

## ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Joaquín Estefanía

## Sí, ha sido una década perdida

En 2020 habrá todavía más de un 20% de paro en España, según el FMI

Dado que no hay dudas de que éste será el segundo año consecutivo de crecimiento de la economía española, pasan al primer nivel otras dos incógnitas: cuándo volverá a tener nuestro país el volumen de Producto Interior Bruto (PIB) anterior a la Gran Recesión (y su nivel de bienestar), y cómo va a ser el reparto de la bonanza: cuándo llegará a los sectores más afectados por la crisis económica.

El FMI contestó recientemente a la primera cuestión: hacia 2017 España recuperará los más de siete puntos de PIB perdidos en este periodo; será uno de los países que más tiempo han tardado en volver a donde estaban, junto a Portugal, Eslovenia, Finlandia, Italia y sobre todo Grecia. De los grandes países, EE UU fue el primero en lograrlo; en la eurozona, lo han conseguido, entre otros, Alemania o Francia y la media europea tendrá un PIB equivalente al del año 2007 durante el ejercicio que viene. Significa que en este aspecto España habrá perdido una década. No era exagerada aquella comparación con la América Latina de los años ochenta, que empezó a establecerse en lo peor de la recesión, en 2009.

En el reparto de la recuperación, los plazos son más elásticos. No sólo porque España sea el país de la OCDE en el que la desigualdad ha crecido de forma más rápida en el periodo 2007-2014, sino porque en el 2020 (el último para el que el FMI se atreve a hacer pronósticos) todavía habrá una tasa de desempleo superior al 20% de la población activa. Más aún: el único grupo de parados que crece de forma constante (y muy probablemente lo seguirá haciendo), es el de desempleados de larga duración: en 2014, el número de personas que dejó su empleo hace tres años o más era de 1,4 millones.

A ello hay que unir las condiciones en las que sobreviven amplias capas de asalariados: nueve de cada 10 contratos firmados el año pasado fueron temporales y un tercio de ellos, además, a tiempo parcial. Su duración media no llegó a los dos meses, y uno de cada cuatro, fue de menos de una semana. El poder adquisitivo de los salarios ha retrocedido varias décadas y más de dos millones de activos son considerados "trabajadores pobres". Así que en términos de empleo la década perdida se amplía sin un punto final tangible. Con estos mimbres no es de extrañar que, según un estudio de la empresa demoscópica Myword, el 54% de los ciudadanos españoles consideran que han descendido de clase social como consecuencia de la crisis.



El comisario del Mercado Único Digital, Andrus Ansip (izquierda), y el de Economía Digital, Günther Oettinger, en conferencia de prensa. / E. DEMAND (AFP)

## La Unión Europea se prepara para el mercado único digital

La Unión Europea avanza, poco a poco, hacia unas reglas únicas para el comercio online. Bruselas desveló esta semana su estrategia para unir el mercado digital y hacer frente así a la pujanza de EE UU, que tiene el 54% de la cuota del sector

La reforma que prepara Bruselas para que unas normas conjuntas rijan en todo el comercio electrónico de la UE debe pasar su primera prueba de fuego: superar la aprobación del Consejo de los Estados miembros que se celebra entre el 25 y 26 de junio. Si tiene éxito, pasará al Parlamento Europeo. Y después, de vuelta al Consejo. En total, su suerte debería quedar decidida a finales de 2016. Por el camino puede sufrir cambios y ajustes, antes de que los Estados la asuman si tiene éxito.

"Deseo ver una red de comunicación paneuropea con servicios digitales que crucen fronteras y que fomenten la aparición de pequeñas y medianas empresas digitales", aseguró el presidente de la Comisión, Jean-Claude Juncker, la semana pasada. Las 16 propuestas que deben facilitar la existencia de ese mercado único digital incluyen un intento para armonizar el IVA para el comercio digital o un copyright europeo. La Comisión Juncker ha dejado claros los objetivos sobre los que girará el debate hasta el próximo año, aunque no aún cómo se trasladarían a las legislaciones de los países.

Los mismos contratos. La Comisión quiere armonizar las normas de contratación entre empresas y consumidores online. Se trata tanto de bienes físicos como de consumo: un libro electrónico, por ejemplo, o una aplicación. Con esta medida, Bruselas pretende aumentar la confianza de los consumidores, ya que solo el 38% de los europeos se fía a la hora de comprar por Internet en otro país.

