

Productividad, competitividad e Innovación

Antonio Pulido
Instituto L.R. Klein

Primer mandamiento: mejorar la productividad

Hoy nadie puede dudar que sin mejoras en la productividad, no existe la posibilidad de elevar (en forma mantenida) las retribuciones salariales en una empresa o el nivel de vida de un país. El *European Competitiveness Report* de la Comisión Europea (2004) reconoce que al menos el 60 por ciento de los diferenciales de renta por persona entre los países europeos o de estos con EEUU son consecuencia de la productividad del trabajo.

En España, en su conjunto, cada euro de PIB generado por un trabajador (productividad por persona ocupada) termina suponiendo una renta de 40 céntimos por habitante. Los sesenta céntimos restantes se reparten entre la población que no está ocupada en el proceso productivo, bien por estar fuera de edad laboral, bien por no desear o poder trabajar o bien por no encontrar el deseado puesto de trabajo. Por cada persona empleada hay casi una y media dependientes que no aportan directamente renta.

En otras palabras, mejorar el nivel de vida (su renta per cápita), exige aumentar la productividad o reducir el actual grado de dependencia, principalmente a través de una elevación de la tasa de empleo (ocupados respecto a población en edad de trabajar).

Para un país o región en vías de desarrollo, con salarios, precios bajos y niveles de productividad relativamente reducidos en comparación con el mundo desarrollado, el aumentar la producción por empleado (la productividad del trabajo) puede ser un objetivo en sí mismo.

Mayores niveles de productividad del trabajo es habitual que terminen generando no sólo un PIB más elevado, sino también nuevos empleos a pesar de que

esas mejoras de productividad conducen, por definición, a producir lo mismo con menos empleo. Es decir, la relación contable:

$$\% \Delta \text{ PIB} = \% \Delta \text{ EMPLEO} + \% \Delta \text{ PRODUCTIVIDAD POR EMPLEADO}$$

sólo puede entenderse en el sentido de que mayor productividad genera menos empleo *para un crecimiento dado del PIB*. La clave de futuro está en que esas mejoras productivas son el elemento conductor de mayores ritmos de crecimiento en la producción de bienes y servicios, tanto en el mercado interno como en los mercados internacionales. De esa forma se hace compatible mayor productividad, empleo más elevado y un nivel de vida mejorado por ambas vías.

Segundo mandamiento: ganar en competitividad

Pero en el caso de países o regiones desarrolladas, el nivel previo ya alcanzado de productividad ha conducido a salarios elevados. En estos casos, el liderazgo mundial no puede basarse ya en bajos salarios y bajos costes, sino en un liderazgo en productos innovadores de alto valor añadido. Sin perder de vista la contención de costes y precios necesaria para no perder competitividad internacional, (lo que sigue exigiendo mejoras continuadas de productividad), es preciso ir más lejos apoyándose en un amplio proceso de innovación.

Cuando la diferencia salarial es elevada, las posibles ganancias de productividad basadas en la reducción de costes laborales de un país desarrollado como España o una región como Baleares, en muchas ocasiones no permiten compensar los inevitables mayores precios para productos iguales, por ejemplo respecto a los países de reciente incorporación a la UE o con relación a China, India, ... Sin renunciar a unos costes por hora trabajada razonables en su entorno competitivo, hay que buscar algo más; la innovación debe servir, adicionalmente, para mejorar la productividad y competitividad internacional de empresas y países.

En este punto conviene recordar que la productividad del trabajo es sólo una forma parcial (aunque de amplia utilización) de la productividad total, en que confluyen

tanto el empleo de personas como la aportación de todo el capital productivo. Sólo utilizando más y mejores medios de producción, innovando tecnologías y formas organizativas más eficientes, es posible mantener un ritmo continuado de ganancias de productividad por persona empleada.

Por otra parte, tampoco conviene olvidar que esa productividad por persona, depende de la formación del trabajador y, por tanto, de su habilidad para utilizar los medios de producción e integrarse en una organización eficiente. La formación, la calidad del capital humano de un país o región es garantía de una auténtica innovación y, también, de su transformación en mejoras de productividad y competitividad internacional.

Mejorar la productividad a ritmos similares o superiores a los de otros países de nuestro entorno es un mandamiento imprescindible para mantener o incrementar la competitividad internacional en precios de bienes y servicios. Sin embargo, la competitividad a través de los precios no es la solución para un crecimiento sostenido a largo plazo. Hay que ir más allá de conseguir precios internacionalmente competitivos, para llegar a los factores estructurales profundos en que, de nuevo, juega un papel central la innovación de procesos, productos y organizativa.

