

# ¿Mantiene Navarra su tradicional atractivo?



Por Ana Yerro Vela

Q

UE Navarra es hoy una región próspera en materia económica resulta un hecho indudable. El PIB per cápita se halla en el tercer puesto de las comunidades autónomas y el salario medio bruto anual alcanza los 25.500 euros, también el tercero más alto de toda España.

El desempleo en la Comunidad Foral se encuentra ya por debajo del 10%, cuando la media nacional se cifra en el 14,55%, según datos de la EPA. También son positivas las previsiones de crecimiento, según Funcas: en 2019 se espera que Navarra crezca un 2,8%. Estos positivos indicadores vienen avalados por el peso de su industria, el más alto de España.

En términos generales, los navarros vivimos bien. El cambio de modelo económico realizado por la Comunidad Foral hace cincuenta años, pasando de una sociedad eminentemente agraria a una sociedad industrializada y moderna, puntera en algunos sectores, ha servido, entre otras cosas, para que nuestra tierra sea un referente y para que haya capeado la crisis con más solvencia que otras regiones españolas.

Ahora bien, procede preguntarnos si en el futuro existe margen de mejora para las empresas de Navarra y, por extensión, para la economía, o si, por el contrario, se corre el riesgo de empeorar. La respuesta, que tal vez sorprenda a más de uno tras la lectura de los datos antes apuntados es, sin embargo, que se vislumbran algunas señales de alarma.

La principal, a la que me temo no todos están prestando la debida atención dada su importancia a causa de su intangibilidad, consiste en el desgaste que está sufriendo la imagen de Navarra, dentro y fuera de las mugas forales. Dicha erosión acarrea efectos nocivos. El principal, sin duda, la pérdida de atractivo para empresas e inversores. La inestabilidad política e institucional constituye un factor nuclear que, como es obvio, juega en contra del desarrollo económico. Otro elemento de mucho peso a la hora de invertir en una u otra región radica en la atractividad fiscal. Precisamente Navarra, con competencias en este ámbito, podría lograr que nuestro sistema tributario fuera equilibrado y atractivo para la inversión, generadora de riqueza y empleo. No parece, sin embargo, que en la actualidad la fiscalidad navarra esté transitando por esa senda. Por último, es preciso hacer hincapié en la necesidad de privilegiar las infraestructuras: la conectividad de las regiones con el resto de España y a nivel internacional deviene un requisito imprescindible en el que la Administración no parece acabar de creer del todo.

La fuga de empresas de Cataluña a otras regiones, fenómeno derivado del procés, ha proporcionado un termómetro riguroso para medir en qué comunidades recalaban. De octubre de 2017 a septiembre de 2018 Navarra solo ha recibido al 0,99% de las empresas que han dejado Cataluña. Si el análisis se realiza no por

número sino por el volumen de facturación, se comprueba que solo un irrelevante 0,03% ha venido a la Comunidad Foral.

Hay otra variable más difícil de medir: las compañías que deciden no instalarse en nuestra tierra. Como es obvio, éstas no lanzan un anuncio advirtiendo que han descartado invertir en Navarra, ni mucho menos enumeran las razones de su decisión. Simplemente, no vienen.

Además, otras compañías abandonan Navarra. No puede afirmarse que en la actualidad exista una fuga de empresas, pero son elocuentes los motivos de su marcha. El caso más reciente y mediático fue el de Findus, que anunció el estudio del traslado de sus oficinas debido al insuficiente nivel de infraestructuras de transporte y a la dificultad de encontrar empleados del perfil que precisa.



A mayor abundamiento, es necesario ofrecer otro indicador fiable y solvente, publicado por el INE: la confianza empresarial. La confianza de los empresarios navarros ha caído un 4,3% en este último trimestre, frente a la caída del 1,7% nacional. Este descenso ha colocado a la Comunidad Foral en el noveno puesto de todas las CCAA. El indicador, elaborado según encuestas, es muy fiable, puesto que los empresarios son quienes detectan de primera mano los efectos de la situación económica en sus propios negocios.

Permítanme recordarles las reflexiones que recientemente, en Pamplona, expuso Carlos Espinosa de los Monteros, ex alto comisionado de la marca España: "[Navarra] ha sido siempre una de las regiones de España que ha tenido una singularidad y una particularidad muy notable y muy apreciada por el resto de los españoles. A los navarros se les ha apreciado en España como gente trabajadora, equilibrada, con una buena agricultura, industria y servicios. Sin embargo, las últimas noticias que llegan al resto de España desde Navarra son más preocupantes". Las noticias a las que se refería eran el 'caso Alsasua', el programa de educación Skolae... Temas que no están ligados directamente con la empresa, pero que dañan, y mucho, la percepción que se tiene de nosotros desde fuera.

Que vengan compañías fuertes, innovadoras y productivas a Navarra nos beneficia; que las empresas Navarras continúen invirtiendo aquí, también. A la Administración, porque recauda más; y a los ciudadanos, porque se genera empleo. Dado que el paro y la situación económica siguen siendo, año tras año, la principal preocupación de los navarros —no olvidemos que en la Comunidad Foral todavía hay más de 30.000 personas paradas y 9.000 hogares con todos sus miembros en paro, situación en verdad muy preocupante—, cabría esperar un mayor esfuerzo por parte de los agentes implicados en que la imagen y la marca de Navarra recuperen su brillo. Por el bien de todos.

Que vengan compañías fuertes, innovadoras y productivas a Navarra nos beneficia; que las empresas Navarras continúen invirtiendo aquí, también. A la Administración, porque recauda más; y a los ciudadanos, porque se genera empleo. Dado que el paro y la situación económica siguen siendo, año tras año, la principal preocupación de los navarros —no olvidemos que en la Comunidad Foral todavía hay más de 30.000 personas paradas y 9.000 hogares con todos sus miembros en paro, situación en verdad muy preocupante—, cabría esperar un mayor esfuerzo por parte de los agentes implicados en que la imagen y la marca de Navarra recuperen su brillo. Por el bien de todos.

Ana Yerro Vela es directora general del think tank Institución Futuro

**El PIB per cápita se halla en el tercer puesto de las comunidades y el salario bruto anual alcanza los 25.500 euros, también el tercero más alto**

**Se vislumbran algunas señales de alarma: la principal, el desgaste que está sufriendo la imagen de Navarra dentro y fuera de las mugas forales**