EE 31 700

Uned, Radio Educativa. Buenas noches, ¿qué tal? Comienza un nuevo programa de la Universidad Nacional de Educación a Distancia en Radio Nacional de España, Radio 3, más cerca a cada día, de lunes a viernes, desde las cero horas hasta las dos de la mañana. Vamos a resumirles el sumario de este miércoles 21 de abril.

En revista de Economía analizaremos el plan de estabilidad del gobierno español, hablaremos de la imagen corporativa y de los efectos en la economía española de los presupuestos aprobados por la Unión Europea para el periodo 2000-2006, la denominada Agenda 2000. Foro Político y Sociológico analiza la crisis de Kósovo y también habla de la crisis de la democracia en un mundo como el actual globalizado. En revista de Filosofía trataremos sobre Ortega y Gasset a partir de la interpretación que realiza Javier San Martín en su libro Fenomenología y Cultura en Ortega.

Y en el curso de Acceso a la Universidad para Mayores de 25 años, a partir de la 1 y 35 minutos, hablaremos de Matemáticas Básicas. Estos son los temas que les ofrecemos esta noche en el programa de la UNED, pero antes de dar paso a Revista de Economía quiero recordarles que nuestra universidad se encuentra en periodo electoral y que está abierta a la campaña de presentación del programa del único candidato a rector de la UNED, el catedrático Jaime Montalvo. Jaime Montalvo nos explicará las propuestas de su programa universitario en el informativo de la UNED en la madrugada del jueves al viernes próximo, a partir de la 1 de la mañana.

Ya les hemos avanzado en el sumario las tres cuestiones que hoy nos ocupan en Revista de Economía que les recuerdo es el programa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de nuestra universidad. La primera cuestión es el plan de estabilidad y la trataremos con el catedrático de Economía Financiera, Rafael Morales Arce. Parece que cambiar de imagen corporativa está de moda, la consideración de la imagen resulta hoy clave dentro de una gestión de marketing avanzada.

Esa será nuestra segunda cuestión y veremos este aspecto desde la óptica profesional con José María Tortosa, profesor de Planificación Comercial de la Universidad de Barcelona, al frente de una empresa que trabaja en este campo. También en Revista de Economía hablaremos esta noche de qué efectos puede tener la Agenda 2000 que se refiere a los presupuestos de la Unión Europea y su financiación en la economía española. Desarrollaremos este aspecto con Luis Guzmán, profesor titular de Economía Cuantitativa de la UNED.

Vamos a pasar ya a la primera cuestión, el plan de estabilidad. Recordemos que la presentación del Programa de Estabilidad Económica 1999-2002 por parte del Gobierno Español a las autoridades de la Unión Europea responde al compromiso para la convergencia de cada uno de los gobiernos comunitarios como consecuencia de su incorporación a la tercera fase de la Unión Monetaria Europea. El proyecto que fue muy bien acogido en Bruselas forma parte del

que se asumió en mayo de 1998 cuando se delimitaron los 11 países que accedían a la tercera fase.

La aprobación de este Programa de Estabilidad tiene un centro de gravedad, la reducción del déficit a un porcentaje que había sido señalado inicialmente en el 3% en el Tratado de Maschit y que no podrá superar el 1% cuando la consolidación de la Unión sea una realidad. Pues bien, para valorar este Programa de Estabilidad contamos hoy en Revista Economía con la intervención de Rafael Morales Arce, catedrático de Economía Financiera de la UNED y habitual colaborador en este programa. De nuevo gracias, profesor Morales Arce.

Las autoridades económicas fundamentan el Programa de Estabilidad en unos escenarios determinados para las principales macromagnitudes. ¿Nos puede explicar cuáles son estos escenarios? Se han estimado dos escenarios básicos, un escenario de crecimiento óptimo y otro de crecimiento reducido. La diferencia esencial que hay entre ellos es en el crecimiento del PIB y también en algunos de los componentes más importantes.

En el escenario óptimo se piensa que al año 2002 vamos a llegar con un crecimiento del 3,3% del PIB y en el escenario reducido estaríamos por debajo, en el entorno del 2,5%. Pero hay también otras proyecciones, concretamente en relación al empleo, que se piensa que vamos a seguir teniendo un crecimiento importante del empleo, no tan importante como el de 1998, pero que podría estar entre el 2,8% y el 2,3% en ese escenario optimista y algo menos, entre el 1,5% y el 2,5% en el escenario más pesimista. Y respecto al déficit público, que es una magnitud especialmente vigilada por la Unión Europea, se estima que en el escenario óptimo España tendría en el año 2002 prácticamente un déficit público nulo, del orden del 0,1%, y en el escenario más pesimista tendría un déficit en el entorno del 0,7-0,8% del PIB.

