

Opinión



Recetas contra la deslocalización

El anuncio del cierre de la planta de Delphi en Puerto Real (Cádiz) y la unánime respuesta contra la medida tomada por la multinacional de componentes del automóvil han vuelto a calentar un debate que en ningún momento se ha enfriado: la deslocalización de empresas. Desde el cierre en 1994 de Gillette –que se fue de Sevilla cuando lucía jugosos beneficios– pasando por el de Lear en Lérica, hasta las más recientes de Braun en Barcelona, La Toja en Galicia o San Claudio en Oviedo, el goteo de empresas que reducen su capacidad o desplazan íntegramente sus instalaciones de producción a países con menores costes es continuo, afecta a todos los sectores y se da en toda la geografía española.

Contra este fenómeno, extensible a gran parte de Europa, caben los primeros auxilios. Es el caso de medidas adoptadas por algunas empresas, en las que los empleados han llegado a aumentar su jornada laboral sin recibir por ello aumento en la retribución. Y es el caso también de notables desembolsos que, en forma de ayudas más o menos respetuosas con la competencia, desembolsan las Administraciones para atraer, primero, y después intentar retener instalaciones empresariales. Es innegable que la flexibilidad laboral es un notable *atractor* de inversiones, mientras que la simple ayuda económica, por cuantiosa que sea, no ejerce la función de retenerlas. Una prueba palpable es, precisamente, el caso de Delphi en Puerto Real.

La deslocalización es consustancial a la dinámica natural del mercado y, en plena globalización, también impulsa el desarrollo de los países menos industrializados. Es también un camino que transitan todos, y muchas empresas españolas lo han tomado. Por eso, el debate debe superar el simplismo de cómo retener empresas a cualquier precio y centrarse en crear el caldo de cultivo para potenciar nuevas actividades, con alto valor añadido, que proporcionen una competitividad sostenible. Esa es la receta para retener el empleo. Y uno de sus primeros componentes es potenciar políticas de I+D+i, pero que sean eficaces para las empresas.

Inmigración selectiva

Las empresas españolas tienen dificultades para encontrar fuerza laboral adecuada y cubrir determinadas necesidades. La avalancha de inmigrantes de los últimos años ha atendido las necesidades de los sectores con poca exigencia formativa, como la construcción, la hostelería, la agricultura y los servicios domésticos. Pero ante el fuerte crecimiento económico y de la demanda nacional, muchas empresas precisan ahora personal con cualificación media y alta, que únicamente llega al país con cuentagotas.

Ante la presión de las compañías, las autoridades han decidido crear una unidad de grandes empresas para atender las necesidades de mano de obra en un tiempo lo suficientemente corto como para no estrangular la actividad. La actuación del servicio público es clave, puesto que, en caso de no dar una respuesta inmediata y eficiente, las empresas deslocalizarán la actividad o renunciarán a la ampliación de su negocio.

SEBASTIÁN ROYO

¿Final de un Régimen?

Durante estas semanas está avanzando la fase final de las elecciones presidenciales en Francia que tendrán lugar el próximo 22 de abril, y culminarán con la segunda y última vuelta el 6 de mayo. Los candidatos de los dos partidos mayoritarios, la socialista Ségolène Royal (*Ségo*) y el conservador de la UMP Nicolas Sarkozy (*Sarko*), ya han presentado sus programas electorales y están recorriendo el país en busca de votos. Tras 25 años bajo la batuta de únicamente dos presidentes, François Mitterrand y Jacques Chirac, se abrirá una nueva etapa en el país.

Sarko fue el primero en presentar su programa electoral, el pasado mes cuando ganó con un 98% de los votos las primarias de su partido, en las que era el único candidato. Bajo el lema de su campaña *Juntos, todo es posible*, durante su presentación como candidato oficial se comprometió a construir una “república real” (en contraposición a la “república virtual” de su opositora) en la que se creen trabajos, construyan viviendas, se den oportunidades a todos y se respete la ley.

Su programa electoral es una mezcla de reformas ambiciosas y promesas populistas. Por un lado se ha comprometido a reformar los regímenes de pensiones de las compañías estatales y homologarlos con los de el resto del país; limitar la carga impositiva de los individuos a un 50% de su renta; y hacer deducibles los pagos por hipotecas. Por el otro, se compromete a reducir el número de empleados públicos pero también a mejorar sus condiciones salariales; crear un nuevo contrato laboral que dé mayor protección a los trabajadores que más tiempo estén en un puesto de trabajo, y obligar a los empleados de transporte público a mantener unos servicios mínimos en casos de huelgas. En relación a Europa se opone a una Constitución europea y ha propuesto la negociación de un *minitratado* que sería ratificado por el Parlamento.

Por su parte la candidata socialista Ségolène Royal, que gana las primarias del Partido Socialista (PS) el pasado mes de noviembre, ha planteado una campaña atípica, tratando de conectar con las bases y consultando con la sociedad civil para desarrollar



ÁNGEL NAVAS

Los dos candidatos a la presidencia de Francia están desaprovechando la oportunidad de presentar propuestas innovadoras

su programa electoral. Su propuesta de 100 medidas para hacer de Francia un país “más fuerte y seguro” se centra en asuntos sociales, medioambientales y económicos. Su programa, muy arraigado en la tradición socialista, hace una defensa de lo público y tiene una importante contenido social. Se ha comprometido a un aumento inmediato y con efecto retroactivo de las pensiones más bajas, a consolidar la jornada de 35 horas semanales, y a crear unos nuevos “jurados populares” encargados de fiscalizar el trabajo de los diputados de la Asamblea Nacional francesa.

