Movilidad, clave para rebajar la tasa de paro

Ante la creciente apuesta por la internacionalización de las plantillas, las empresas deben buscar formas para animar a los trabajadores a trasladarse donde el negocio lo necesite.

1 de enero de 2008

Las empresas españolas apuestan cada vez más fuerte por los mercados internacionales. Necesitan mover su capital humano a los países en que se implantan. Y la globalización tiene otra cara: la de las fábricas que huyen de los países ricos en busca de mano de obra más barata. Eso obliga a muchos trabajadores a buscar un nuevo empleo.

Si se mejora la movilidad los trabajadores, que se encuentran en zonas con poca oferta de empleo, en lugar de quedarse en ella y aumentar los números del paro, se trasladarían a zonas donde hay más ofertas de trabajo. De esa manera se reduce el paro y se baja el nivel de "paro friccional" de la economía española. Esto aumentaría la productividad de las empresas y de la economía en general sin tensiones inflacionistas, los motivos son fundamentalmente dos, en primer lugar los salarios no presionarían al alza, y en segundo lugar porque cuando hay más empleados la demanda global aumenta y el PIB también. Estos hechos justifican la oportunidad de este estudio en el que se analiza las formas de mejorar la movilidad geográfica en la empresa y se ponen de manifiesto los efectos beneficiosos de esta. El hecho de disponer de personal competente en todas las zonas geográficas es absolutamente necesario para mejorar la competitividad empresarial.

La movilidad laboral podría ser la respuesta a estos problemas, ya que es más probable encontrar un empleo en una región o un sector en expansión. Por desgracia, cambiar de residencia en busca de trabajo todavía es inusual. Y sin perspectivas de mejora, puesto los trabajadores españoles cada vez se muestran más reacios al desplazamiento. Sólo así se

©IESE Business School

explica que, por ejemplo, en 2008, Andalucía sufra una tasa de paro media del 14, % con una tasa de temporalidad de más del 45%, mientras que en Madrid está en el 6,4% y Cataluña en el 6,6%, Más preocupante aún es el desempleo de jóvenes, entre un 14% y un 25 % según las regiones. José Ramón Pin, Pilar García Lombardía, Angela Gallifa, Miguel Quintanilla y Lourdes Susaeta (IESE) lo analizan en "La movilidad geográfica en la empresa: un análisis para España". Los autores repasan el estado de la cuestión tanto en Europa como en España y presentan los frenos e impulsores de la movilidad.

Europa, ¿un mercado único?

Uno de cada tres europeos se ha trasladado, a lo largo de su vida, a otra región. La mayoría lo han hecho dentro de su propio país. Respecto a la formación, un 12% declara haber participado en algún programa de enseñanza en el extranjero. Precisamente la formación es un factor relevante hacia la movilidad: ésta es más frecuente entre los trabajadores con más estudios. En el otro extremo, personas con menor formación, de edad avanzada y mujeres. No son los únicos, ya que el 70% de los europeos no tiene intención de moverse en el futuro, básicamente porque ya está satisfecho con su lugar de residencia. Creen firmemente en la libertad para desplazarse de un país a otro, pero para ellos la desaparición de las aduanas no ha eliminado todas las barreras. Las dificultades más comunes son el idioma, las diferencias culturales o la dificultad para acceder a los servicios sociales y a la convalidación de sus estudios.

España, luces y sombras

España es el tercer país de la UE que más ha reducido su paro, pasando del 15% a mediados de los noventa al 9,2% en 2008 según el Eurostat. Pero todavía hay problemas, y si no se solucionan podrían echar por tierra todos los avances. Uno es el desempleo femenino. Si bien es cierto que las mujeres han mejorado sus niveles de ocupación, todavía doblan la tasa de paro masculina.

Respecto a la movilidad, España está lejos del resto de la Unión Europea. Los autores denuncian una situación que comienza a darse con frecuencia: en algunas regiones las empresas tienen dificultad para encontrar trabajadores que cubran sus necesidades mientras en otras zonas se disparan las tasas de paro. Así, en un mismo país se encuentran niveles de desempleo tan dispares como el 18,98% de Extremadura y el 6,3% de Aragón. Estos desajustes entre oferta y demanda no se producen sólo a nivel autonómico, sino también en

©IESE Business School

los mercados locales. Además, el año 2007 vio como, por primera vez en cinco años, se reducían ligeramente los niveles de movilidad. Los que sí se mueven viajan sobretodo desde Cádiz, Sevilla o Córdoba a Madrid, Barcelona o Málaga. Suelen ser personas de entre 25 y 34 años, la mayoría varones. Tienen o bien estudios superiores, o bien un nivel inferior a la ESO, y muchos trabajan en la agricultura o en los servicios.