O sea que en cualquiera de los dos escenarios estamos primero ante una atenuación de las tasas de crecimiento que hemos venido teniendo en los años 96, 97, especialmente 97, 98 y tal vez en el 99. En segundo lugar, se va a consolidar un proceso de contención en la evolución de precios al consumo, pero que desafortunadamente el año 99 tendrá un ligero tirón hacia el alfa. En relación al comportamiento del empleo tendría también un crecimiento en los primeros años y después quedaría, como he dicho, en ese entorno del 1,5-2,5% de crecimiento al final del periodo del 2003.

La tasa de desempleo, que es la verdadera preocupación que tiene cualquier gobernante y cualquier persona, continuaría en esa línea de descenso que se ha iniciado en España en el año 95. Hemos superado ya ese suelo que teníamos del 20%, hoy estaremos en el entorno del 18%, y lo que se pretende es situarla entre el 12% y el 15% de desempleo sobre la población activa, que sería ya una tasa todavía importante, pero una tasa bastante mejor que la que se ha tenido en años anteriores. Y la magnitud más compleja de todas, que es el endeudamiento acumulado, que como saben nuestros oyentes, la entrada de miembro de pleno derecho en la Unión Monetaria requería que hubiera un 60% de endeudamiento acumulado sobre el PIB, que España, pero también otros países, no lo cumplían, pues lógicamente ese es probablemente el

indicador que vamos a seguir sin estar cumpliendo.

Puesto que la proyección que se tiene es que en 1999 este indicador estaría en el entorno del 62-63%, y en el año 2002 difícilmente íbamos a estar por debajo del 60% del PIB. Bien es verdad que desde el punto de vista financiero este indicador preocupa menos, pero no hemos de olvidar que el 60% del PIB en términos de 1999 supone casi 50 billones de pesetas, que es una deuda latente que ahí tenemos, que aunque evidentemente las cargas financieras serán menores porque los tipos de interés se han reducido, pero que es un volumen de endeudamiento que antes o después habrá que pagar. Tras estos grandes parámetros, profesor Morales Arce, ¿cómo podríamos desagregar estos datos desde la perspectiva de la demanda? Bueno, pues en primer lugar el consumo tendrá un comportamiento de aceleración en el 99%, aunque va a irse atenuando, me refiero al consumo privado.

El consumo público lo más razonable sería que se mantuviera con un crecimiento moderado en el entorno del 1-1,2%, puesto que eso irá con esa política de déficit que se quiere mantener, esto es, tener el gasto corriente controlado y especialmente su componente de consumo privado. Sin embargo, la formación bruta de capital fijo debe tener un comportamiento expansivo, especialmente dentro de los dos componentes que tiene la inversión en la construcción, puesto que la inversión en esta parte de los agregados económicos tiene una capacidad de generación de empleo muy importante y va en línea con lo que antes decía de ese objetivo de atenuación de la tasa de desempleo. La demanda nacional, consecuentemente, tendría un comportamiento expansivo pasando de un crecimiento del 2,8-2,9 que tuvo en el 97 a un crecimiento del 5%, que se espera en 1999, pero para dejarla algo menos en el 3,5% como promedio en ese trienio 2000-2002.

El comercio exterior, las exportaciones, pues también van a tener su crecimiento en el año 99 y las importaciones van a tener un comportamiento parecido a lo que ha sido el 98-99, con lo cual la conjunción de exportaciones e importaciones producirá un saldo exterior que tendría, en la perspectiva que se está manejando, una contribución negativa al crecimiento de la riqueza. En el año 98 será del orden del 0,8%, pero podría subir a más del 1% en el entorno del 1,3% en el año 99. Esto es un factor negativo dentro de este conjunto de indicadores.