Esa *competitividad estructural* es la garantía de supervivencia de las empresas actuales y de atracción de nuevas inversiones. Significa capacidad para salir de la guerra de precios en productos tradicionales de escaso contenido tecnológico y, por tanto, susceptibles de ser ofertados por nuevos países productores, de escaso nivel de vida, a costes muy inferiores. Se trata de unirse al reducido grupo de los líderes mundiales en nuevos o mejores productos y servicios. Se trata de desarrollar unos servicios de mayor calidad al consumidor; de rentabilizar la imagen de empresas y sus activos intangibles; de mejorar organizaciones públicas y privadas; de liderar la innovación en sus más variados aspectos.

Tercer mandamiento: la innovación permanente y a todos los niveles

Pero incluso la competitividad y la eficiencia de las organizaciones, con ser un objetivo importante en sí misma, no debe hacernos olvidar que la innovación no es sólo un medio sino también una meta que debe servirnos de guía.

En primer lugar, porque el propio concepto de competitividad alude a una cierta confrontación económica entre empresas o países, cuando en un mundo global hay que pensar también en los beneficios económicos y sociales de la colaboración. Incluso se ha acuñado el término híbrido de «coo-petencia» para señalar la necesidad de alcanzar la competencia sin renunciar a la cooperación entre empresas o gobiernos.

El mundo de las empresas conoce bien que mejorar su capacidad competitiva no es una lucha en solitario, sino el «trabajo en red», una acción conjunta con suministradores y otras actividades complementarias y de entorno. Por otra parte, en una sociedad del conocimiento, el concepto tradicional de escasez de recursos debe revisarse para aquellos productos que acrecientan su valor cuanto más se usan.

La innovación no sólo es una herramienta eficaz para producir bienes y servicios con mayor productividad y eficiencia. La innovación se extiende a una mejora generalizada del nivel de vida de una sociedad. Innovar no es sólo fabricar automóviles con robots más perfeccionados, materiales más baratos y seguros o nuevas prestaciones o mejorar los procesos de toda clase de servicios. Innovar es también la prestación de toda clase de servicios a los ciudadanos: como disponer de nuevas técnicas para el diagnóstico precoz del cáncer, para la localización de terroristas o para un aviso temprano de los incendios en los bosques. Pero, además, innovar es mejorar las técnicas de enseñanza en las universidades, la gestión de los grandes hospitales o la capacidad de acción de las ONG.

Al igual que la innovación se produce en aspectos muy diversos, también utiliza como soporte avances tecnológicos en distintos campos. De especial importancia resulta la innovación que lideran las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones

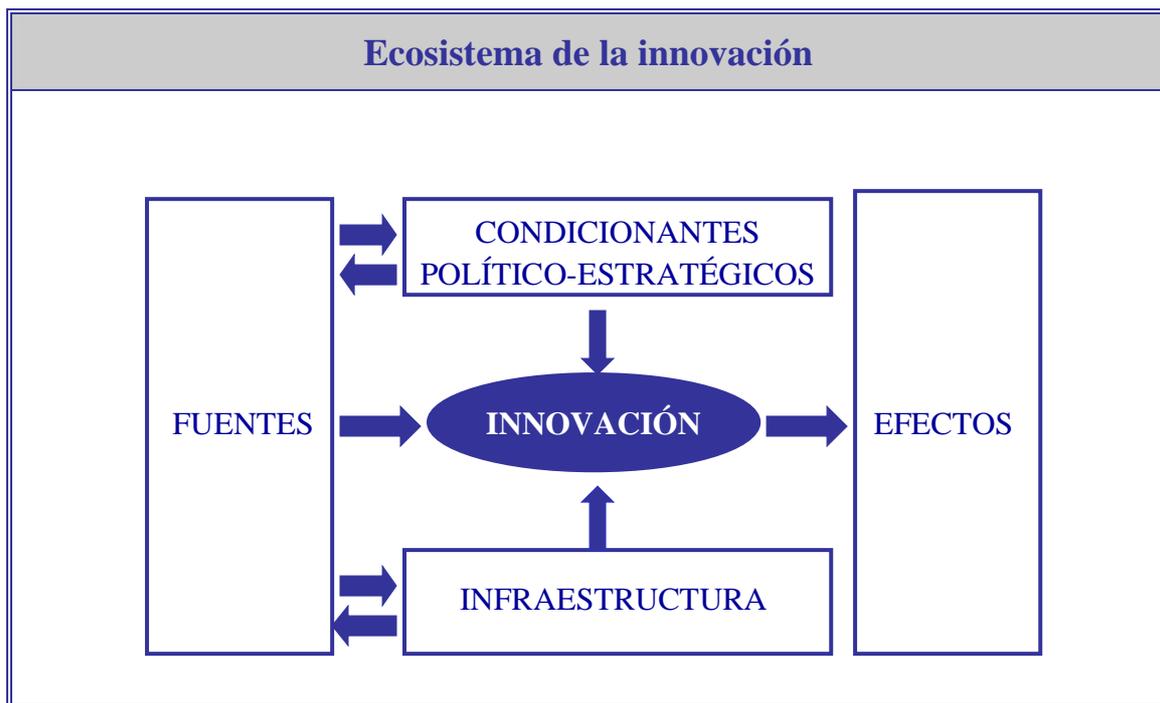
(TIC), la nanotecnología y la biotecnología. En particular, las TIC han mostrado ya su gran capacidad innovadora y de apoyo a las mejoras de productividad en las más variadas actividades productivas de bienes y servicios. Según estimaciones de la OCDE hasta un 40% de las mejoras de productividad en los últimos años en EE.UU., tendrían su origen en la producción y difusión del uso de las TIC.