¿Por qué moverse?

La movilidad supone, casi siempre, una promoción y una mejora de las condiciones económicas para el trabajador. La subida del sueldo suele ir acompañada, en los traslados internacionales, de un esfuerzo de la empresa para acomodar al empleado y su familia de la mejor manera posible. Para el trabajador, la movilidad supone además toda una experiencia personal. El descubrir nuevas culturas y realidades abre la mente: las cosas que antes parecían de una manera ahora se pueden ver de otra. Es algo que el empleado gana para sí mismo, algo que la empresa perderá si decide prescindir de él. Pero eso no quiere decir que las compañías no ganen nada.

Las empresas que den el salto más allá de sus fronteras necesitan trabajadores capaces de moverse. Iniciar proyectos en nuevos territorios siempre es más seguro si se puede poner al frente a empleados con experiencia dentro de la empresa. La movilidad también supone una pieza clave en la gestión del conocimiento dentro de una organización, especialmente si ésta es global. Tener una plantilla con una proporción suficiente de empleados dispuestos a trasladarse significa que la empresa goza de mucha más flexibilidad para adaptarse a las condiciones del mercado.

Frenos e impulsores

Los beneficios están ahí pero las empresas deben tener en cuenta ciertos riegos a la hora de ofrecer esta alternativa. Los traslados pueden generar un desarraigo cultural, familiar y social en el empleado. Un cambio de país puede generar desubicación y problemas para la familia del empleado. Seguramente la carrera de su cónyuge se verá perjudicada, y si tienen hijos éstos pueden pasar apuros al cambiar de sistema educativo, sobretodo si tienen que aprender un nuevo idioma. La cuestión de la lengua es crucial para la movilidad y es uno de los frenos más importantes, al igual que una actitud cerrada o un cierto localismo. Todo deriva de un sistema educativo, el español, que hasta el día de hoy todavía no ha desarrollado su vocación universal. Y todavía queda otra cuestión básica: el regreso. Si los

©IESE Business School

empleados no tienen claro cuando y en qué condiciones volverán a su país o región de origen, se mostrarán mucho más reticentes al traslado. Pero al margen de asegurar muy bien estas condiciones, ¿qué más puede hacer la empresa para favorecer la movilidad?

Lo primero es generar una cultura y una actitud positivas respecto al traslado. Eso pasa por establecer medios de comunicación fluidos que eviten la sensación de estar aislado en el nuevo destino, o instaurar programas de intercambio de trabajadores para favorecer la mezcla de culturas. Endesa, por ejemplo, tiene un programa de desarrollo internacional para titulados con unos cinco años de experiencia. Ni tan siquiera hace falta ir al extranjero: NH Hoteles forma a sus empleados en distintos establecimientos españoles durante 12 meses. De cara al traslado, la empresa debe integrar al expatriado mediante el uso de redes sociales en el país de destino, y darle soporte en todas las cuestiones fiscales. El apoyo a la familia puede ser activo: Ikea contrata un servicio de colocación para los cónyuges de sus desplazados, mientras que Danone opta por asignarles un presupuesto anual para viajes al país de origen. Pensando en los hijos, American Express ofrece ayudas para el colegio. Tampoco hay que olvidar los factores más obvios: cuantos más promociones e incentivos económicos se asocie a un traslado, mejor. Igualmente, la empresa debe invitar a los empleados a aprender idiomas.

Las instituciones también cuentan

Trabajadores y empresas son los protagonistas principales de esta historia, pero no hay que olvidar al gobierno y a los sindicatos. Las administraciones tienen muchas cuentas pendientes en el apoyo de la movilidad geográfica. Para empezar, hay que resolver el problema del acceso a la vivienda, que sigue siendo demasiado cara. Luego, la educación, que como mínimo ha de pulir la cuestión de los idiomas. A su vez los sindicatos podrían negociar convenios colectivos que tengan en cuenta los traslados en lugar de dificultarlos. Cierto, hay que defender el derecho del empleado a permanecer en su residencia, pero también es cierto que un exceso de trabas provoca un inmovilismo que, a la larga, perjudica a los propios asalariados.

Del acierto que tengan gobiernos, sindicatos, empresas y trabajadores a la hora de potenciar la movilidad dependerá, en parte, el futuro del mercado laboral español. Porque la reducción del paro no pasa tan sólo por ser más productivos, sino también más flexibles y abiertos. Ahora que tanto se habla de la responsabilidad social corporativa, se puede decir que incentivar la movilidad no es un mero problema macroeconómico: es una necesidad social.

©IESE Business School

©IESE Business School