

# 22

Especial el "milagro" irlandés

# CAPLEA

*Boletín*

<http://www.jovenmania.com/empleo>



GOBIERNO  
de  
CANTABRIA

CONSEJERÍA DE RELACIONES INSTITUCIONALES  
Y ASUNTOS EUROPEOS  
DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

# CAPLEA

## Boletín

Número 22

CAPLEA (Centro de Asesoramiento y Promoción Laboral y Empresarial)  
es un servicio de la Dirección General de Juventud  
Consejería de Relaciones Institucionales y Asuntos Europeos

CAPLEA C/Menéndez Pelayo,8 (pasadizo) 39006  
SANTANDER.  
Teléfono 942 31 47 84 - [caplea@jovenmania.com](mailto:caplea@jovenmania.com)



<http://www.jovenmania.com/empleo>

## El "milagro" irlandés



Irlanda pasó de una tasa de desempleo juvenil de más del 25 % en 1993 al 8 % actual.

### El marco económico

La República de Irlanda es en la actualidad uno de los países más prósperos de la Unión Europea, habiendo experimentado un fuerte progreso económico en los últimos quince años. En este periodo la renta per cápita de los irlandeses (a precios constantes) casi se ha triplicado, superando ya holgadamente la media comunitaria.

Entre las razones del rápido crecimiento económico experimentado por la República de Irlanda, conocido popularmente como "el milagro irlandés", hay que citar la fuerte ayuda recibida de los fondos de la UE, la favorable composición demográfica del país y la ininterrumpida política de concertación social seguida desde 1987 (acuerdos sólidos entre gobierno, sindicatos y empresarios). Estos factores han convertido a la República de



Irlanda en la primera receptora per cápita de inversión extranjera de la UE, permitiéndola mantener tasas de crecimiento muy por encima de la media comunitaria.

Como otras economías occidentales, la República de Irlanda ha experimentado en las últimas décadas un importante proceso de terciarización, y en la actualidad cerca de las tres cuartas partes de los irlandeses trabajan en los servicios, algo menos del veinte por ciento en la industria y tan sólo en torno a un ocho por ciento en la agricultura. En el caso de la República de Irlanda, no obstante, hay que señalar la mayor rapidez con que se ha producido este cambio, habida cuenta del retraso económico relativo del que partía.

El principal motor de la economía irlandesa está localizado en el área metropolitana de Dublín, donde

*Entre las diversas causas del "milagro irlandés" están: una fuerte cohesión social (Se consiguió aunar competitividad y concertación social: acuerdos sólidos entre gobierno, sindicatos y empresarios) y el haber sabido identificar décadas atrás sectores en que el país podría llegar a destacarse internacionalmente y atraer fondos europeos e inversiones privadas internacionales para desarrollarlos.*

vive en la actualidad más de un tercio del total del país. Otras áreas económicas importantes son la ciudad de Cork y su entorno y, en la misma región de Munster, la ciudad de Limerick.

El desarrollo económico experimentado por la República de Irlanda ha tenido un impacto espectacular en el área del empleo. De ser Irlanda, a comienzos de los años ochenta, el país con mayor índice de paro en la Comunidad Europea, se ha pasado a una tasa de desempleo por debajo del cinco por ciento. Esta reducción en el paro se ha conseguido además absorbiendo paralelamente un importante volumen de emigrantes retornado y abriendo las puertas a un considerable contingente de inmigrantes comunitarios y extracomunitarios.

Otro aspecto en el que ha tenido impacto importante el progreso económico han sido los salarios. En la actualidad los salarios en la República de Irlanda se sitúan ya por encima de la media comunitaria. Esto, unido a la disponibilidad de vacantes, ha convertido a la República de Irlanda en un país de creciente atractivo para la inmigración.

### Transformación y cambios

La sociedad irlandesa ha experimentado una transformación muy importante en las últimas décadas, y muy en especial desde los años ochenta. En la actualidad, se trata de una sociedad bastante alejada del estereotipo de la sociedad tradicional que hasta hace no mucho la definía con cierta precisión. Esta transformación no ha dejado de tener componentes traumáticos y, aún hoy, se perciben algunos roces entre una sociedad cada día más occidental, cosmopolita y secular y la tradicional sociedad irlandesa fuertemente asentada sobre las bases de la religión y el nacionalismo. Aspectos como el divorcio o el aborto siguen suscitando constante polémica.

