

# Opinión

## Dos retos para el mercado laboral

Los últimos datos del Ministerio de Empleo sobre las ocupaciones que más crecen en España apuntan a los operadores de grúa, trabajadores de ayuda a domicilio y empleados de servicios de correos como los nichos que muestran más dinamismo en el mercado laboral. En el listado de las 15 profesiones con mayores alzas de contratación durante el pasado mes de julio, llama negativamente la atención el hecho de que no se trata en ningún caso de actividades capaces de generar un gran valor añadido para la economía.

De los empleos más demandados, el que acumuló más contratos en términos absolutos fue el de peón de la industria manufacturera -casi 125.000- que es, además, el de mayor valor añadido para la economía del ranking. Como contrapeso, los datos muestran que la precariedad ha descendido en esas ocupaciones, que han visto aumentar el número de contrataciones indefinidas. Es el caso de los ayudantes a domicilio, donde han crecido un 600% los contratos fijos en términos anuales. O de actividades como las

desarrolladas por reponedores, monitores de actividades recreativas o conductores de taxi y furgonetas, donde el empleo indefinido ha aumentado un 20%. Si el análisis se hace por segmentos de población activa -por ejemplo, entre jóvenes menores de 30 años-, los datos revelan que la profesión con mayor crecimiento es la de camarero, que el pasado mes de julio generó alrededor de 129.000 contratos.

Tras los duros años de la crisis, en los que se produjo una destrucción sistemática y continua de puestos de trabajo, el mercado laboral en España ha iniciado la recuperación y ha vuelto a ejercer poco a poco su función natural de motor de la ocupación. Ese motor lleva ya más de dos años y medio funcionando con fuerza, aunque su ritmo de evolución se haya ralentizado y normalizado, lo que resulta lógico en una economía que va dejando atrás la recesión. El perfil de las ocupaciones creadas durante estos años constituye en buena parte un reflejo de la evolución de la propia recuperación económica y de la confianza en el futuro de las empresas, y ello explica -en parte- el perfil de temporalidad y la baja calidad de muchos de los contratos creados.

Precisamente por ello, España tiene ahora ante sí un doble reto en materia de empleo. Por un lado, mantener un ritmo de crecimiento que permita seguir alimentando la creación de puestos de trabajo, dada la enorme masa de desempleados que ha dejado la crisis. Por otro, apostar por diseñar un nuevo modelo productivo que permita al país afrontar en condiciones de mayor fortaleza los ciclos bajistas de la economía. La construcción de ese modelo requiere de un empleo de mayor cualificación y calidad, en el que se prime el desarrollo tecnológico y la innovación. Se trata de una tarea en la que el protagonismo pertenece a las empresas, pero que los poderes públicos deben facilitar y respaldar.

## Las 'startups', un ecosistema al alza

El ecosistema de startups se está consolidando en España como oportunidad de negocio y creador de riqueza. Más allá de una simple solución laboral para salir del paro o de una idea original para dar el pelotazo, las nuevas compañías emergentes, de las que se crearon en España 2.500 el pasado año, están enfocando más intensamente su modelo hacia el negocio, como una opción profesional generadora de riqueza además de empleo. Esto se refleja en que más de la mitad de los emprendedores ya había montado antes otro proyecto profesional, según el *Mapa del emprendimiento 2016*, elaborado por Spain Startup-South Summit. Y sobre todo en que se ha triplicado el número de startups que este ejercicio prevén superar los 150.000 euros de facturación. Además, solo el 1% de los creadores de nuevas empresas estaba previamente en paro, frente a un 56% que trabajaba por cuenta ajena. Los inversores buscan ideas e innovación y los expertos están detectando en los proyectos nuevos mayor ambición empresarial, algo que demuestra el hecho de que la primera motivación citada para poner en marcha un proyecto es haber visto una oportunidad real de negocio. Si a todo ello se une que al menos el 11% de los nuevos emprendedores están aún realizando sus estudios, todo apunta a una buena cosecha de nuevos empresarios.

## ¿Cómo prefiere pagar?



**PILAR CLAVERÍA**  
ASESORA DE LA AEB

Muchos consideran una auténtica revolución los cambios que se están produciendo en los medios de pago. Pero se trata simplemente de un proceso para intentar adecuarse a las preferencias del cliente y aprovechar la tecnología actual. Ambos factores, hábitos de pago y tecnología, no son estáticos a lo largo del tiempo. Si bien los primeros evolucionan a menor velocidad que los últimos. Por eso debemos pensar no tanto en un cambio súbito en los medios de pago como en un desarrollo evolutivo que probablemente está lejos de haber finalizado y que depende de los usuarios y de los medios de pago disponibles. La novedad en todo ello reside en que se están incorporando nuevos actores, aunque es un proceso que los bancos seguirán liderando.

