

520 millones de riqueza digital sin aprovechar



El presidente de la Comisión Europea, el luxemburgués Jean-Claude Juncker, durante una conferencia en Bruselas. :: EFE



alorente@elcorreo.com

El impacto en España de las nuevas directivas de la UE sobre el mercado único podría aumentar el consumo de los hogares en 2.300 millones

BRUSELAS. En la Europa de la amenaza yihadista y la crisis de los refugiados, el Ejecutivo de Bruselas hizo un paréntesis en su permanente gestión de problemas variados para presentar dos proyectos de directivas que, de consumarse

tal cual están diseñadas, podrían suponer una sustancial inyección de dinero en las arcas europeas. Se trata de seguir poniendo en marcha eso que se llama Mercado Único Digital y que en términos globales podría inyectar 415.000 millones anuales en la UE y crear «cientos de miles de puestos de trabajo», como viene insistiendo Jean-Claude Juncker desde la campaña electoral de las europeas de 2014, que finalmente ganó -ésta era una de sus grandes propuestas-. Ayer, de lo que se habló fue del comercio electrónico referido tanto a los contenidos digitales como a las mercancías tradicionales. Un potencial de 520 millones para el PIB español (4.000 para el de la UE) que llegaría de la mano de un incremento del consumo de los hogares del país de 2.300 millones (18.000 en el conjunto del bloque).

«Estas propuestas darán más derechos a los consumidores en línea y les permitirán disfrutar de productos y servicios de otros países de la UE con plena confianza. Por su parte, las empresas, especialmente las más pequeñas, podrán crecer más allá de sus fronteras nacionales con menos costes, gracias a un conjunto común de normas de la UE en lugar de un mosaico de leyes nacionales. Ya podemos decir que el Mercado Único Digital está en marcha y que mejorará la vida cotidiana de la gente, pues lo digital está por todas partes», se felicitó ayer el vicepresidente comunitario del ramo, Andrus Ansip.

Se trata de seguir ahondando en la mística comunitaria, en la idea de que hay que concebir la UE como un todo de 507 millones de habitantes y no aferrarse sólo a las fronteras nacionales. «Las empresas españolas no aprovechan al máximo el merca-

do único digital», advierten los expertos bruseleses. Tranquilos, el mal es generalizado en Europa. Según los datos de la Comisión, sólo el 19% de los minoristas españoles vende en línea a consumidores de otros países comunitarios. En cambio, el porcentaje se triplica cuando el comercio es interior (53%). El porqué de esta diferencia es la burocracia, el ramillete de normativa estatal que supone un freno a la comercialización. Si esta traba no existiese, el 57% de las em-

El 54% de las empresas españolas cree que para tener éxito la única vía son las conexiones políticas, diez puntos más que la UE

presas aseguran que, «indudablemente», incrementarían sus compras 'on line' a lo largo de la UE.

Lo mismo ocurre en lo referido a los consumidores. Sólo el 15% de los españoles usa el comercio electrónico europeo, porcentaje que se duplica dentro de las fronteras españolas. Queda mucho por hacer incluso de puertas hacia adentro, ya que el 44% de los europeos sí compra en línea, 14 puntos más que en España.

Bruselas lo tiene muy claro. Hay que combatir las reticencias actuales (sólo el 10% de los compradores que tuvieron problemas recibieron una solución que les satisfizo) fomentando unas reglas de juego comunes que respalden sobre todo al consumidor, estableciendo por ejemplo periodos de garantía más amplios. De conseguirse, la Comisión Europea estima que se podría crear un mercado de 70 millones de compradores transfronterizos en línea.

Día contra la corrupción

Los caprichos del calendario quisieron que la venta a bombo y platillo de la estrategia digital comunitaria por parte del Colegio de Comisarios coincidiese con la celebración del día internacional contra la corrupción, con la publicación de un eurobarómetro ad hoc. Y como era de esperar, España no sale muy bien parada. Hay datos demoledores, como que el 54% de las empresas creen que las conexiones políticas son la única vía para tener éxito en los negocios. El mal menor es que es una práctica generalizada en toda la UE, porque el 44% de las firmas comunitarias piensan lo mismo de sus respectivos gobiernos. Hay países y países, porque si en Eslovenia esto lo creen el 68%, en Dinamarca son el 11%.