Y finalmente decir que en todo este cuadro macroeconómico subyace un objetivo importante, y es que la renta per cápita española, que hoy está situada en el 79% de la media de la comunidad, debiera elevarse hasta el 82% de la media de la Unión Europea al término del año 2002. Este sería verdaderamente un paso significativo, no sólo si se alcanza, sino incluso si se supera, porque sería realmente converger en la magnitud básica que compara a un país con otro, que es la renta per cápita. Como nos ha comentado, los datos básicos apuntan a un comportamiento favorable de los grandes indicadores, pero de nuevo volvemos a hablar del mercado de trabajo.

¿Qué va a pasar con el mercado de trabajo? La expectativa de crecimiento del empleo es positiva. En el año 98 se han constatado del orden de 450.000 nuevos empleos. Algo menos

puede haber en el año 99, del orden de 360.000-370.000, pero el crecimiento medio del empleo en el periodo 2000-2002, pero computado en el trienio, sería casi un millón de nuevos empleos, del orden de 959.000 empleos.

Quiere decir que esos empleos van a ir, desafortunadamente, siendo cada vez menores para alcanzar un millón nuevo de empleos. No obstante, es una aportación importante. Todos desearíamos que en vez de un millón, pues fuera un millón doscientas, un millón y medio, incluso dos millones, para que hubiera solamente una tasa natural de desempleo, pero desafortunadamente eso no será así.

No obstante, la tasa de desempleo sobre la población activa puede situarse en el escenario más optimista, como antes he dicho, en torno al 12-13%, que todavía es importante, pero está a la mitad de la que teníamos hace cinco años. No obstante, esta previsión que hay sobre el comportamiento del empleo puede considerarse relativamente optimista. Seguiremos siendo, por otra parte, el país con más alta tasa de desempleo en el conjunto de la Unión Europea, y suponemos, aunque esto no se explica en el programa de estabilidad, que ello va a obligar a continuar con la flexibilización del mercado de trabajo, con continuar con las medidas de promoción de la formación y la reconversión profesional, especialmente para aquellos trabajadores que están en paro, que están en paro ya de larga duración, para aquellos trabajadores que tienen más de 45 años y tienen capacidad para ser reconvertidos, habría que continuar haciendo un esfuerzo importante para que esas personas puedan seguir siendo activos en el mercado de trabajo, y sobre todo para que la actuación de los interlocutores sociales, tanto los sindicatos como los empresarios, permitan mantener la competitividad de la economía española sin alteraciones en los salarios, por encima de la evolución previsible de los costes.

Y, lógicamente, que continúe todo ese programa de reformas del sistema de pensiones y de la seguridad social que tantas veces se han puesto de manifiesto en estos medios. Los principales analistas consideran que la inflación puede ser uno de los peligros potenciales para la convergencia europea. ¿Usted cree, profesor Morales Arce, que va a suponer este proceso una efectiva consolidación de la reducción de los precios? Desde luego, en 1999 no, porque claramente habrá una inflación mayor que la que ha existido en el 98, y la estimación más realista parece que se va a situar en torno del 2%.

Pero, si efectivamente las autoridades económicas llevan a cabo ese plan que acaba de anunciar el vicepresidente económico, pues, lógicamente, si hay un plan de choque contra la inflación, ésta tendría que situarse, considerando el periodo 2000-2002, en ese promedio, en el entorno del 1,6-1,7% anual. Pero, claro, eso no debe contentarnos. Eso sería contentarnos si consideramos inflaciones pasadas, de muchos años atrás.

Pero, considerando que la Unión Europea está con el 0,8%, estamos en una inflación doble que ellos. Y, lógicamente, esto no sólo no es positivo, sino que va a afectar sustancialmente a nuestra competitividad. Es conocida por la opinión pública la endémica situación de las finanzas

públicas, especialmente en los últimos 20 años.

¿Cuál será la situación de las cuentas públicas al final de este programa de estabilidad? Bien. Habrá que esperar, en primer lugar, a la realidad de lo que han sido las reformas de la imposición, especialmente el impuesto de la renta de las personas físicas, que empieza a funcionar en 1999. La expectativa que están haciendo las autoridades de crecimiento de los ingresos públicos es que van a subir, en promedio, en el trienio, en el entorno del 5%, y el gasto público va a subir en el entorno del 4%.

Si eso es así, está claro que hay un punto de diferencial todos los años de mayor velocidad en el crecimiento del ingreso que en el crecimiento del gasto. Eso va a favorecer, como antes decía, que el déficit público se contraiga. La realidad es que seguimos teniendo un déficit público que, incluso el FMI nos lo acaba de recordar, que tiene que situarse, ya en 1999, por debajo del 1,6%, y lo deseable sería que estuviéramos por debajo del 1%.