Se estima que los medios de pago generan en torno al 20% de los ingresos de las entidades bancarias. Esta cifra da idea de la importancia que tiene para los bancos mantenerse como protagonistas de los cambios que se están operando en los medios de pago. A esto se añade otro factor, incluso más relevante: la seguridad que requiere este tipo de servicios. Sin duda, el sector banca-

rio está en una buena posición para lograr el liderazgo de ese proceso y ha mostrado, además, que tiene voluntad de hacerlo. Simplemente se trata de seguir dando respuesta a las demandas del cliente e incluso anticipar soluciones con las posibilidades que ofrece la tecnología.

La tarjetas y el pago por internet para las transacciones de comercio electrónico van poco a poco comiendo terreno al efectivo como medio de pago. Pero se estima que el efectivo

**Se estima que el efectivo aún supone más del 65% del volumen total de pagos en Europa**

aún supone más del 65% del volumen total de pagos en Europa, si bien con notables diferencias entre los países, en muchos casos derivadas del diferente desarrollo de su sector financiero. Sin embargo, son principalmente los hábitos de los clientes, junto con la disposición de las empresas y la evolución del comercio electrónico, entre otros factores, los que tienen la capacidad de inducir los cambios en este sector.

En su momento, fueron los cajeros automáticos y las tarjetas las que marcaron la diferencia; en la actualidad y de cara al futuro inmediato, lo serán los pagos a través de cualquier dispositivo móvil. Ya hay numerosas empresas que aceptan este medio de pago, aunque en la mayoría de los casos articulado sobre tarjetas. Algo similar ocurre con el pago por internet, que ha crecido a tasas de dos dígitos en los últimos años de la mano del comercio electrónico citado antes.

El hecho de que el tiempo es oro es muy evidente en las compras, tanto presenciales como online. En el mundo digital, el tiempo real es lo normal. Y así ha de ser también en los pagos: compradores y empresas desean intercambiar un bien o servicio sin que el pago sea un objetivo en sí mismo. Naturalmente, el vendedor espera, en la medida de lo posible, recibir los pagos de forma inmediata. La inmediatez es el reto actual de los servicios de pago. Pero no hay que olvidar otros factores, como la conveniencia, entendida como la posibilidad de disponer del servicio en cualquier lugar y a cualquier hora, y la seguridad, ámbito en el que la banca cuenta con una experiencia bien probada.

Ante este escenario, no cabe ninguna duda de que los pagos median-

te dispositivo móvil serán los que veamos proliferar en los próximos meses, ganando terreno a los pagos en efectivo, sobre todo en los pequeños pagos del día a día.

Por todo lo anterior, los bancos en España trabajan para secundar esta tendencia y están desarrollando las infraestructuras necesarias a fin de poder intercambiar pagos de acuerdo con las condiciones que se requieren para que sean inmediatos, fáciles y seguros. El reto es disponer de un sistema de pagos en el que, además de disfrutar de la inmediatez y la seguridad, los clientes tengan una experiencia de usuario acorde a las exigencias del mundo digital.

Para terminar, no podemos pasar por alto el factor regulatorio que, sin duda, va a condicionar el proceso de transformación de los servicios de pago. La normativa europea que regula la prestación de servicios de pago, aún en fase de transposición, abre muchas posibilidades: introduce nuevos competidores y nuevos servicios que desencadenarán cambios en la operativa y nuevas propuestas que inducirán hábitos distintos en los usuarios a la hora de hacer pagos. Como ven, el proceso, a pesar de lo avanzado, no ha hecho más que empezar.

**El reto es disponer de un sistema en el que además de inmediatez y seguridad, los clientes tengan una experiencia acorde al mundo digital"**

**CincoDías**

Director Ricardo de Querol  
Adjunto al Director José Antonio Vega  
Subdirector Juan José Morado

Jefes de redacción Fernando Sanz y Nuño Rodrigo  
Áreas Angeles Gonzalo (Mercados y Finanzas), Raquel Perea (Diseño), Cecilia Castelló (Digital), Marimar Jiménez (Empresas), Raquel Díaz Guisado (Economía), Natalia Sanmartín (Opinión), Nuria Salazar (Edición fin de semana), Paz Álvarez (Directivos), Begoña Barba (Suplementos) y Bernardo de Miguel (Europa)

Director Gerente José Luis Gómez Mesquera  
Operaciones Loreto Moreno  
Marketing y Comunicación Judith Ulloa  
Comercial Alberto Alcantarilla

press reader Printed and distributed by PressReader  
Tel: +34 91 123 45 67 Fax: +34 91 123 45 68  
Copyright and protection are reserved.