

# Demasiado 'nini' que ni siquiera busca empleo



Joaquín Maudos

Tras ver los datos de cierre de 2017 del mercado de trabajo, hay motivos que invitan a la alegría: 490.000 ocupados más que en 2016 y una reducción de 2,1 puntos porcentuales de la tasa de paro (471.000 parados menos). Pero es importante no olvidar que seguimos teniendo la segunda tasa de paro más alta de los 29 países de la UE (16,6%), que hay 1,6 millones menos de ocupados respecto al máximo que tuvimos a mediados de 2008, que el 50% son de larga duración (más de un año buscando empleo) y que los asalariados con contrato temporal representan el 27% del total. Por tanto, queda mucho por hacer.

Dentro del mercado de trabajo, uno de los colectivos más sensibles es el de los jóvenes, y aunque su realidad también está mejorando al abrigo de la recuperación económica, su situación laboral y educativa es preocupante. Basta fijarse en tres variables y compararlas con la media de nuestros socios europeos para calificar los datos de alarmantes: la tasa de paro juvenil, el porcentaje de jóvenes ni estudian ni trabajan (los llamados "ninis") y la tasa de abandono escolar temprano.

La radiografía más reciente la acaba de realizar el último *Esenciales* publicado por la Fundación BBVA, cuyo titular ya es, como dice el refrán, para echar a correr: "la tasa de abandono escolar temprano en España es casi un 80% superior a la media europea". Pero vayamos por partes.

En lo que al desempleo se refiere, la tasa de paro de los jóvenes españoles (de 18 a 24 años) ha cerrado 2017

en el 38,6%, nivel que más que duplica la media del total de desempleados (16,6%). Si nos comparamos con la media de la UE, también más que les doblamos, ya que en ese grupo de países se sitúa en el 17,1%. Es más, no hay ni una sola comunidad autónoma con una tasa de paro juvenil por debajo de la europea, ni siquiera País Vasco (27,3%) y Navarra (29,6%), cuyas tasas son las más bajas de España, pero aun así superan en más de diez puntos la de la UE. Si nos fijamos en Andalucía (49%) y Extremadura (48,6%), su tasa casi triplica la europea. Por tanto, se mire por donde se mire, los jóvenes deberían ser centro de atención de las políticas de empleo.

Un factor que ayuda a explicar las elevadas tasas de paro de los jóvenes es su nivel de formación. Para que los jóvenes tengan una mayor empleabilidad, es necesario que alcancen mayores niveles de formación, lo

que exige que no abandonen de forma temprana sus estudios. Si comparamos la tasa de abandono escolar de los jóvenes españoles con la media europea, en España es un 78% superior: 19% frente al 10,7%. Sólo Cataluña y País Vasco se sitúan por debajo de la media de la UE, y cuatro comunidades autónomas (Balears, Andalucía, Murcia y Comunidad Valenciana) más que duplican esa media. Por tanto, otro centro de atención de las tan necesarias reformas estructurales es la del sistema educativo, que lo primero que debe conseguir es reducir esa tasa de abandono escolar, y de paso aumentar las competencias de nuestros jóvenes, que no salen bien paradas en

**Los jóvenes deberían ser el centro de atención de las políticas de empleo en España**

las comparativas internacionales del informe PISA.