En términos generales, el 71% de las empresas opina que la corrupción está extendida en su Estado, con Italia en primer lugar (98%), seguida de Grecia (96%), Rumanía (95%), España y Chipre (ambos, 93%). Por otra parte, en lo relativo a las licitaciones públicas, el 34% de las firmas europeas dicen que la corrupción les ha impedido ganar un concurso. Bulgaria (60%) encabeza el ranking seguido de... España, con el 56%.

Cuatro mitos sobre el petróleo

El 'fracking' arrumba teorías como que el crudo es agotable, que fluye de Oriente a Occidente o que la OPEP lo controla

ANA BARANDIARAN

BILBAO. El precio del petróleo ha vuelto a mínimos de 2009, en plena depresión post-Lehman Brothers, al situarse el Brent en los 40 dólares. Es una reacción tardía a la cumbre de la OPEP del pasado viernes en la que el cártel se mostró dividido sobre qué hacer y se impuso el criterio de Arabia Saudí de no recortar la producción. El país árabe cree que su estrategia expulsará del mercado a rivales como el 'fracking' de EE UU,

con costes más elevados. Pero el crudo de esquisto -formación rocosa que se fragmenta en láminas con facilidad- se muestra muy resistente y los analistas advierten de que ha generado un nuevo orden mundial y que nada volverá a ser como antes. Ahora se dan factores que podrían mantener el precio bajo muchos años. Hay mitos sobre el oro negro que han quedado obsoletos. Spencer Dale, economista principal de BP, hablaba recientemente de cuatro.

1.- Es un recurso agotable

¿Recuerdan la teoría del pico petrolero? Decía su principal defensor, Hubbert, que el crudo, como cualquier recurso limitado, alcanzaría su cénit y que luego su oferta iría reduciéndose muy rápido. Situaba el máximo entre los años 65-70. Pues no.

El empleo de nuevas tecnologías ha hecho que las reservas aumenten. «Durante los últimos 35 años, el mundo ha consumido alrededor de un billón de barriles de petróleo. En ese mismo periodo, las reservas se han incrementado en otro billón. Dicho de otro modo, por cada barril consumido se han añadido dos», explica Dale. Según el experto, el problema no es la escasez, sino la amenaza que supone para el medioambiente. Si se quemase todo el crudo disponible, se dinamitaría la esperanza de reducir el aumento de la temperatura a dos grados para final de siglo, objetivo de la Cumbre del Clima de París.

2.- Demanda y oferta inelásticas

La demanda y oferta de petróleo son inelásticas. La idea viene de que, por el lado de la demanda, es complica-

do que un elevado precio del petróleo haga reducir el consumo porque no hay todavía sustitutos para gasolina y gasóleo. También por el lado de la oferta había rigidez porque, una vez tomada la decisión de invertir miles de millones en un campo petrolífero, cuando al cabo de años empezaba a fluir no se podía cerrar el grifo por mucho que bajase el precio. Con el esquisto es diferente. La decisión de perforar nuevos pozos se adopta en semanas y su capacidad para reaccionar a los precios es mucho mayor.

3.- De Oriente a Occidente

Otro dogma cuestionable. Primero, porque Occidente está reduciendo su consumo desde hace diez años gracias a la eficiencia tecnológica. Además, gracias al 'fracking' y otras técnicas no convencionales, EE UU está camino de ser autosuficiente. Su producción alcanza los 4,5 millones de barriles diarios, lo que le ha permitido reducir a la mitad sus compras de crudo en ocho años. Ahora

es China el principal importador. El gigante asiático e India serán responsables del 60% del incremento de la demanda en los próximos 20 años: ahí deberá fluir el oro negro.

4.- La OPEP controla el mercado

Recientemente lo hizo. En 2008-2009, cuando la economía global estaba sumida en la recesión y el precio del petróleo cayó de 145 a 35 dólares, el cártel retiró tres millones de barriles diarios y empujó la cotización. Y en 2004, cuando la demanda se disparó, aumentó rápidamente su oferta. Ahora no quiere actuar porque cree que una reducción unilateral, no coordinada con otros países de fuera, no sirve. Arabia Saudí prefiere defender su cuota pese a la merma de ingresos que supone un precio tan bajo. Según Dale, el cártel seguirá teniendo influencia porque supone un 40% de la oferta, pero solo podrá controlar el mercado cuando se trate de shocks temporales y no de cambios estructurales como el actual.