Nuestras autoridades están indicando, según las dos hipótesis de crecimiento, que el déficit público va a estar entre prácticamente nada al 0,7%, pero la realidad demuestra que bajar del 1% será realmente una hazaña gloriosa si lo consiguen las autoridades. Muy bien, gracias profesor Morales Arce, y hasta el próximo día. Muchas gracias a usted.

Seguimos en Revista de Economía. Decíamos en la presentación de nuestro programa que la consideración de la imagen resulta hoy clave dentro de una gestión de marketing avanzada, y la identidad corporativa constituye un elemento esencial a la hora de configurar la imagen de una organización, estableciendo estrategias para comunicar la personalidad de una empresa a través de sus aspectos físicos, visuales y sus comportamientos. Hoy nos acompaña, en Revista de Economía, José María Tortosa Vidal, que es profesor titular de Economía y Organización de Empresa de la Universidad de Barcelona.

Es también socio fundador de la consultora Durán Tortosa Asociados, con una amplia experiencia en el campo de la imagen de la empresa. Precisamente por esa doble condición, profesional y docente, le hemos pedido esta noche que nos aporte sus opiniones en esta materia, concretamente en los campos que se están desarrollando con más fuerza en marketing, y especialmente en el de la imagen corporativa. Buenas noches, José María Tortosa Vidal, gracias por acompañarnos en Revista de Economía.

Muy buenas noches. Según los teóricos de la empresa, la empresa de futuro va a competir en calidad y en comunicación. ¿Qué aporta el marketing en este futuro y en el campo de la comunicación? Bueno, yo diría que mucho.

En calidad, el marketing, una función primordial que tiene es conocer las necesidades del consumidor. Por lo tanto, como está constantemente trabajando en ello, lo que hace es un aporte a todo lo que es el departamento técnico y el departamento de producción de las empresas. Entonces, lo que hace es intentar dar ideas para mejorar en la calidad de los productos.

Y a nivel de comunicación, yo diría que más que el marketing, lo que nos ayuda es la evolución de todos los medios de comunicación. Hace dos años, tres años, hablar de Internet era como hablar de la quinta galaxia, y hoy en día ya se está hablando y se están incorporando muchísimas empresas a procesos de distribución a través del correo electrónico. Y esto yo creo que es una gran aportación que el marketing hace en estos momentos.

Empresas editoriales están montando auténticas bibliotecas donde puedes navegar a través de estas bibliotecas y donde un editorial te puede ofrecer 300.000 títulos y tú puedes ir buscando, navegando por Internet y adquiriendo los títulos que sean de tu interés. Muy bien, José María Tortosa. Dicen que toda la empresa comunica y me imagino que esa comunicación supone una imagen determinada con respecto a la empresa.

Me gustaría que hablásemos del concepto de identidad corporativa o de imagen corporativa. ¿Cuál es exactamente? ¿En qué consiste? ¿Qué es el concepto este? Bueno, a ver. Son dos conceptos que yo diría que van a desembocar al mismo objetivo.

Lo que pasa es que tienen alguna diferencia. O sea, si hablamos de identificación, la identificación es la movilización de todos los mecanismos psicológicos que se ponen en juego para, de alguna forma, determinar un mensaje. Y la imagen corporativa es el conocimiento y la valoración que se tiene por parte de las personas de una empresa.

Por lo tanto, ¿las empresas qué hacen? En primer lugar, lo que hacen es intentar encontrar a través de unos mecanismos psicológicos su identificación, la identificación que ella cree que ha de tener dentro de la mente de las personas. A través de aquí entra el profesional, el profesional de comunicación, construye esta imagen y a través de toda una serie de medios la implementa dentro de la mente de las personas. Aquí en España, como ejemplos ni que sean antiguos, tenemos las grandes empresas de hidrocarburos tipo Repsol, que en su momento, hace 10 o 15 años, tuvo que hacer un gran cambio en su imagen corporativa y después, otro ejemplo clarísimo, son los cambios de imagen que han tenido grandes entidades financieras como puede ser en Madrid.

