

El autor analiza las recetas para reducir el desempleo, el déficit fiscal y la deuda de las administraciones públicas.

Las claves para crear empleo



A FONDO

Javier Gúrpide

Cuatro años de una legislatura llena de luces y sombras –entre éstas últimas, la casi nula explicación por el gobierno del por qué de sus políticas, especialmente económicas– y más de cuatro meses de aridez total en cuanto a un programa y un Gobierno fiable y acorde con nuestros compromisos y con la delicada situación propia y global: un balance lastimoso. De ahí que me haya decidido a intentar explicar de forma sencilla y detallada los conceptos que condicionan la disminución del paro y, por ende, la gradual consecución de un déficit y una deuda pública calificables de adecuados.

Hay dos variables capitales en el crecimiento del PIB y en la creación de empleo: la inversión empresarial y la competitividad.

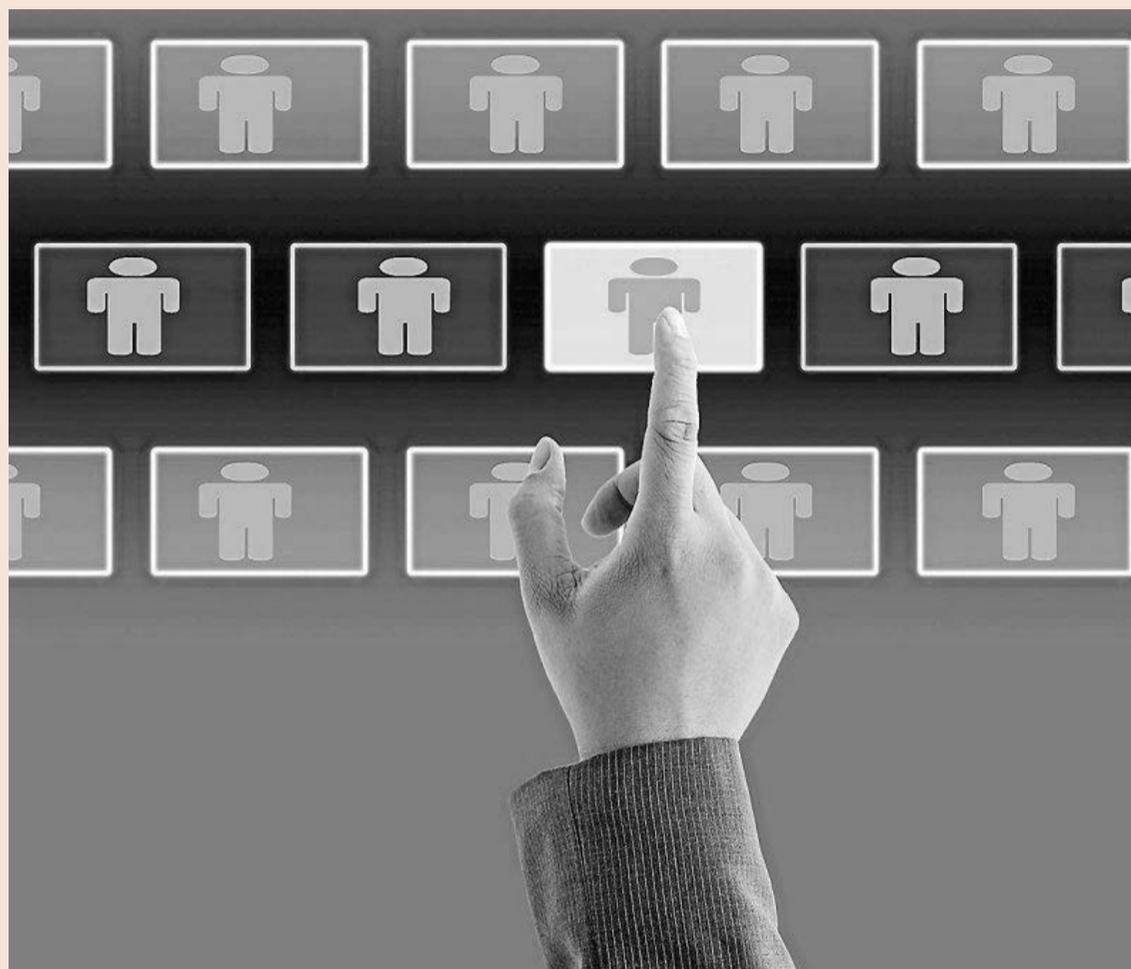
La inversión en capital fijo y en circulante por un emprendedor es consecuencia de varios factores. El primero es la propensión personal a invertir, que depende de: el talante creativo del empresario, su fe en el programa de un Gobierno orientado a estimular de forma realista y equilibrada el avance del país, y la pertenencia de España a un conjunto supranacional como la Unión Europea en un mundo globalizado. El segundo es la existencia de un marco laboral “europeo”, abierto, flexible y armónico tanto para la contratación (un tipo de contrato más otro de formación) como para su desarrollo y terminación. El tercero es un sistema fiscal que desemboque en un impacto final similar al de la media europea, y que

estímule los esfuerzos empresariales por luchar contra la inercia y más aún contra la falta de rebeldía ante la recesión. El cuarto, una suficiente financiación de la inversión. El quinto y último factor (sin exponer otras ordenadas no tan sustantivas) es que haya una constante adaptación del modelo económico, basado en la evolución de la educación, sobre todo la superior y la Formación Profesional. Así, la adecuación de cada cual a sus tendencias y aptitudes, las becas verdaderas –cuando se suma a lo anterior la falta de recursos económicos–, la creciente especialización y las decisiones de basar ésta en lo que las sociedades –la nuestra y la de los demás países capitales– demandan, las prácticas, la innovación y la investigación, durante y al final de la carrera, el dominio del inglés...