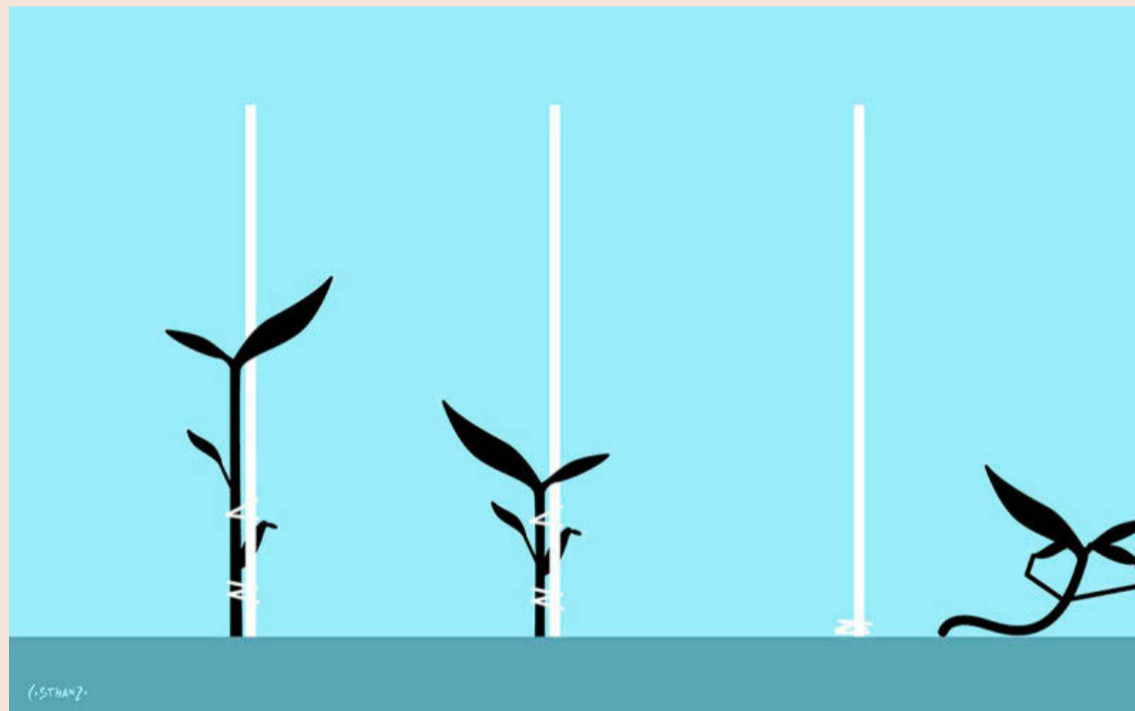
## Inactivos

Vayamos a la última de las variables: los "ninis". Esos jóvenes, algunos de los que no es ya que no trabajen, sino que ni siquiera buscan empleo (inactivos), representaban en España un 19,1% en 2016, casi 4 puntos por encima de la media europea. Aunque en 2017 ha caído al 17,1%, estamos hablando de 532.342 jóvenes entre 18 y 24 años. De esta última cifra, algo más de la mitad (313.742, el 10,1% del total) han abandonado de forma temprana sus estudios no continuando con la formación posobligatoria, lo que dificulta aún más su incorporación al mundo laboral. Del total de "ninis", el 34,7% (187.756 jóvenes) son inactivos, lo que significa que han perdido toda esperanza de encontrar un trabajo. Las situaciones más dramáticas tienen lugar en

Andalucía y Extremadura, donde los "ninis" representan más del 20% de sus jóvenes, duplicando los porcentajes de País Vasco y La Rioja. Las comunidades autónomas donde más pesan los "ninis" inactivos son Baleares (9,5%) y Asturias (8,3%), seguidas de Extremadura (6,5%), Andalucía (6,4%), Cataluña (6,3%) y Canarias (6,3%). Por el contrario, comunidades con menor peso de los "ninis" inactivos son País Vasco (3%) y La Rioja (3,2%). Para el total nacional, el 5,9% de los jóvenes de 18 a 24 años son "ninis" que no buscan empleo.

Desgraciadamente, llevamos demasiado tiempo en el que las reformas estructurales han pasado al baúl de los recuerdos, y dos de ellas (la educativa y la laboral) están estrechamente relacionadas con la situación laboral y educativa de nuestros jóvenes. Como muy bien señala el documento de la Fundación BBVA, los jóvenes son el futuro del país, y de su situación laboral y capital humano dependerá la evolución de variables tan importantes como la productividad (y, por tanto, la competitividad de nuestra economía), las pensiones (cuyo sistema mejorará su viabilidad si aumenta el número de cotizantes) o la desigualdad (que en gran medida viene explicada por el desempleo). El primer objetivo debe ser concienciar a la sociedad (y eso incluye a los padres) de la importancia de la formación y, por tanto, de no abandonar tempranamente el sistema educativo. Si conseguimos reducir las elevadas tasas de suspenso con reformas educativas (lo que exige aumentar el peso en el PIB del gasto en educación), estaremos contribuyendo a reducir la tasa de abandono escolar y, por esta vía, mejorar la empleabilidad y reducir la tasa de paro juvenil.

Catedrático en la Universidad de Valencia, director adjunto en Ivie y colaborador de CUNEF



# Azafatas, escándalos, certezas



Carlos Rodríguez Braun

Una periodista del *Financial Times* desveló el escándalo del President's Club de Londres y su fiesta benéfica, en la cual los asistentes, sólo hombres, se propasaron con las azafatas de forma reprochable siempre y repugnante en algunos casos. El asunto se cobró una dimisión entre las autoridades, y el club se ha disuelto. Algunas de las organizaciones receptoras de las donaciones procedieron a devolverlas.

El asunto parecía tan claro que nadie percibió que la redistribución de los recursos no puede ser objeto de certezas morales en un caso y no en otros. Supongamos que alguien hu-

biese dicho que tampoco fue para tanto y, después de todo, el resultado del manoseo de las azafatas fueron miles de libras esterlinas destinadas a causas nobles y solidarias en Reino Unido.

