

Crecimiento y empleo



ALEXANDRE FORCADES
Presidente del Cercle d'Economia

La información económica nos confirma un cambio de tendencia y una estimación de crecimiento para España, del 1,2 en 2014 y 1,6 el 2015, y falta de fuelle en EEUU y debilidad en Europa. Escenarios insuficientes para que generemos empleo al ritmo necesario.

Las graves consecuencias de este pronóstico imponen promover entre todas medidas que fomenten el empleo.

En un marco general, el Gobierno debería plantear la devaluación del euro, actuaciones del BCE y afrontar la desigualdad.

El ajuste del euro, deseado también por otros países del sur, parece ser uno de los objetivos del gobierno francés. El resultado sería un nuevo escenario macroeconómico, más favorable en su conjunto, déficit incluido.

El BCE debería pasar de la "disposición de actuar" a la adopción de medidas, ya que a fuerza de consejos y avisos acabará con la acostumbrada reacción de los mercados.

La economía de Europa se iría acercando al modelo japonés con una tasa de desempleo más elevada; la demanda interna sería insuficiente, por falta de renta disponible a causa del paro y del pago de deudas. Como somos grandes deudores, necesitamos un poco de inflación, reducciones de los tipos de interés y estímulos cuantitativos.

La desigualdad es un problema muy grave. Empieza a ser un tema sensible, a punto de empaquetar para su venta populista o demagógica. Hoy nos limitamos a calificarla como un "factor de riesgo" para nuestra recuperación.

Como acciones específicas para la creación de empleo, y como complemento de un plan de ocupación, proponemos las siguientes con carácter transversal:

Primera. Superar el desencuentro entre la demanda y la oferta de trabajo. Los servicios públicos de empleo solo proporcionan trabajo al 2% de los asalariados y las empresas de carácter temporal, el 2,9%. Se debe, mediante encuestas, detectar y atender las necesidades de las empresas.

Segunda. Concentrarse en tres cate-

gorías de empleos que puedan cubrir tres de cada cuatro puestos de trabajo: los denominados servicios rutinarios de producción, servicios en persona y servicios simbólico-analíticos.

Tercera. Creación de un perfil con habilidades, superpuestas a otros perfiles, consistentes en "saber manejar datos, información, símbolos e ideas". La oferta de trabajo aumentará si aparecen candidatos con estas habilidades que aseguren incrementos de producción y ventas competitivas.

El Gobierno debería plantear la devaluación del euro, actuaciones del BCE y afrontar la desigualdad

Cuarta. Urge la efectividad de la iniciativa europea de empleo juvenil adaptada a la dimensión de nuestras empresas.

Quinta. Estimular activamente la formación profesional dual.

Sexta. Implantar la digitalización de la producción.

Séptima. Crear una *Comisión Hartz* e impulsar en versión española las medidas que entraron en vigor en Alemania entre 2003 y 2005... A veces COPIANDO se consigue INNOVAR.

Se dice y se comenta...

••• Promoción turística (I)

El Consell de Mallorca ha anunciado en reiteradas ocasiones que no aceptará la transferencia de las competencias de promoción turística. En el Govern, tanto el presidente **José Ramón Bauzá** como el conseller de Turisme **Jaime Martínez** aún confían en que **María Salom** acabe aceptándolas.

••• Promoción turística (II)

El Govern ha recortado de forma importante el presupuesto de promoción turística en los últimos años. **María Salom**, **Santi Tadeo**, **Vicenç Serra** y **Jaume Ferrer**, presidentes de los consells de Mallorca, Menorca, Eivissa y Formentera, respectivamente, ya saben que el Govern aumentará la partida para transferir la competencia. En todo caso, también son conscientes de que los altos presupuestos que destinaba el Pacte de Progrés a promoción nunca volverán.

••• Hoteleros (I)

El Régimen Especial de Alojamientos Turísticos presentado por **Aurelio Vázquez**, presidente de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca, e **Irma de Benito**, vicepresidenta y gerente, ha disgustado a algunos hoteleros, puesto que desconocían el alcance de la propuesta. La crisis con los sindicatos en las negociaciones del convenio de hostelería tampoco agrada.

••• Hoteleros (II)

Los hoteleros disconformes con la gestión de **Aurelio Vázquez** no se atreven, al menos de momento, a alzar la voz. La semana pasada coincidieron algunos de ellos en una comida en un conocido restaurante de la Part Forana mallorquina. Las críticas fueron despiadadas. Eso sí, de nota pública de rechazo, de oposición organizada, nada de nada. La Federación, de cara a la opinión pública, es un remanso de paz y tranquilidad. Es justo reseñar que otros muchos bendicen la presidencia de Vázquez y consideran que ya era hora de que la Federación tuviera una voz potente y contundente.