La segunda variable para crear empleo es la competitividad. Se puede ser competitivo con diversas fórmulas. Éstas dependen de la situación de nuestro país, de los que mantienen intensas relaciones comerciales con nosotros (eurozona), de los recursos y condiciones (clima, situación geográfica, cultura, historia...), de nuestro modelo económico, sistemas laboral y fiscal...

La inversión y la competitividad son variables capitales para que crezca el PIB y el empleo

Productividad Sin embargo, hay causas esenciales en cualquier supuesto. Una es la productividad, es decir, la cantidad de producto final (incluido el en curso) por trabajador y unidad de tiempo. Otra es la calidad de un producto comparable con el de sus competidores, suponiendo productividades y remuneraciones similares. También, el contar con tratamiento fiscal favorable, con una moneda devaluable (no, en cambio, con la “devaluación” irrazonable de los salarios),



con un balance y resultados creíbles y holgados... Pero es vital, para ser competitivo, entender que estamos en un mundo globalizado y digitalizado. Que el hecho del sistema binario (y el conocimiento y utilización de Internet) en lugar del analógico (ondas sinusoidales) ha supuesto una capacidad de comunicación impresionante: un multicable de fibra óptica (o de otros componentes) puede transportar decenas de miles de señales. Y cada señal permite tanto medir un consumo energético como la emisión de un canal televisivo. La información está detrás de las posibilidades de una empresa para elegir sus productos, la actuación de sus factores de producción –por ejemplo, los comerciales, marketing, o de mantenimiento–, la tecnología a aplicar o a encargar a otro, los mercados con potencial, los momentos o etapas de aquéllos, etc...

Todo lo cual está mucho más allá de la productividad –aunque hay que mantenerla– y aún del coste total por unidad de producto. Más allá, incluso, de la calidad diferencial. La globalización informatizada descubre nuevas variables como las indi-

Para ser competitivo es vital entender que estamos en un mundo digitalizado

Ser político es totalmente incompatible con la corrupción sospechosa o probada

casadas de oportunidad, tecnología singular, etc... Y la constante variación de los elementos que configuran el modelo productivo en cada época...

Las políticas fiscal, laboral, sectorial, han de poder conjugarse con los factores y variables que se han descrito. Las políticas educacional, sanitaria, de Seguridad Social, retributivas, de lucha contra el fraude, de gasto público –racionalización de los tres poderes políticos en su acepción central y periférica, venta de bienes públicos vacuos o vaciables, y de empresas públicas salvo excepciones–, han de adaptarse con anticipación a

los factores y fórmulas descritos, todavía con mayor exigencia. Dos simples ejemplos. Política retributiva: los sueldos totales de cuasi directivos y directivos han de incluir todo tipo de bonus y seguros. Los mayores sueldos no pueden superar x veces al mínimo e y veces al medio o mediana. En pensiones, los directivos podrían renunciar a su pensión de Seguridad Social. En cambio, los destacados del resto de plantilla podrían contratar –sin pagar ellos la prima– un seguro privado complementario de la pensión de la Seguridad Social.

Para terminar, el político ha de sujetarse con mayor motivo a todo lo que aquí se ha descrito, lo que implica total incompatibilidad con la corrupción sospechosa o probada, igualdad de posición con cualquier ciudadano en materia procesal/judicial, suficiente experiencia privada y formación para ocupar cargos con facultades ejecutivas en la política, transparencia total y medios para preservar actuaciones dudosas o inaceptables por omisión o consentimiento...

Exbanquero y profesor de universidades

Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo y Martí Saballs

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrun

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Emelia Viaña, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gauna (Nueva York)

Empresas Yovanna Blanco / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Especiales Sonsoles García Pindado
Emprendedores / Jurídico Sergio Saiz / Andalucía Simón Orrubia / Comunidad Valenciana Julia Brines
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Bruselas Miquel Roig / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. / BARCELONA. 08080. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5. planta 10. sector 1. Tel. 94 473 91 00. Fax 94 473 91 58. / VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2. 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax 986 43 81 99. / BRUSELAS. Tel. (32) 2311932. NUEVA YORK. Tel. +1 303 5862461. Móvil 639 88 52 02. / LONDRES. Tel. 44 (0) 20 77825331.



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Javier Cabrerizo

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECTOR DE PUBLICIDAD ÁREA PRENSA: Gonzalo Casas. / DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN: Miguel Suárez. COORDINACIÓN: Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax 91 443 56 47. / MADRID: Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 12. BARCELONA Jefe de Publicidad: Daniel Choucha. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08080 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax 93 496 24 20. BILBAO: Marta Meler Gines. Plaza Euskadi, 5. planta 10. sector 1. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 43. Fax 94 473 91 56. / VALENCIA: Marcos de la Fuente. Plaza de América, 2. 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel. 96 337 93 27. / ANDALUCÍA: Pilar Caravaca. Avda. República Argentina, 25. 9.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. / GALICIA: Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3. pl. 3. ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. ZARAGOZA: Álvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 123 124. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 / DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com. RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva. IMPRIME: RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.