Facilitar la distribución. El 62% de las compañías europeas afirma que existen demasiadas barreras para poder distribuir en otros países de la UE. La Comisión quiere eliminar trabas y rebajar el precio de distribución, porque cree que así se reducirá también el precio final del producto para el consumidor.

Eliminar fronteras. El Ejecutivo comunitario quiere eliminar las fronteras digitales injustificadas a la hora de consumir contenido de un país a otro. Por ejemplo, para que los ciudadanos europeos no tengan restringido el acceso a tiendas virtuales de ningún Estado miembro.

### Los empresas piden menos regulación

El mundo digital de la UE parte de unas cifras contundentes: 315 millones de europeos utilizan Internet cada día y un mercado único digital podría generar hasta 415.000 millones de euros de crecimiento adicional y miles de puestos de trabajo.

En España, los distintos sectores han recibido entre el entusiasmo y el escepticismo el anuncio de la Comisión. Por ejemplo, los operadores de telecomunicaciones, a través de la asociación Etno, valoran que el plan reconoz-

Competencia electrónica. En su afán por hacer un mercado más competitivo donde las pequeñas y medianas empresas puedan operar, la Comisión investigará el sector del comercio electrónico en búsqueda de posibles prácticas anticompetitivas o de abuso de poder.

Además, en relación con los buscadores, aplicaciones y medios de comunicación, también se ha fijado como objetivo prioritario determinar y regular la relación entre las plataformas digitales y sus proveedores, y quiere controlar si la promoción de sus propios contenidos pone en desventaja a sus competidores. La Comisión Europea acusó el pasado mes al gigante estadounidense Google de llevar a cabo prácticas anti-competitivas. Según el documento, Bruselas estudiará a partir de ahora fórmulas legales en Internet para evitar posibles abusos similares.

ca que el despliegue de redes y las inversiones serán una de las prioridades de Bruselas en el futuro, pero demanda ahora acciones concretas y rápidas. Por su parte, quince asociaciones de emprendedores de toda la UE, entre ellas la española Spain Startup, han firmado un manifiesto para que la Comisión utilice el nuevo paquete de medidas para la reducción de la carga normativa aunque eso suponga "tomar algunas decisiones difíciles" que perjudiquen a algún negocio existente.

Ametec, la patronal española del sector de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) pide "más velocidad" para que "todo lo que es posible en el mundo físico lo sea también en el mundo digital". / RAMÓN MUÑOZ

gante estadounidense Google de llevar a cabo prácticas anti-competitivas. Según el documento, Bruselas estudiará a partir de ahora fórmulas legales en Internet para evitar posibles abusos similares.

Un 'copyright' europeo. La hoja de ruta incluye también crear un copyright a nivel europeo para finales de 2015 y para ello facilitará la expedición de licencias de derechos. El objetivo es que los consumidores tengan más y mejor acceso a todos los contenidos generados en la UE y luchar contra la piratería.

Un IVA unificado. Este es probablemente uno de los puntos más delicados de la propuesta, porque atañe a un tema fiscal sobre el que existe mucha disparidad en la UE: el IVA. El objetivo es lograr armonizarlo para el comercio digital. La Comisión hace hincapié incluso en su intención de minimizar este IVA para impulsar que las pequeñas y medianas empresas entren en el comercio electrónico. La UE propone también simplificar la gestión de este impuesto a las empresas, reduciendo sus trámites administrativos.

Intercambio de datos. Bruselas quiere reforzar el intercambio de datos en el territorio digital comunitario, un asunto cuya directiva debería estar lista a finales de año. El tema es espinoso y ha recibido muchas críticas. Por eso la Comisión, en esta estrategia de mercado único digital, dice que se asegurará de que se respete la privacidad con más ciberseguridad en la red. En la propuesta se incluye, además, la posibilidad de lanzar "una nube europea", es decir, un espacio digital europeo a través del que los usuarios puedan acceder a sus contenidos.

Más digitalización. Bruselas, más allá del comercio digital, quiere animar a otros sectores de la economía a entrar en el mundo digital, en especial la sanidad, la energía o el transporte. La Comisión considera a los tres sectores son "críticos" para dar alas al desarrollo digital de la UE.