

# No desperdiciemos esta crisis



Alfredo Bonet

Nuestro presidente, John de Zulueta, suele recurrir a la cita de Churchill "Nunca desperdiciemos una buena crisis" para llamar la atención sobre la relevancia de las decisiones que debemos tomar en las próximas semanas para afrontar la recuperación económica y social. La pandemia nos deja una situación deplorable desde el punto de vista económico, laboral y social, y numerosas heridas que tardarán en cicatrizar. Los organismos internacionales e institutos de investigación económica van empeorando sus previsiones al irse constatando el retraso en vencer la batalla sanitaria en el plazo esperado, y hasta el presidente del Gobierno acaba de reconocer que no podremos recuperar el nivel de PIB previo a la crisis hasta dentro de tres años.

Cuanto mayor es la profundidad de la crisis y sus consecuencias, mayor es la responsabilidad de acertar con el plan de recuperación. No podemos conformarnos con volver a la situación anterior, en reconstruir lo destruido, porque las circunstancias han cambiado, ni podemos aspirar sólo a recuperar lo que teníamos. Tras tocar fondo, debemos aprovechar para salir fortalecidos, tomar impulso y llegar más lejos. ¿Y eso cómo se hace? Planeando una estrategia ambiciosa y adecuada para los desafíos que tenemos por delante. El Círculo de Empresarios y Boston Consulting Group hemos tratado de ofrecer una serie de ideas en nuestro documento *Transformación del modelo productivo español: 14 prioridades*, que presentamos hace unas semanas y está disponible en nuestra web.

Lo primero que debemos hacer es intentar anticipar el futuro. No ganamos nada mirando a un pasado que, en muchos aspectos, ya está desfasado. La estrategia de recuperación debe diseñarse desde el futuro, identificando lo mejor posible el mundo que viene, las tendencias que se han precipitado con esta crisis, las nuevas reglas del juego. Ese es el entorno en que vamos a competir como país, como economía y como sociedad, y al que debemos adecuar nuestro modelo de crecimiento y bienestar social.

Esto exige modernizar y actualizar ese modelo a esta nueva situación mediante la aplicación de las reformas estructurales necesarias. Algunas deben afrontar desafíos de carácter global, como la digitalización o la sostenibilidad medioambiental y social, que son imprescindibles para avanzar hacia un modelo productivo más eficiente, generador de mayor valor añadido y respetuoso con el medio ambiente y que nos permita competir con éxito en el mercado global. Pero otras reformas deben dirigirse a afrontar algunos de los principales cuellos de botella que debilitan nuestra propia capacidad de crecer,

generar empleo y recursos para sostener nuestro Estado de bienestar.

Entre ellas está la reforma de la educación, en todos sus niveles, para generar el talento que necesitamos en el futuro, que debe ser consensuada entre los principales grupos parlamentarios para que concite los apoyos precisos que permitan su continuidad y efectividad durante una generación. También la laboral, para atacar el problema de la dualidad entre trabajadores fijos y temporales y las causas de que tengamos tasas de paro estructurales del doble de la media de los países de nuestro entorno. La reforma de las pensiones, para resolver la insostenibilidad financiera del sistema, es inaplazable; no podemos seguir mostrando esta insolidaridad intergeneracional con nuestros hijos y nietos.

## Eficiencia del gasto público

Los niveles de déficit y deuda pública en que estamos incurriendo exigen una revisión a fondo que nos permita reequilibrar las cuentas públicas en un plazo razonable. La fiscalidad tiene que ser objeto de una reforma integral que, cuando la economía retorne a un crecimiento estable y sin afectar a la competitividad de modelo, permita incrementar la recaudación. Entre otras medidas, habrá

que expandir las bases imponibles intensificando la identificación de bolsas de fraude y economía sumergida. Pero es innegable antes acometer un completo análisis de la eficiencia del gasto público para reconsiderar los conceptos más improductivos, que son importantes atendiendo a los rigurosos informes de la AIREF.

A estas reformas específicas debería sumarse un abanico de medidas más concretas que permitan avanzar hacia un clima

de negocios más favorable para el emprendimiento, la investigación, la innovación, la inversión nacional y extranjera, el crecimiento de las empresas y, en definitiva, la competitividad. Las autoridades y nuestros socios europeos esperan ver una estrategia ortodoxa de este tipo como marco para la inversión de los cuantiosos recursos del fondo de recuperación y resiliencia, sustanciada en un plan ambicioso, creíble y que inspire la confianza necesaria. Un programa que ofrezca garantías de que el sistema productivo, y la comunidad empresarial que lo gestiona, podrán demostrar una vez más su capacidad de emprender, innovar, crecer, crear empleo y generar, con ello los recursos necesarios para fortalecer el Estado de bienestar y reducir el endeudamiento en el futuro.

Un programa de estas características debería recibir un muy amplio apoyo parlamentario, lo que reforzaría su legitimidad y confianza tanto entre la comunidad empresarial española y extranjera como en la Comisión y el Consejo europeos. La primera pista la tendremos en octubre con el diseño y tramitación de los Presupuestos de 2021. Si fuera posible conseguir ese consenso, desde luego que no habríamos desperdiciado esta crisis.

Secretario general del Círculo de Empresarios

# ¿Hacia la desglobalización?



Josep González

España está viviendo un verano negro. La crisis turística se ha acentuado en las últimas semanas, coincidiendo con la proliferación de rebrotes en nuestro país. Desde mediados de julio, España ha ido acumulando vetos de sus principales mercados turísticos. Las restricciones de Reino Unido, Francia, Alemania, Bélgica, Austria o Dinamarca han contribuido a hundir definitivamente la temporada de verano.

