

## EL CASO IBERIA (PRODUCTIVIDAD)

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA ARGUMENTOS PARA EL DOMINGO

Los nuevos cálculos de la Contabilidad Nacional dan un cuadro más preciso de la economía nacional y permiten análisis más matizado y preciso de por dónde andamos y qué necesitamos. La conclusión más llamativa se llama productividad: la capacidad y potencialidad para producir más bienes y servicios a menor coste y con semejante o mayor calidad. Esa es la madre del cordero en las economías abiertas y en competencia, como es la nuestra, aunque no falten barreras y obstáculos.

La economía española crece más que la europea desde hace diez años, un punto más de media al año que acerca la renta de los españoles a la del europeo medio. Con respecto al área euro, que es la que debe preocuparnos, andamos al noventa por ciento y los diez puntos que faltan (meta que parecía inalcanzable hace diez años) pueden llenarse en un plazo similar.

Pero hay amenazas a ese objetivo: la más evidente se apellida competitividad, y cursa con productividad decreciente como consecuencia, entre otros factores, del diferencial permanente de inflación que equipara los precios relativos españoles a los europeos y merma ventajas comparativas.

No sería grave si ese diferencial que resta se compensara con otro que suma: una mayor productividad, para ofrecer bienes y servicios más atractivos, logrados con menor coste. Y para lo del atractivo se requiere creatividad, habilidad, diseño, innovación, talento, márketing... materias todas ellas que difícilmente nacen del BOE o de los discursos oficiales.

A los gobiernos, a las administraciones hay que reclamarles estabilidad institucional, seguridad jurídica, eficacia en la prestación del servicio público y los impuestos más bajos posibles. En resumen que gasten lo justo y con moderación, que den buen ejemplo, y que sirvan al ciudadano en vez de avasallarle o servirse de él.

Porque la productividad es, fundamentalmente, un asunto micro, afecta a cada unidad de producción, a cada empresa y a cada operario. Mejora poco por decreto y mucho con trabajo bien hecho, con suma de iniciativas constantes bien fundadas.

En esa senda me llama la atención el caso Iberia, la compañía española de transporte aéreo por la que muchos no daban un duro hace diez años, pero que hoy es una de las pocas europeas con futuro.

La dirección de Iberia, Irala-Mullor antes y Conte-Mullor ahora, ha acreditado sobresalientes estándares de eficacia.

Han acertado a anticiparse a los problemas para transformar una compañía instalada en el monopolio o la hegemonía en otra embarcada en la competencia. Han entendido que la tendencia es a estrechar márgenes, a menos ingreso por pasajero y a menos precio por billete. Han colocado la productividad en el carril central: producir más con menos y hacerlo mejor.

Desde hace meses afeitan sin tregua todos los costes y multiplican la oferta de precios competitivos en todas las rutas, para buscar el óptimo de precio que un cliente está dispuesto a pagar para ocupar un asiento.

No es fácil ganar dinero en el transporte aéreo, menos todavía desde compañías pesadas y con mucha historia. Iberia anda a dieta de costes, para que no sufrir las penurias y decadencia de tantos viejos competidores.

**Publicado en Nuevo Trabajo - ABC. 22 de mayo de 2005.**