••• Convenio de hostelería

Causó un enorme disgusto en la Federación Hotelera de Mallorca la nota de PYME Restauración, CAEB Restauración y Salas de Fiesta y Discotecas de Balears solicitando que se reconduzcan las negociaciones del convenio de hostelería. Consideran que fue una baza más para los sindicatos.

La empresa líquida, propuesta abierta al futuro



RAMON POCH
Doctor en Derecho y Ciencias Económicas

Aprovecho la breve estancia de Zygmunt Bauman (premio Príncipe de Asturias-2010) en Barcelona para retomar el tema de la modernidad líquida, que este famoso sociólogo universal bautizó en la última década del siglo pasado para referirse a la sociedad postmoderna en la que las condiciones de actuación de sus miembros cambian antes de que las formas de actuar se consoliden en unos hábitos y en una rutina determinada.

Desde la perspectiva de la economía globalizada, la sociedad de la información concede a las TICs el poder de convertirse en los nuevos motores del desarrollo y progreso, y constituirán el entorno de los sistemas sistémicos que exigirán las empresas en sus estrategias de gestión: en la diversidad, en la responsabilidad, en la creatividad, en la descentralización, en la eficacia, en la cooperación, etc.

La racionalidad técnico-científica no brinda explicaciones duraderas, pues los

conocimientos científicos que la sustentan cambian con el tiempo y el avance del conocimiento genera mucha inseguridad y, por ello, tratan de entender cómo el espacio y el tiempo no solo se están separando sino que este último se ha convertido en la herramienta de conquista del espacio. Lo que antes nos parecía muy lejos ahora lo tenemos a un click de nosotros.

Estas dinámicas sociales tienen grandes implicaciones en la gestión empresarial, ya que hay que adaptar la empresa convencional de ayer (sólida) en la empresa de hoy (líquida), pensando en un mañana muy cercano como han descrito Magatti y

Las TICs tienen ahora el poder de convertirse en los nuevos motores del desarrollo y el progreso

Giacardo en la sociedad generativista o en un futuro más lejano en la sociedad evaporada (¿), porque las empresas se están derritiendo en esta postmodernidad que viene empujando con fuerza y que exige un nuevo estilo de liderazgo, flexibilizar estructuras, licuar la gestión. La actual etapa de la postmodernidad como un tiempo líquido, flexible y voluble que se diferencia de la etapa anterior donde todo era más sólido, estable y predecible. Hoy nada solidi-

fica y nuestras vidas (y nuestras empresas) están fragmentadas y en cambio constante.

La incertidumbre es el elemento esencial de la actividad empresarial y es lo que justifica el beneficio a modo de recompensa por asumir un riesgo líquido que se identifica por la fragilidad, la precariedad y la insatisfacción.

Las nuevas corrientes conceptuales en la gestión holística y resiliente empresarial se convierten en el devenir de un paradigma innovador de las nuevas posibilidades de gestión empresarial. Ya nadie puede formular leyes inmutables en la gestión de las empresas. La aparición de nuevos conceptos y el desplazamiento de otros ya existentes permiten cubrir una amplia gama de problemas decisionales inmersos en temáticas no concluidas.

Las tendencias y estrategias en el mundo empresarial envejecen con una rapidez cada vez mayor y son obsoletas antes de que la misma sociedad haya podido conocerlas, implementarlas y testearlas en condiciones satisfactorias, dando paso a la destrucción creativa que será, junto a la incertidumbre, el *modus operandi*. Porque nada dura para siempre, ni siquiera el futuro, porque, como el prestigioso sociólogo afirma, el futuro no existe aún y nadie sabe cómo es, pero estamos seguros de que nos proporcionarán innovaciones que hoy ni siquiera vislumbramos.

EL ECONÓMICO

Semanario de la empresa y el turismo de Balears

Editora: Paula Serra

Director: Pep Verger

Coordinadora: Francesca Mari
Consejo Asesor: Antoni Riera, María Antonia García, Onofre Martorell, José María Gilgado y Pedro Rullán

Redacción: Paseo de Mallorca, 9-A 07011 Palma. Teléfono: 971788300. Fax: 971454730.

Email: redaccion@eleconomico.com

[f /eleconomicouh](https://www.facebook.com/eleconomicouh)

[@eleconomicouh](https://www.twitter.com/eleconomicouh)

Exclusiva de publicación: Gerencia Balear de Medios, SA. Teléfono: 971711023

El Económico es una publicación del Grupo Serra que se distribuye cada semana con Última Hora (Mallorca e Ibiza-Formentera) y diario Menorca

Printed and distributed by PressReader
PressReader.com • +1 604 278 4604
COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW



Ads by OnlineBrowserAdvertising

[Ad Options](#)