Las ciudades en las que existe una verdadera tradición asociativa hay menos paro, mejor calidad de vida y mayor nivel cultural, o más bien las dos primeras son consecuencia de la tercera. Creo que Málaga puede ser una de esas ciudades. La clase empresarial, creativa e institucional de esta ciudad es sumamente generosa y entusiasta.

Por supuesto que hay actitudes que intentan obstaculizar y paralizar el progreso por muy diversas razones, pero no me voy a detener en esa cuestión porque creo en el talento y en el trabajo, por encima de todo, y quizás eso sea lo que me hace inmune a la contaminación del desaliento. El proyecto conocido como Soho, que presenté al Ayuntamiento, a los empresarios y a los vecinos en el 2009, parte de varias preguntas. ¿Por qué el barrio en el que vivo está gravado con impuestos correspondientes a zona residencial mientras que los servicios que recibe son de otra categoría?

Ante esta pregunta, una puede dedicarse a la queja de barra, puede manifestar su descontento en un escrito a nuestros representantes o también puede ponerse a trabajar y confeccionar un proyecto que ayude a equiparar pagos y prestaciones. Yo opté por lo último.

Otra de las cosas que me he preguntado muchas veces es por qué aquí no se rentabiliza la enorme creatividad de la que disponemos. Me viene a la mente Helsinki y su circuito turístico basado en el diseño. Cuando lo recorres, comprendes que se trata de una planificación empresarial en torno a una genialidad, una sola, pero potenciada gracias a un concepto unificado de cultura y empresa.

Es verdad que Málaga no es Helsinki, no por falta de creatividad sino quizás por exceso de ésta, por lo que la verdadera genialidad de esta ciudad consistiría en unificar criterios y llegar a un consenso entre tanta individualidad brillante y aislada. Los nórdicos con una sola idea y con ese toque de excelencia democrática que hace posible que un ministro vaya a trabajar en bicicleta, consiguen el éxito, como lo prueba Ikea en el caso sueco. Los anglosajones valoran, respetan e impulsan a las empresas que han fracasado alguna vez porque lo consideran como garantía de un espíritu luchador y emprendedor. Me sorprende que en Holanda te reciba un director general 'ipso facto', por eso cuando Paulino Cuevas me lo cuen-

ta, yo siempre digo ¡anda ya!, pero cuando me ofrece pruebas no tengo más remedio que creer que allí una buena idea se pone en marcha, sin más. Y entonces caigo en que si llevan dos mil años fabricando diques para contener el mar, si de la inventiva y de la inteligencia depende su supervivencia, es natural que hayan desarrollado una mentalidad de respeto hacia las ideas y una capacidad para desarrollarlas con urgencia. No es por casualidad que fuese en ese país en donde triunfaron los bodegones democráticos en los que la única metafísica es la de la vida cotidiana, no es de extrañar que las ventanas de sus casas carezcan de cortinas haciendo alarde de una significativa transparencia.

No somos nórdicos, pero los componentes de la asociación Salida de Emergencia hemos conseguido un verdadero movimiento asociativo en

torno a un proyecto realmente viable y en el que participan tanto grandes y pequeños empresarios como profesionales y representantes de nuestras instituciones y que apoyan tanto amas de casa, como jubilados o carmelitas descalzas, porque todos somos empresa, todos somos cultura. Lo demás son elucubraciones ociosas y etiquetas empobrecedoras.

Tampoco somos anglosajones, pero tenemos en común con

ellos la ausencia del sentido del ridículo, ese que inmoviliza y que permite que las cosas sigan igual ante el temor a equivocarse.

Somos, en fin, un sector de malagueños que hemos conjurado ese discurso que comienza con la frase «aquí lo que hay que hacer es...» y en su lugar, nos hemos puesto a hacerlo con diligencia porque en el momento actual todos somos holandeses tratando de contener lo que se nos viene encima, que no es el mar, pero que nos tiene con el agua al cuello.

Somos un grupo de personas que nos desmarcamos de la concepción casi religiosa del poder que se tiene en nuestra sociedad, que no pedimos asfalto de calles o reactivación de la economía a nuestras instituciones como si de la Purísima se tratase, sino que en un ejercicio de impecable intercambio democrático, ofrecimos nuestras ideas, nuestro trabajo y nuestra dedicación y le instamos a abanderar nuestro proyecto. Nosotros cumplimos con la primera parte. Nuestros representantes han sido unos magníficos interlocutores, han acogido nuestro trabajo, lo han perfeccionado y se han comprometido públicamente. Ahora solo queda acometerlo con diligencia, como los holandeses. Para que todo salga redondo. Como un queso de bola.

