Opinión

LA AGRICULTURA, UN REFUGIO DE COMPETITIVIDAD Y EMPLEO

APUNTES DEL SUR
DAVID UCLÉS

Hace unas semanas, la encuesta de población activa nos dejaba una cifra de parados nacional que superaba los 5,2 millones. El guarismo, por desgracia, era tan enorme que se llevó todos los titulares. El número de parados está constituido por los que se han quedado sin empleo y por los nuevos activos: los que entran a formar parte del tejido productivo cuando comienzan a buscar su primer empleo. Para medir, por tanto, el daño que esta crisis ha hecho en el empleo es mejor mirar qué ha pasado precisamente ahí, en la cifra de empleados antes que en la de parados, que es casi una medida de sufrimiento social.

Me van a permitir que en esta ocasión haga unos pocos números, de trazo gordo, sencillos, pero creo que bastante esclarecedores. El número de trabajadores que contabiliza la EPA se ha contraído desde marzo de 2008 hasta diciembre de 2011 en casi 2,6 millones, de los que 474.400 eran andaluces. En términos relativos, la pérdida de empleos en España ha sido en ese período del 12,7% y en Andalucía del 14,7%.

Pero, ¿dónde se han producido la mayor parte de las bajas? En la construcción, en primer término por el impacto directo del estallido de la burbuja inmobiliaria y en segundo lugar por la congelación de las inversiones en materia de obras públicas. En efecto, la realidad constata esta circunstancia, con caídas del 52,2% en España y del 60,5% en Andalucía. Y, si nos fijamos en el total de empleos destruidos, más de la mitad de ellos estaban en la construcción (en Andalucía hasta el 61,8%). Pero, dado que a la crisis interna se le ha sumado la concurrencia de una crisis del sistema financiero a nivel internacional, la sequía de crédito ha empeorado sustancialmente la situación y ha provocado descensos en todos los sectores fruto de la parálisis económica.

El industrial ha sido el segundo en pérdidas, donde se han reducido el número de empleos en un 23,8% y 25,2% en España y Andalucía respectivamente. Evidentemente, el sector industrial se ve impactado en primera línea de fuego en todos los rubros relacionados con la construcción. Aquí también la debilidad de la demanda interna supone una segunda vuelta de tuerca que influye en su descenso, añadiéndose el problema de que es en este sector donde se logra normalmente la mayor ganancia de productividad.

Los servicios, que es el sector que más empleo concentra y en el que el turismo presenta un peso más que relevante, han tenido un comportamiento menos desfavorable, con tasas de variación inferiores al 4%, muy por debajo de los descensos generales del empleo, demostrando la fortaleza de este heterogéneo conglomerado. Pero también aquí el retroceso andaluz (3,8%) es mayor que el nacional (2,6%)

El agro, único sector donde la pérdida de ocupación desde 2008 es mayor en España que en Andalucía.

¿Y qué pasó con la agricultura? Pasó que, a pesar de la progresiva erosión de las rentabilidades de las explotaciones, la pérdida de empleos ha sido más contenida que la media de la economía, un 6,4% en España y un 6,3% en Andalucía. Encontramos aquí una ligera excepción. En todos los sectores la pérdida de empleo ha sido más intensa a nivel regional que nacional, menos en la agricultura. Por ello, al margen de debates más o menos absurdos sobre planes de empleo rural, el agro funciona para Andalucía como un refugio de competitividad y como manija de control del desempleo, y como tal debería ser considerado a la hora de establecer prioridades y líneas de actuación de política económica. Es una especie de salvavidas de emergencia de la economía andaluza: no debemos dejar de buscar otros de cara al futuro, pero al mismo tiempo procuremos no cargar de plomo el que ahora tenemos.

○ Director del servicio de estudios de la Fundación Cajamar.

DETALLES QUE MARCAN LA DIFERENCIA DENTRO DE UN MISMO SECTOR

HORIZONTE MEDITERRÁNEO
DAVID GANDIA

Ha finalizado una nueva edición de Cevisama, la feria internacional del azulejo. Al margen del natural optimismo con el que siempre se encaran esta ferias, y por lo visto estos días en el caso de algunos expositores está más que justificado, la realidad es que uno se queda muy reflexivo hablando con los empresarios y mirando los resultados tan desiguales que están consiguiendo sus empresas. La crisis de la demanda es para todos igual, el producto está bastante comoditizado, los procesos productivos y la logística es similar, la presión sobre los precios idéntica, las carteras de mercados parecida... y, sin embargo, los resultados empresariales son muy distintos entre compañías con posicionamiento parecidos. Por lo hablado estos días, entre un menos 5 y un más 19 por ciento de ebitda (resultado bruto de explotación) sobre ventas.

La diferencia principal que se viene observando entre unos y otros, y esta es una muy buena noticia, está en los resultados dispares que producen el estilo de gestión y el liderazgo. Al final, los buenos resultados empresariales no son más que la consecuencia de unas estrategias de mercado, canal, servicio y producto cuidadosamente elegidas y planificadas (la visión), un proceso de toma de decisiones analítico y rápido (ejecución) y unos mecanismos de supervisión y retroalimentación ágiles (control). Si todo esto se ameniza con un liderazgo creíble dentro de la organización y en el mercado, inspirador y motivador para el personal, los resultados acaban llegando.