Debemos tener claro que la *innovación es un concepto más amplio que el cambio tecnológico*, al cual engloba. Cuando nos referimos a una tecnología, la tendencia es a pensar en un proceso productivo de fabricación de un producto. Sin embargo, estos cambios son sólo una pequeña fracción de lo que debemos entender por innovación. La innovación tiene también efectos, además de sobre productos, sobre procesos no industriales (amplia gama de servicios) e incluso sobre las formas de gestión.

Según el reciente informe de la Comisión Europea, *Innovation in Europe*, las empresas con actividades de innovación consideran que su esfuerzo ha tenido una incidencia importante, sobre todo (y por este orden) en la *mejora de la calidad de bienes y servicios*, en la *variedad de productos* ofertados, en un *aumento de su capacidad de producción y su cuota de mercado*, en *mayor flexibilidad de producción, cumplimiento de regulaciones y estándares, reducción de costes y mejoras del impacto medioambiental o sobre salud y seguridad*.

Una visión global de la innovación

La innovación sólo puede entenderse si se la sitúa dentro del medio ambiente en el que se desarrolla. En este sentido puede hablarse de *ecosistema de la innovación*, que incluye los *inputs* o fuentes de la innovación; los *outputs* y sus correspondientes efectos sobre las empresas, la economía de un país y la sociedad en su conjunto; los *condicionantes* políticos; las *infraestructuras* sobre las que se asienta ese proceso innovador.



Empezando por las *fuentes de la innovación* es importante tener presente que estas son múltiples y van mucho más allá de los esfuerzos en I +D de un país y de sus empresas, aunque estos constituyan un componente estratégico relevante. Es evidente, pero conviene recordarlo, que la innovación llega también a través de la adquisición de equipos con incorporación de nuevas tecnologías, la compra de patentes, la colaboración con instituciones innovadoras de dentro y fuera de nuestras fronteras o la propia cooperación con proveedores y clientes, que nos ofrecen o demandan nuevos productos o servicios.

Pero si importante es alimentar la innovación a través de sus diferentes fuentes, todo el proceso innovador depende de los *condicionantes político-estratégicos*, que marcan estímulos a la acción de los diferentes agentes de la innovación y afectan a la eficacia general del sistema. Nos referimos a aspectos tales como:

- Planteamiento prospectivo a largo plazo y en red
- Consideración explícita de la globalización
- Marco estable
- Valoración en términos de convergencia

- Coordinación de políticas públicas a diferentes niveles
- Diseño integrador de la estrategia público/ privada

La innovación exige planteamientos estratégicos, que tengan en cuenta los efectos en red (diversos agentes con tecnologías que interactúan entre si) y que partan de un enfoque realmente global, entendiendo que la innovación se genera, se difunde, se utiliza y se rentabiliza a escala mundial.

Naturalmente, un plan estratégico no sólo necesita de políticas públicas adecuadas, sino también de una infraestructura de innovación acorde que ejecute, potencie y transmita los esfuerzos financieros de las políticas de apoyo.

Sólo un entorno global adecuado en fuentes, condicionantes e infraestructura puede conseguir los efectos deseados por la innovación, tanto a nivel de empresa como macroeconómico.

La innovación es todo un proceso complejo de creación y transformación del conocimiento adicional disponible, en nuevas soluciones para los problemas que se plantea la humanidad en su propia evolución. En términos económicos, la innovación supone nuevos empleos, nuevos mercados de bienes y servicios, nuevas formas organizativas y, en último término, la posibilidad de un mayor crecimiento y de niveles de vida más elevados. Sin duda, innovar en su industria y también en sus actividades de servicios debe seguir siendo, con fuerza, el objetivo preponderante de las empresas, las Administraciones Públicas, las Universidades e incluso de las personas, a escala individual, que habitan en las islas Baleares.