Esta situación impacta fuertemente en la marcha de la economía española que ya estaba duramente castigada desde el inicio de la pandemia. Recordemos que el sector en España está dimensionado para 80 millones de visitantes y representa aproximadamente un 12% del PIB. Según previsiones de la Organización Mundial del Turismo, el turismo global descenderá este año entre un 60% y un 80%. En una mirada más próxima, según datos recogidos recientemente por Pimec Turismo, las pymes catalanas del

sector turístico han dejado de ingresar 10.300 millones de euros en lo que va de temporada como consecuencia de la caída del número de visitantes extranjeros que, según este mismo informe, se cifra en un 69%.

Si la circulación de personas se encuentra en mínimos históricos, la situación es sólo un poco mejor en el caso de las mercancías. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), el comercio mundial podría mermar entre un 13% y un 30% este año, según los diferentes escenarios. Un 90% de los países han aplicado medidas proteccionistas y restrictivas durante la pandemia, lo que afecta a los intercambios por valor de 1,3 billones de euros, un 10% del comercio mundial.

La tendencia en los últimos años ya no era positiva, con un creciente proteccionismo espoleado por líderes nacionalistas como Trump, Bolsonaro o Modi. En China, la retórica del líder Xi ha parecido siempre más

abierta, pero el país continúa aplicando su tradicional y sutil política de apoyo a las empresas autóctonas. Recientemente han proliferado los delitos comerciales, entre China y EEUU, la UE y EEUU, Japón y Corea, o el último entre India y China, de origen político. Continúan enquistados muchos otros conflictos, como el boicot ruso a la alimentación europea, que tanto daño ha hecho a los exportadores españoles.

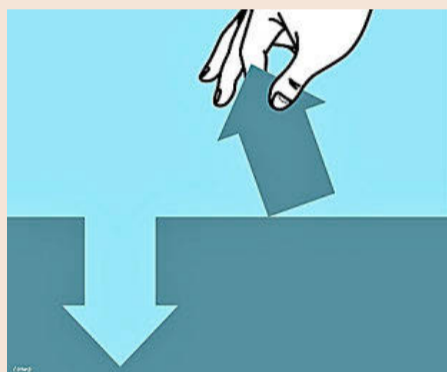
## Un futuro más 'regional'

Ahora, el Covid-19 podría dar el toque de gracia a una globalización ya en crisis. Algunos analistas consideran que podríamos retroceder una década en el nivel de integración comercial entre estados. Otros, sin embargo, consideran que la pandemia ha evidenciado algunos desequilibrios insostenibles, como el hecho de que la mayoría de los productos médicos se fabriquen en China. Seguramente el futuro será más "regional", con menos importaciones de China y un mayor grado de fabricación en el eje Europa-norte y África-Mediterráneo. Algunos nuevos programas europeos como el EU4Health precisamente impulsarán esta tendencia.

La protección del medio ambiente nos debía llevar irremediablemente por este camino, ya que parece poco sostenible que determinados productos se fabriquen a 10.000 km de su mercado final de consumo. Las iniciativas europeas sobre la "huella ecológica" y la "ecotasa en frontera" (*carbon border adjustment mechanism*) se habían anunciado meses antes de la pandemia y el Covid-19 las justifica aún más.

Deberán las empresas españolas adaptarse a esta tendencia, priorizando el suministro de proximidad (*nearsourcing*) y apostando por la multilocalización, ya que, si nosotros preferimos la fabricación local para el consumo local, los chinos y los indios también lo querrán así. Veremos hasta dónde llega este proceso de "desglobalización" y quién sale más beneficiado. Antes, sin embargo, tendremos que ganar la batalla global contra el virus.

Presidente de Pimec



## Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo, Iñaki Garay

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrún

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 Iñaki de las Heras / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Investigación Miguel Ángel Patiño  
Jurídico Sergio Saiz / Opinión Ricardo T. Lucas / Directivos Nerea Serrano / Comunidad Valenciana Julia Brines  
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 91 050 16 29. / BARCELONA. 08036. Avinguda Diagonal, 431 bis, 6.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. 638 87 91 95. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. / NUEVA YORK. Tel. +1 303 5862461. Móvil 639 88 52 02. / LONDRES. Tel. 44 (0) 20 77825331.



PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Nicola Speroni

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICIDAD Tel: 91 443 55 09 / SECRETARÍA DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Tel: 616 506 719 / COORDINACIÓN Tel: 91 443 52 58 / 91 443 52 80 Fax: 91 443 56 47 / INFORMACIÓN PUBLICIDAD marketingpublicitario@unidadeditorial.es / CATALUÑA Mar de Vicente, Avinguda Diagonal, 431 bis, 6.ª planta. 08036 Barcelona. Tel: 93 496 24 22 / ZONA NORTE Marta Meler, Plaza Euskadi, 5, planta 15, sector 4. 48009 Bilbao. Tel: 94 473 91 07 / LEVANTE Marcos de la Fuente, Plaza de América, 2, 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel: 96 337 93 27 / ANDALUCÍA Y EXTREMADURA Rafael Marín, Avda. República Argentina, 25, 8.ª B. 41011 Sevilla Tel: 95 499 07 21 / INTERNACIONAL Juan Jordán de Urrés, Avda de San Luis, 25. 28033 Madrid. Tel: 91 443 55 24.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 275 19 88. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE 91 050 16 29.

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.  
IMPRESIÓN: BERMONT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 670 71 50. Fax 91 327 18 93.