"Los resultados empresariales son muy distintos entre compañías con posicionamientos parecidos"

Lo que estamos identificando del cerámico español se puede extrapolar al resto de sectores de nuestra economía. Sistemáticamente, en cada sector encontramos compañías bien gestionadas que resisten mejor que otras la crisis y al final consiguen buenos resultados porque se quedan con el mercado de las maltrechas.

Como demuestran multitud de estudios, aquellos que toman buenas decisiones en tiempos turbulentos salen reforzados. Según *The Economist*, "la mitad de las empresas del Fortune 500 se crearon en entornos de crisis o de recesión" (*www.economist.com/node/21542390*). Estos casos prácticos nos enseñan que realmente existen oportunidades en tiempos turbulentos como los actuales.

○ Socio de Improven.

RUMBO NORTE
MIGUEL ANGEL CORRES

PARA RESISTIR LA CRISIS: ¿BUSCAR TRABAJO O CREAR EMPRESAS?

Este es el dilema que se plantean los emprendedores cuando la coyuntura económica no ayuda a desarrollar nuevos proyectos, el paro se desborda y las perspectivas de empleo empeoran por los síntomas de recesión y los ajustes presupuestarios. Las cifras lo dicen todo: en Euskadi, en 2011, la tasa de paro juvenil, de 16 a 19 años, fue del 59,6%, y de 20 a 24 años, del 33,4%.

Es verdad que la realidad no anima a tener iniciativas emprendedoras, tampoco se potencia mucho la figura del emprendedor, ni se prepara a las personas con inquietudes empresariales a ser decididas, a afrontar los problemas, a trabajar en equipo y no tener miedo al fracaso.

La cuestionada reforma laboral debe construir y no destruir, favorecer la creación de empleo y colaborar a mejorar la competitividad. Es urgente superar el impasse e impulsar la contratación. Porque el empleo los crean las empresas y las empresas las crean los empresarios que, en su día, fueron emprendedores perseverantes, con ideas, habilidades, confianza en sí mismos y entusiasmo para tener opciones profesionales.

Los retos de las nuevas generaciones son también los de las empresas que deben apostar por personas formadas, eficientes, innovadoras y comprometidas. Hay que descubrir el talento de los emprendedores, hacerles visibles, ayudarles a desarrollar proyectos y potenciar sus fortalezas, además de aportarles financiación. La anunciada Ley de Emprendedores, con ayudas y bonificaciones fiscales, puede ser un estímulo para fomentar la entrada en el mundo de los negocios.

Hoy, más que nunca, hay que recuperar el valor de ser empresario, perfil muy arraigado en el pueblo vasco, motivar e incentivar a los jóvenes dispuestos a arriesgarse y a poner en marcha sus propios negocios.

Para ello, Administraciones Públicas, universidades y empresas deberían implicarse en esta tarea desde la formación y el emprendimiento porque el espíritu creativo se fomenta desde la educación y la responsabilidad. Sin olvidar, aprender desde la práctica. Es la mejor forma de poner las bases de las empresas del futuro.

○ Presidente de la Cámara de Bilbao.

EDITORIAL ECOPRENSA SA
Dep. Legal: M-7853-2006

PRESIDENTE-EDITOR: Alfonso de Salas.
VICEPRESIDENTE: Gregorio Peña.
DIRECTOR GERENTE: Julio Gutiérrez.
DIRECTOR COMERCIAL: Juan Ramón Rodríguez.
RELACIONES INSTITUCIONALES: Pilar Rodríguez.
DIRECTOR GERENTE DE INTERNET: Manuel Bonachela.

EL ECONOMISTA

DIRECTOR: Amador G. Ayora.

ADJUNTOS AL DIRECTOR: Lourdes Miyar, Juan Carlos Lozano, Juanjo Santacana y Joaquín Gómez. **JEFES DE REDACCIÓN:** Rubén Esteller, José Luis Fraile y Fernando Cortés. **DISEÑO:** Rosa Rey. **EMPRESAS & FINANZAS:** Florentino Llera. **BOLSA & INVERSIÓN:** Pedro Calvo. **NORMAS Y TRIBUTOS:** Xavier Gil Pecharromán. **CORRESPONSALES ECONÓMICOS:** Javier Romera y José María Triper. **OPINIÓN:** Antonio Maqueda. **FOTOGRAFÍA:** Pepo García. **ELECONOMISTA.ES:** Rubén Santamaría. **Ecotrader:** Cristina Triana. **DELEGACIONES: ESTADOS UNIDOS:** José Luis de Haro. **UNIÓN EUROPEA:** Antonio León. **CATALUÑA:** Jordi Sacristán, jefe de redacción y coordinador de Economía Real. **ANDALUCÍA:** Carlos Pizá. **PAÍS VASCO:** Carmen Larrakoetxea. **COMUNIDAD VALENCIANA:** Javier Alfonso. **CASTILLA Y LEÓN:** Rafael Daniel.

eE

PARA CONTACTAR ■ C/ Condesa de Venadito, 1. 28027. Madrid. Telf: 91 3246700 ■ www.eleconomista/opinion.es ■ Las cartas al director deben incluir: nombre y apellidos, localidad, DNI y una extensión entre 800 y 1.100 caracteres, espacios incluidos.