La caja de Madrid y en Barcelona la caja, que cambiaron, bueno, dieron un cambio total dentro de su imagen corporativa. Sí, quizás otra cuestión también interesante es, normalmente estos cambios de imagen o de identidad se hacen por empresas que son externas a la propia empresa. ¿Usted qué opina? ¿Quién debe encargarse de estos programas de identidad y cuál es la importancia de las empresas especializadas en este campo? En España hay muchas, ¿está desarrollado este terreno? A ver, yo particularmente, si tengo que explicarlo a los alumnos o tengo que recomendarlo a un cliente, yo esto siempre, siempre, siempre al 100% recomiendo empresa externa.

¿Y empresa externa por qué? Simplemente porque no conocerán los vicios adquiridos que ha ido teniendo la empresa a través de los años. Esto hacerlo a través de personal propio es tremendamente difícil, lo que sí, cuidado, la empresa en cuestión ha de nombrar un equipo para pelar constantemente los pasos o controlar los pasos que va haciendo la empresa externa.

Esto para mí es evidente.

Por otro lado, hay muchas empresas, bueno, también diría de que hay muchas empresas que se atreven y hay pocas especializadas. Sí, yo creo que es una cuestión ya un poco para cerrar el tema de cara a los alumnos, sobre todo a los alumnos que escuchan este programa, que son los de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED. ¿Es el futuro profesional con respecto a este tema? ¿Qué les puede usted aportar, José María Tortosa? A ver, aquí hay dos campos.

Uno, el futuro del campo profesional del marketing, ahora en estos momentos hay bastante polémica. Yo creo que la realidad es que hay grandes empresas multinacionales que están centralizando sus grandes departamentos de marketing en lo que se les da en llamar las capitales europeas. Entonces, están dejando simplemente en los países de destino pequeños equipos de marketing y sus grandes equipos de marketing los están situando en las centrales de estas capitales europeas, París, Bruselas, Amsterdam, etc.

Esto es consecuencia principalmente de la internacionalización de las marcas y de la globalización del mercado. Esto está clarísimo. Por lo tanto, con esto no quiero decir que sea una decisión que la tomen actualmente o que la hayan tomado actualmente todas las empresas.

Hay algunas empresas que la han tomado y algunas que se lo están pensando. Pero, a pesar de todo, sigue habiendo un campo en grandes empresas como Procter's, como Levers, como Henkels, como Nestlé, etc. Lo que pasa es que lo que he dicho al principio, como el marketing se está introduciendo ya como área dentro de las empresas en pequeñas y medianas empresas, yo creo que aquí hay un campo profesional muy amplio.

Hablar del campo profesional en imagen corporativa, bueno, pues diría yo que ahí las oportunidades se miden a tenor de las oportunidades que se pueden encontrar hoy en día dentro del campo profesional en agencias de publicidad o en agencias de imagen corporativa. En conjunto, todas las imágenes que se están desarrollando desde empresas españolas con respecto a imágenes de empresas de nuestro país, en conjunto, ¿qué opinión tiene usted? Bien, aquí tenemos casos concretos de empresas financieras, como por ejemplo el Banco Santander, que yo creo que ha obtenido una imagen corporativa excelente y vaya por la información que tengo, a nivel de otros países tienen una grandísima consideración sobre esta entidad financiera. Por lo tanto, yo creo que se ha trabajado bien, estamos trabajando bien y diría más, en el mundo de la comunicación, España tiene una gran consideración a nivel mundial.

Bueno, los grandes premios aquí, a lo mejor solamente hablamos de publicidad, pero bueno, ¿qué es importante? Las compañías españolas, los creativos españoles obtienen constantemente premios de muchísima importancia, tanto en Venecia como en Cannes, que son donde se distribuyen, por decirlo de alguna forma, los Oscars de la publicidad. España, en ese aspecto, yo creo que estamos en una situación tremendamente avanzada y empresas extranjeras piden y solicitan campañas a empresas nacionales. Cuando he dicho antes de que

alguna empresa se había dirigido a empresas extranjeras para su imagen corporativa, estoy hablando a lo mejor de la década de los 80.

Actualmente yo creo que estamos a un nivel altísimo, pero altísimo, altísimo, y hay grandísimos profesionales en el campo de la comunicación y más ampliamente en el campo del marketing. En ese sentido iba mi pregunta, José María Tortosa. Bien, pues muchísimas gracias por habernos cedido unos minutos para este programa Revista de Economía y hasta una próxima ocasión.

Un saludo, muchas gracias y a vuestra disposición.