

La Facultat d'Economia de la Universitat de València celebra aquest curs el 40è aniversari, en un moment en què l'economia valenciana afronta la seua "cruïlla" particular, en paraules de Vicent Soler (Rocafort, 1949). Amb aquest professor, deixeble d'Ernest Lluch, ex-conseller i ferm defensor de la vigència dels coneixements impartits a la facultat, parlem d'això, d'estratègies de futur i de relacions entre universitat i empresariat.

“L'anticatalanisme ha costat molts diners a l'empresariat valencià”

Al Campus de Tarongers de la Universitat de València estan d'enhonorabona. Aquest curs, la Facultat d'Economia ha complit quaranta anys i, per a celebrar-ho, s'han organitzat unes jornades en què s'ha fet una dissecció de l'economia valenciana i s'ha editat el llibre *La Comunitat Valenciana en el llinar del segle XXI*. La facultat (“en un part amb fòrceps [...] per falta de coordinació entre les comares”, com va dir un catedràtic) va nàixer l'any 1966, en una etapa d'ebullició econòmica que requeria professionals preparats. Aquell primer curs, 1966-67, s'hi matricularen 336 alumnes i hi havia dues carreres. Avui en té 9.000, imparteix nou titulacions i compta, a parer de Vicent Soler, “amb una solidesa econòmica i investigadora que no té comparació possible”.

—Dieu en el vostre article que l'economia valenciana està en una “cruïlla”. A què us referiu?

—L'economia valenciana ha estat una economia d'èxit. Aquests darrers quaranta anys ha tingut un creixement i unes transformacions espectaculars; ha crescut més que no pas la mitjana espanyola, tret dels darrers anys; hem fet una bona convergència amb Europa en termes de renda per càpita... Tot això ha estat possible perquè hem sabut estar en la geografia econòmica. Érem consci-



“Cal cercar noves estratègies: la diferenciació del producte”

ents que ens trobàvem en un país perifèric del món avançat i que podíem jugar una carta estratègica molt important: ser competitius per preus en totes aquelles activitats intensives en mà d'obra. L'explicació estava en l'abundància de mà d'obra: els baixos costos salarials feien del treball un factor de producció barat i, per tant, s'aconseguia que els costos de producció unitaris també ho foren, independentment de si la productivitat també era baixa. En aquestes circumstàncies, pràcticament ens venien a comprar i els fabricants no dedicaven gaire esforç a comercialitzar els productes.

Però la geografia mundial ha canviat. Hi ha noves perifèries: l'Europa de l'Est, el Brasil i Àsia. El model de creixement que ha anat bé, ara per ara no té eixida i és impossible de continuar amb el camí d'èxit d'abans. Continuem vivint una fase de creixement, però és

molt vulnerable, perquè en molts casos no hi ha un canvi d'estratègia. De fet, el principal responsable del creixement és l'augment de l'ocupació i no pas la millora de la productivitat, que ha arribat a tenir un creixement negatiu, entre el 2002 i el 2005, del -0,3%. En aquestes circumstàncies, no podem competir als mercats internacionals. Cal cercar noves estratègies: la diferenciació del producte.

—I com es pot fer?

—Només es pot aconseguir per mitjà de la innovació, no solament tecnològica, sinó també comercial, empresarial, logística. I per això és importantíssim que el progrés tecnològic presideca les preocupacions de tots els ens econòmics i socials. En aquest sentit, hi ha alguns obstacles: en primer lloc, la dimensió empresarial...

—Però el 95% de les empreses del País Valencià són microempreses, sense el múscul financer necessari per a invertir en innovació...

—Les empreses petites no són substancialment dolentes per a competir en el món globalitzat. Són, per exemple, més flexibles als gustos dels consumidors. La falta d'economies d'escala internes es pot compensar amb economies externes territorials, com passa ací amb els clústers. Però amb això no n'hi ha prou. La diferenciació pot ser perquè apliques tecnologies noves o perquè plantejes estratègies comercials noves. No parlem de fer constantment un producte nou, sinó de proposar, per exemple, estratègies comercials innovadores. Evidentment, si continuem fent els productes de la mateixa manera no podrem competir.

—Per tant, el discurs que reitera que hem estat els que més llocs de treball hem creat amaga aspectes no tan positius...