Jamás habríamos aceptado ese argumento. De hecho, nos llenaría de cólera que alguien nos enfrentara a semejante chantaje, y recurriremos a una venerable delimitación moral: el fin no justifica los medios. En efecto, no los justifica, y la ayuda a los más pobres es inaceptable como excusa de conductas impúdicas y vejatorias. El manoseo de las azafatas fue inmoral, independientemente de si se produjo en un contexto que a su vez se tradujo en la promoción de una buena causa.

Fue inmoral por una razón obvia: cada azafata es propietaria de su cuerpo, y nadie puede manosear a

**La redistribución de los recursos no puede ser sólo en unos casos objeto de certezas morales**

**La mayoría de la comunidad no desea pagar los impuestos que los Estados cobran**

nadie que no desee ser manoseado por esa persona en concreto. No importan los efectos benéficos que los tocamientos puedan generar en terceros, por más necesitados que estén. Tituló un periódico sobre la bacanal en cuestión: *"El pecado de la City"*. Eso es lo que fue. Y no hay más discusión. No puede haberla. Punto final.

## Redistribuir a la fuerza

Naturalmente, toda esta invulnerable certeza moral se derrumba si en vez de manosear a las azafatas se hubiese tratado de manosear sus carteras con objeto de redistribuir a la fuerza su dinero hacia las personas más vulnerables de la sociedad. Un momento, dirá usted. La moral es la moral, siempre y en toda circunstancia. La cartera de las azafatas es propiedad suya igual que su cuerpo, y nadie puede violarlos. ¿Está claro?

Pues no sé qué decirle, la verdad, porque esa violación es la que perpetrarán los Estados redistribuidores, particularmente en Europa; más aún, esa violación es el principal instrumento por medio del cual legitimamente política, democrática y hasta éticamente su propio poder coercitivo, y reclaman por ello el aplauso sincero de la comunidad, que en su mayoría no desea pagar los impuestos que los Estados cobran.

Dirá usted: si unos indecentes se propasan con unas azafatas, ello es muy diferente de si viene Montoro, que es un santo, y sólo se propasa con sus carteras. En ambos casos se trata de infringir un derecho, en contra de la voluntad de las víctimas, y por una buena causa social. Pero no es lo mismo, moralmente no es lo mismo, lo que resulta muy claro porque, porque, porque, porque...

La entrevista del 'Financial Times' ha permitido a Rivera darse a conocer ante los grandes inversores internacionales como alternativa a la "vieja política".

## El ascenso de Rivera



ENSAYOS LIBERALES

Tom Burns  
Marañón

El otro día, *Financial Times* "descubrió" a Albert Rivera. La semblanza y la entrevista con el líder de Ciudadanos ocupó media página del periódico que leen los directivos de los grandes fondos que mueven la riqueza de un país a otro. Durante mucho tiempo, el de momento cuarto partido parlamentario era una nota a pie de página en la cobertura que el diario dedica a la política española. Las elecciones autonómicas catalanas acabaron con el ninguneo.

Desde entonces, una encuesta tras otra muestra una mudanza electoral hacia Ciudadanos, que hoy por hoy parece imparables. Unas describen un empate técnico con el Partido Popular, que es el gran perjudicado del trasvase, y otras apuntan que Rivera encabeza con claridad la intención de voto. Dada la papantista importancia que aquí se otorga a la opinión forastera, el reportaje del *Financial Times* habrá aumentado la creciente irascibilidad que cualquier mención a Ciudadanos produce en Mariano Rajoy y los suyos.

La reunión que el presidente del Gobierno ha convocado hoy con sus barones territoriales estará dominada por el enfado de todos ellos con quienes invaden sus sacrosantos terrenos políticos y les roban los votos. El mal humor popular es palmario, como lo es su nerviosismo. Son estados de ánimo poco propicios a la hora de elaborar estrategias políticas, cuando queda por delante más de la mitad de la legislatura que Rajoy quiere agotar. Son en cualquier caso contraproducentes y penosos.

No deja de ser muy positivo para la marca España el hecho de que el

gran capital internacional se entere de que no todos los dirigentes en estos pagos son inmovilistas carentes de imaginación política, indignados iletrados que llegan de la acampada con el pelo de la dehesa o separatistas cuadrículares que están obsesionados con la idiosincrasia de su propio jardín. Rivera se merece un homenaje porque desmiente los estereotipos de esa España que la leyenda define como ingobernable y decadente debido al oscurantismo de unos y la intransigencia de otros.