También ha incluido propuestas innovadoras, como la de forzar el encuadramiento militar de los jóvenes delincuentes como forma de aumentar la seguridad, y quiere ofrecer a los padres mayor libertad para escoger los colegios de sus hijos. En el terreno social se ha comprometido a construir 120.000 viviendas sociales y conceder préstamos sin interés de 10.000 euros

a los jóvenes, así como la gratuidad de la sanidad para los menores de 16 años. Por último ha defendido la descentralización del Estado. El perfil netamente de izquierdas de este programa reside en la necesidad de motivar a los votantes de izquierdas durante la primera ronda de las elecciones, para evitar lo que sucedió en las anteriores presidenciales, cuando la abstención y la fragmentación del voto de izquierda impidieron a Lionel Jospin pasar a la segunda vuelta.

Sin embargo, la esperanza del PS de que la presentación del programa electoral ayudara a Ségo a repuntar en los sondeos no se ha cumplido. Las últimas encuestas divulgadas la pasada semana dan a Sarkozy ganador en la segunda vuelta, con el 55% de los votos, frente a un 45% para Royal. Además, la respuesta de los empresarios ha sido muy negativa, por la preocupación por su coste, y han amenazado con una posible fuga de capitales si gana las elecciones.

Curiosamente, ambos candidatos están tratando de distanciarse de un régimen con el cual están profundamente ligados por sus trayectorias políticas, y se están presentando como candidatos antisistema al querer representar a los millones de franceses que dicen sentirse alienados por el funcionamiento de la Quinta República. Al mismo tiempo están echando balones fuera a la hora de buscar responsables de los problemas del país, lanzando acusaciones en contra de la Unión Europea y del BCE.

Esta estrategia, sin embargo, tiene el riesgo de polarizar aún más a la sociedad francesa y provocar nuevas tensiones en el seno de la UE. Una vez más falta visión y coraje. Se esta desaprovechando la oportunidad de hacer un análisis franco de las raíces de los problemas (que son fundamentalmente de índole doméstica) y de presentar propuestas realistas e innovadoras que permitan confrontar los retos del país en nuevo milenio.

Decano de la Universidad de Suffolk en Boston, director de su campus en Madrid, y codirector del seminario de Estudios Ibéricos del Centro de Estudios Europeos de la Universidad de Harvard. sroyo@suffolk.edu

CincoDías

Director Jorge Rivera
Subdirectores José Antonio Vega y Jorge Chamizo
Redactores Jefes Fernando Sanz (Empresas), Ángeles Gonzalo (Finanzas), Juan José Morodo (Opinión), Rafaela Perea (Diseño), Gonzalo Garteiz (Cierre), Patricia Collino y Nuño Rodrigo (Mercados-5D-Cinco Sentidos)
Secciones Cristina Garrido y Cecilia Castelló (Empresas), Carmen Monforte (Energía), Antonio Ruiz del Árbol (Telecomunicaciones), Marimar Jiménez (Cinco Red), Arantxa Corella (Buen Gobierno), Ana Perona (Finanzas), Bernardo Díaz y Juan Ferrari (Economía), Marian Palacios (Especiales), Federico Castaño (Política), Kirru Artea (País Vasco) y Óscar Laguarda (Infografía)
Corresponsales Ana B. Nieto (Nueva York) y Bernardo de Miguel (Bruselas)

Gerente María Frías
Adjunta a Gerencia Marta Moldes
Operaciones José Luis Gómez
Producción Ángel Martín Distribución Juan Alberto Parra Marketing Belén Rueda
Suscripciones Alberto Alcántarilla Sistemas Alfonso J. González

Depósito legal: M-7603-1978. Difusión controlada por OJD
Edita Estructura, Grupo de Estudios Económicos, S.A.
Gran Vía, 32, 2ª planta. 28013 Madrid. Teléfono 915 386 100.

REVISTA DE PRENSA

● **Las ‘telecos’ europeas**
Mientras las compañías están informando a lo largo y ancho de Europa de sus resultados y crecientes dividendos, la vida es todavía desagradable para los principales operadores de telecomunicaciones. El jueves, Deutsche Telekom confirmó que su negocio doméstico sufrió una dura caída del 10% en beneficios antes de impuestos (...). Los benefi-

cios de sus compañeras de sector han sido mediocres. Los esfuerzos actuales de Pirelli para rebajar su exposición en Telecom Italia son un claro indicador de que no hay una salvación evidente a la vista.

Deutsche Telekom está accionando todas las palancas que tiene, como el nombramiento de un nuevo consejero delegado el pasado año, nueva estructura de

tarifas y *branding*, y ventas de negocios. Pero la realidad es que un compañía con un valor de 100.000 millones de euros es difícil de cambiar orgánicamente (...). Llegar a acuerdos es el camino más rápido para transformar la diversificación del negocio, como ha mostrado Telefónica, y hasta cierto punto recientemente Vodafone (...).

El sector europeo ha cre-

cido el 33% los últimos 12 meses, emulando la recuperación en EE UU. Pero, a diferencia de EE UU, no hay mejora significativa (...). Sin modernizaciones es difícil que las *telecos* europeas puedan superarse.
The Lex Column.
Financial Times, Londres

CARTAS AL DIRECTOR

Cinco Días, Gran Vía, 32.2 planta
28013 Madrid | cartas@cincodias.es