*De ser Irlanda, a comienzos de los años ochenta, el país con mayor índice de paro en la Comunidad Europea, se ha pasado a una tasa de desempleo por debajo del cinco por ciento*



*Derecha: renta por persona en Irlanda entre 1991 y 2000*

País	1991	2000
GDP per capita (\$)	20920	45000
Luxemburgo	20920	45000
<b>Irlanda</b>	<b>13111</b>	<b>28500</b>
Dinamarca	20163	28300
Holanda	18072	27500
Bélgica	20330	26300
Austria	19842	26000
Alemania	19086	24900
Finlandia	17173	24900
Italia	18123	24500
Suecia	18252	24400
Reino Unido	16766	23900
España	13455	19300
Portugal	11745	17600
Grecia	11668	16000

La población irlandesa es todavía una población joven en comparación con las poblaciones de la mayoría del resto de los países de la UE, componiendo los menores de veinte años un grupo tres veces más numeroso que el de los mayores de sesenta y cinco. No obstante, la tasa de natalidad (en torno al 1,5) no garantiza ya el reemplazo generacional y el crecimiento de la población se mantiene fundamentalmente como consecuencia de la inmigración y el retorno de emigrantes.

La familia nuclear sigue constituyendo un ele-

mento muy importante en la sociedad irlandesa, pero es este ámbito se están produciendo también rápidos cambios, como consecuencia de la fuerte participación de la mujer en el mercado de trabajo y el aumento del divorcio y las separaciones. La inmigración y el retorno ha introducido asimismo en Irlanda nuevas formas de convivencia familiar, alejadas del modelo tradicional católico irlandés.

A la hora de hacerse una composición de lugar adecuada sobre el carácter de la sociedad irlandesa han de tenerse siempre muy presentes las grandes diferencias que existen entre las zonas rurales y las áreas metropolitanas de Dublín y Cork. Estas diferencias entre el ámbito rural y el urbano, importantes en todos los países, son probablemente aún más marcadas en el caso de la República de Irlanda, por cuanto la transformación social ha sido mucho más acelerada. En cierto sentido, puede hablarse de la convivencia de dos modelos sociales muy diferentes, el tradicional en el ámbito rural y un nuevo modelo occidental y cosmopolita en las grandes áreas urbanas.

Para el ciudadano español que elija la República de Irlanda como lugar de residencia y trabajo, la adaptación puede resultar algo más fácil que en otros países de la UE, por cuanto el

*Para el ciudadano español que elija la República de Irlanda como lugar de residencia y trabajo, la adaptación puede resultar algo más fácil que en otros países de la UE*

irlandés conserva aún buena parte de un sentido de la hospitalidad y la convivencia que al español acaso le resulta más próximo. Sin embargo, debe tenerse presente que, como todas las sociedades occidentales, la sociedad irlandesa también se va haciendo más individualista y más fría, por lo que resulta imprescindible un esfuerzo de adaptación.



*A la hora de hacerse una composición de lugar adecuada sobre el carácter de la sociedad irlandesa han de tenerse siempre muy presentes las grandes diferencias que existen entre las zonas rurales y las áreas metropolitanas de Dublín y Cork*



**Fuente: Embajada de España en Irlanda  
Consejería de Trabajo y Asuntos Sociales  
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales**

# Irlanda, una de las economías basadas en la alta tecnología más pujantes de Europa

Fuente: Revista de la OMPI, Ginebra, julio-agosto 2005

Irlanda se enorgullece de ser en la actualidad una de las economías basadas en la alta tecnología más pujantes de Europa. Conocida ahora como "el tigre celta", es un ejemplo perfecto de construcción de un país antes de promocionarlo.

Durante más de una década de colaboración (la denominada alianza social) entre gobierno, sindicatos y organizaciones de agricultores y comunitarias, Irlanda creó metódicamente la infraestructura económica necesaria para convertirse en uno de los interlocutores de la nueva economía mundial.

A lo largo de los últimos tres años, la economía ha crecido a un ritmo medio de más del 7%. En la actualidad registra un gran superávit en la balanza de pagos y en el presupuesto ordinario.

Las exportaciones representan tres cuartas partes del producto nacional, lo que supone un nivel único en Europa. Es el segundo mayor exportador de soportes lógicos del mundo tras los Estados Unidos.

Aunque representa solamente un uno por ciento de la población europea, consigue casi la cuarta parte de las inversiones que realizan los Estados Unidos en fabricación en Europa.