Rebatirlos es una labor semejante a la de Sísifo con su pesada piedra cuesta arriba. España tiene empresas de primer orden que triunfan en sectores muy competitivos y la pujanza de su crecimiento económico es indiscutible. Pero la debilidad del Gobierno y su limitada presencia internacional, la parálisis institucional y la polémica en Cataluña sostienen la imagen de una sociedad básicamente disfuncional. Sol y playa al margen, el marketing de lo serio, eficiente y moderno nunca ha sido el fuerte de las autoridades entre Hendaia y Gibraltar.

Para poder llegar con empaque a mercados nuevos hay que establecer términos de referencia que se puedan entender en aquellos ecosistemas y razonamientos que apelan directamente a las sensibilidades que ahí se cultivan. Rivera da muestras de manejar con soltura estas habilidades. Su naturalidad y empatía serán dones con los cuales nació, pero seguramente su destreza comunicativa es también fruto de buenos asesoramiento que ha sabido aprovechar.

El líder de Ciudadanos habló con *Financial Times* del canadiense Justin Trudeau y de Emmanuel Macron, que son los dirigentes más apreciados por la fauna que se reúne en Davos. Y explicó que lo que vence al populismo y la antipolítica, venga de donde venga, es el enfoque abier-



Elena Ramon

Albert Rivera, líder de Ciudadanos, tras la victoria de su partido en las elecciones catalanas del 21-D.

**Rivera se merece un homenaje por desmentir los estereotipos de la España decadente**

**Lo que vence al populismo y la antipolítica es el enfoque abierto de Macron, Trudeau y Rivera**

to que ellos y él representan. Los clásicos partidos de derecha y de izquierda no tienen nada que hacer. Es el mensaje optimista que la gente ilustrada quiere escuchar.

Visto desde fuera, y como consecuencia de su "descubrimiento" por el importante diario de las élites transatlánticas, el joven político español se ha situado cómodamente en el núcleo duro de una tendencia global, o al menos occidental, que se ha puesto muy de moda. La transversalidad, envuelta en un europeísmo reformista, que encarna y predica el presidente de Francia es un asunto atractivo. No lo es, en cambio, la cansina gran coalición en Alemania entre los dos partidos que, precisamente por ser "clásicos" dinosaurios, obtuvieron unos nefastos resultados electorales hace cinco meses.

Alemania es un buen ejemplo de vieja política en fase terminal. El

acuerdo gubernamental disgusta a las dos partes que lo negociaron: a los cristianodemócratas porque se han entregado muchas carteras ministeriales a los socialdemócratas y se diluye la jaleada política de prudencia presupuestaria; y a los socialdemócratas porque la alianza con Angela Merkel, que es como un cedro que no deja que nada crezca a su alrededor, les ha desgastado en el pasado y les volverá a perjudicar. Pero la alternativa era nuevas elecciones, lo que provocaba mucho pánico a los dos.

En España, el fin de ciclo se adelanta porque Rajoy no puede alcanzar un pacto con los socialistas para ganar tiempo como ha conseguido Merkel. Solamente la Francia de Macron ofrece un modelo para superar sistemas moribundos. Por eso los señores del poder y del dinero que en adelante visiten España quedarán conocer a Rivera.

# Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo y Martí Saballs

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrun

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Emelia Viaña, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gauna (Nueva York)

Empresas Yovanna Blanco / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Investigación Miguel Ángel Patiño  
Emprendedores / Jurídico Sergio Saiz / Andalucía Nacho González / Comunidad Valenciana Julia Brines  
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Bruselas Miquel Roig / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. / BARCELONA. 08007. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5. planta 15. sector 4. Tel. 94 473 91 00. Fax 94 473 91 58. / VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2.1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 8.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax 986 43 81 99. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. NUEVA YORK. Tel. +1 303 5862461. Móvil 639 88 52 02. / LONDRES. Tel. 44 (0) 20 77825331.



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Nicola Speroni

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN: Miguel Suárez. / COORDINACIÓN: Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax 91 443 56 47. MADRID: Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 12. / BARCELONA Jefe de Publicidad: Daniel Choucha. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08007 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax 93 496 24 20. / BILBAO: Marta Meler Gines. Plaza Euskadi, 5. planta 15. sector 4. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 43. Fax 94 473 91 56. / VALENCIA: Marcos de la Fuente. Plaza de América, 2.1.ª planta. 46004 Valencia. Tel. 96 337 93 27. ANDALUCÍA: Pilar Caravaca. Avda. República Argentina, 25. 8.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. / GALICIA: Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3. pl. 3. ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. / ZARAGOZA: Alvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 123 124. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 / DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com. RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva. IMPRIME: BERMONT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 670 71 50. Fax 91 327 18 93.

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.