—Crear molts llocs de treball no està

gens malament. El problema és que això és peix al cove, però amb un futur incert. Si només creix l'ocupació però no la productivitat, ens posem una bena als ulls. Perquè els indicadors ens diuen que creixem com sempre, és a dir, en feina abundant però poc qualificada. Potser s'ha pogut anar trampejant per la quantitat immensa d'immigrants que han arribat. I s'ha solucionat el problema dels costos productius mantenint els nivells salarials baixos. Ara bé, això no fa sinó allargar la situació antiga, però no proporciona bones condicions per al futur.

—Des de l'any 94, els llocs de treball a la construcció han crescut més d'un 200%. Què se'n farà, de tota aqueixa mà d'obra, ara que la construcció es va frenant? La indústria pot assumir tota la que quedarà lliure?

—Hem apostat massa fort a una sola carta, sense pensar que aquest és un sector cíclic i que tard o d'hora arribarà una certa constricció. Focalitzar el creixement en la construcció —i, al País Valencià, el 60% del creixement, en alguns moments, s'hi devia— i determinats serveis no qualificats ha generat un procés una mica complicat. A més, s'ha canalitzat cap a la construcció un estalvi que es podria haver destinat a activitats agràries, industrials, de serveis... que en aquell moment requerien molta inversió per canviar les formes productives.

Pel que fa al mercat de treball, no tots els treballadors de la construcció poden reciclar-se o ser absorbits per uns altres sectors. Molts es faran autònoms, però és molt difícil que el mercat de treball pugui ocupar tota aquesta gent. És previsible que en aquesta nova situació funcione pitjor l'*efecte crida* de la immigració.

—El llibre que ha editat la facultat amb motiu dels quaranta anys diu que l'empresariat valencià és "molt immadur", "un conjunt heterogeni i sense personalitat". Compartiu aquesta opinió?

—Hi ha de tot. És veritat que els millors empresaris s'han quedat a les empreses. Hi ha molt bons empresaris, però no tenen visibilitat social ni pública, no són tan representants a les institucions com haurien de ser-hi. No vull dir que les institucions estiguen mal representades, sinó que potser hi ha més bona banqueta que no equip titular.



"Tenim molt bons empresaris, però no tenen visibilitat pública. Hi ha més bona banqueta que no equip titular"

De fet, hi ha empresaris que als sectors més tradicionals, com Pikolinos i Carmencita, han tingut un èxit increïble.

—No deu pas ser que la banqueta ha renunciat a fer valer el seu discurs?

—[Silenci] No ho sabria dir. Potser en algun cas, sí; en alguns altres, no. Ells potser voldrien ser-hi perquè entenen que el col·lectiu dels empresaris hi té molt a dir. Per exemple, com és possible que el Consell haja descobert la Mediterrània el 2007? Fa més de 25 anys que els experts diuen que l'eix de la Mediterrània és fonamental per als interessos econòmics valencians, molt més que no per als catalans. Bé, com que la dreta política va apostar per l'anticatalanisme, la dreta econòmica no s'ha mantingut ferma en els seus interessos econòmics i s'ha deixat canviar el discurs propi per un discurs mistificador, el de l'anticatalanisme, que ha costat molts diners a l'empresa valenciana. La falta de consonància i d'estratègies conjuntes hauria reportat molts avantatges per a les empreses. Ací, sembla com si una determinada ideologia haguera fagocitat els interessos econòmics. Crec que hi ha una falta de lideratge empresarial i que, en general, faltaria més presència dels cracs que tenim a la banqueta.

—Des de fora, sembla com si hi haguera un cert divorci entre la universitat i l'empresa i, a més, segons quins dirigents empresarials s'han encarregat de remarcar-ho a cada oportunitat que han tingut.

—Més que com a dirigents empresarials, en aquell moment parlaven com a dirigents polítics. Però això és una barbaritat tan gran! La universitat no ha seguit el joc a la dreta política valenciana i ha estat crítica, però també amb el PSPV. La universitat, per definició, ha de tenir criteri propi i aqueix criteri no sempre s'adequa al governant. La dreta sempre ha estat més covarda, no ha sabut entendre el paper de la universitat i l'ha estigmatitzada. Com més criteri propi s'ha tingut, més s'ha estigmatitzat. I això connecta amb la idea anterior: que si els líders empresarials s'hagueren sobreposat al discurs de la dreta política, tothom n'hauria eixit beneficiat. La universitat, perquè hauria tingut una possibilitat de diàleg amb l'entorn social; i l'empresa, perquè hauria tingut molts més recursos humans per a entendre la creixent complexitat de l'economia. Jo desitge i espere que aquest quarantè aniversari siga un punt d'inflexió perquè tots hi eixim guanyant.

Violeta Tena