El 45% de los trabajadores irlandeses están

*Hace una década, los ingresos medios en Irlanda estaban por debajo de las dos terceras partes de los ingresos medios de los británicos; el año pasado los superaron.*

*El 45% de los trabajadores irlandeses están empleados actualmente por empresas transnacionales, como Intel, IBM, Hewlett-Packard, Compaq o Sandoz.*



empleados actualmente por empresas transnacionales, como Intel, IBM, Hewlett-Packard, Compaq o Sandoz.

El 53% de los inmigrantes son naturales del país, es decir, personas que salieron de Irlanda a trabajar a otros lugares que ahora regresan.

Hace una década, los ingresos medios en Irlanda estaban por debajo de las dos terceras partes de los ingresos medios de los británicos; el año pasado los superaron.

En muchos sentidos, Irlanda es un ejemplo perfecto de "desarrollo de marca por iniciativa política". En lugar de dedicar millones a mensajes de mercadotecnia en un intento probablemente vano de cambiar la opinión de la población respecto del país, que hasta hace poco tiempo estaba relacionada con el declive

económico y social el gobierno irlandés, se centró en demostrar que la Irlanda moderna era un polo de atracción para la inversión extranjera, una cuna de nuevas tecnologías, un centro europeo de transportes y comercio estratégicamente situado y el hogar de una fuerza laboral

social el gobierno irlandés, se centró en demostrar que la Irlanda moderna era un polo de atracción para la inversión extranjera, una cuna de nuevas tecnologías, un centro europeo de transportes y comercio estratégicamente situado y el hogar de una fuerza laboral motivada, bien formada y con espíritu empresarial.

Al concentrar todas su energías en atraer la inversión extranjera y hacer realidad el milagro económico, muy pronto el gobierno irlandés se dio cuenta de que prácticamente no era necesario gastar dinero en comunicaciones de marketing para hacer que el mensaje se entendiera: lo que estaba sucediendo en Irlanda era tan sorprendente que no hacía falta animar mucho a los medios de comunicación internacionales para que se lo contaran al mundo.

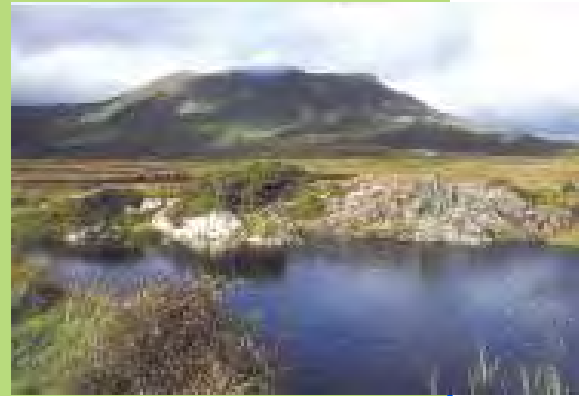
En lugar de comprar costosos espacios publicitarios, la Industrial Development Agency (IDA) invitó sencillamente a los periodistas a Irlanda para enseñarles lo que estaba sucediendo; y la publicidad llegó gratuitamente.

Muy pronto, hubo algo del nuevo ambiente que se respiraba en Irlanda, así como la creciente riqueza de su población, que empezó a surgir de forma bastante

natural en la manera habitual de comunicarse de las partes interesadas del país: la oficina de turismo, las aerolíneas nacionales, los exportadores principales; todos, de manera un poco inconsciente, empezaron a adoptar un tono de confianza, de logro, de renovada autoestima y de importancia.

Lo que demuestra sin lugar a dudas el caso de Irlanda es que la reputación sólo puede ganarse, y que la marca de una nación sólo puede transformarse cuando la propia nación modifica verdaderamente su conducta.

*Fuentes: Tobin, Paul. "Ireland, The Celtic Tiger: A Winning Economy." CBS James Street, 1997; Rushworth, Nick. "The Celtic Tiger and the Wild Geese." abc.net, 5 de septiembre de 1999; Hyland, Julie. "What makes the Celtic Tiger Run?" World Socialist Web Site, 16 de junio de 1998; "In Step with the Celtic Tiger." www.ICEM.org, Vol. 4, No. 1, 1999. Fuente del estudio de caso: "The Brand Called Wisconsin", libro blanco escrito por Marsha Lindsay.*



## El "Escáner laboral"

CAPLEA



**Empleo, becas  
y formación**

**on line**

**Entra en nuestra nueva sección,  
el Escáner laboral, para conocer ofertas  
de empleo, becas y formación :**

<http://www.jovenmania.com/empleo>

