

2015: una encrucijada política



AHORA MISMO

Fabián Marquez

No estamos ante un año fácil. Tres comicios y un cuarto, el de las elecciones catalanas del 27 de septiembre, y las anticipadas elecciones andaluzas del 22 de marzo de este año; capaces cada una de ellas, y sobre todo las elecciones generales al término de esta legislatura, de desestabilizar el país. Por el momento, el PP y su líder, Mariano Rajoy, resisten: gobiernan con mayoría absoluta, y el tiempo que resta hasta la última cita electoral será aprovechado por el Gobierno para aprobar las asignaturas pendientes. ¿O no? Porque esa es la cuestión. Algunos imputan a Rajoy una "blandura" que hasta ahora no ha demostrado. Es cierto que está sentado sobre un barril de pólvora: crecimiento por encima de la media europea -1,4% el pasado 2014 y un previsible 2%-2,5% este año-, pero insuficiente para recuperar a corto plazo el empleo perdido en la crisis. Creciendo los próximos años al 2,5% de media anual no recuperaremos el nivel de empleo que teníamos en el año 2008 hasta 2028. Pero eso no obsta para que los signos de recuperación incipientes incentiven la confianza de los españoles en el futuro. Las encuestas del CIS son categóricas: el presente político y económico es decepcionante, pero el futuro será sin duda mucho mejor. El problema es quién capitalizará esa esperanza.

El PSOE, que parecía haber tocado suelo, sigue sin recuperar el espacio político perdido, y su marca catalana PSC-PSOE carece de identidad para disputar la primogenitura a nadie. IU comparece deglutida por Podemos, que lógicamente acomoda su oferta política para atraer a los desengañados del PSOE, e incluso se atreve a ir más allá, a sabiendas de que no gobernarán quien no esté en condiciones de disputar a los demás la ocupación del centro político. Los optimistas del PP creen que a medida que pasen los meses se pondrá de manifiesto la falta de credibilidad de la marca populista Podemos. Lo ha dicho Rajoy: venden humo y la frustración consiguiente puede ser mayúscula; los experimentos con gaseosa, que decía el maestro D'Ors. Si el objetivo es el poder, una vez alcanzado, todo puede cambiar: el lenguaje político y hasta las instituciones. Las encuestas del CIS seguirán demostrando que la ciudadanía se encuentra instalada en la moderación, razón por la cual Rajoy apuesta por ella.

La regeneración democrática es inevitable. Una nueva generación política está decidida a penetrar en el sancta sanctorum del poder político. El equilibrio necesario de experiencia y osadía en el que consiste un prudente liderazgo no se dará si los partidos políticos en liza no se aprestan a renovar sus propuestas, y con ellas sus mesnadas. Y tampoco las fuerzas sociales pueden aparecer aletargadas, aparentemente incapaces de ofrecer alternativas. La falta de resolución y el miedo a reformar es un lujo que no puede permitirse nadie, pero menos que nadie el Gobierno. A estas alturas del partido, sólo resta seguir adelante, culminar el proceso reformador iniciado a comienzos de la legislatura.

Mercancía averiada

Es lógico que el Gobierno presuma de que administrar tal situación no puede estar al alcance de cualquiera, y que por el contrario vender el paraíso como consecuencia de la puesta en práctica de medidas periclitadas en medio mundo no producirá más que una inevitable frustración. No obstante lo anterior, que nadie se llame a engaño: no ganarán las elecciones quienes prometan a la ciudadanía menos Estado, menos unidad nacional, menos servicios públicos fundamentales, menos Sanidad

Para gobernar es preciso hacerlo sobre bases nuevas, sin clientelismos hirientes o sociedades subsidiadas

pública, una Educación de baja calidad y una manifiesta insolidaridad de los que más tienen contra los desfavorecidos. El centro político en el que se encuentra instalada la mayoría de la ciudadanía exige lo contrario. Es preciso soltar mercancía averiada y despojarnos de la grasa superflua acumulada tras treinta años de partitocracia, a la que hay que agradecerle que, pese a todos sus defectos, nos haya depurado un firme sistema democrático que ha resistido a la crisis y a las fuerzas centrífugas que constituyen los nacionalismos identitarios vasco y catalán.

Para gobernar es preciso hacerlo sobre bases nuevas, sin clientelismos hirientes o sociedades subsidiadas en pos de un objetivo común de progreso mutuo, capaz de confirmar una auténtica y decidida voluntad nacional. Si no fuera así, 2015 sería la antesala del infierno, pero no lo creo. Este viejo país llamado España es más duro e inteligente de lo que parece.

Presidente de ARI



Mario Draghi, presidente del BCE.

Quo vadis, Europa?



A FONDO

José María Romero

Europa ha sufrido particularmente los efectos de la crisis económica global. Ésta llegó en 2008 sin que la UE estuviera preparada: adolecía de importantes carencias en su arquitectura institucional y de desequilibrios macroeconómicos significativos. Siete años más tarde, Europa se recupera solo lentamente. Pese a la reducción de los precios del petróleo, el FMI ha revisado a la baja hasta el 1,2% sus perspectivas de crecimiento del PIB para la zona euro en este año, frente a su incremento hasta el 3,6% para la productiva economía de EEUU. La situación no es la misma en todos los países, como tampoco lo ha sido el esfuerzo social durante la crisis. El Fondo prevé un leve crecimiento del PIB en 2015 para Italia (0,4%), Francia (0,9%) y Alemania (1,3%), mientras constata que la periferia está creciendo a mayor ritmo: España (nuestra previsión es del 2,4%) e Irlanda (3%). Esta falta de crecimiento, unida a la alta tasa de paro y al miedo a la deflación, están en el centro de debate sobre el futuro económico europeo.

En este contexto, una vez se han confirmado las expectativas de desanclaje de la inflación (la subyacente se situó en el 0,7% en diciembre, lejos del mandato del 2%), el BCE ha ampliado de forma muy importante su programa de compra de deuda, al incluir ahora también a la deuda pública. Dado el diagnóstico económico, parece lo correcto.

Los principales efectos que conlleva, -reducción del tipo de cambio, caída de las primas de riesgo y costes de financiación bajos por un periodo de tiempo prolongado-, son positivos para la economía europea. A lo que habría que unir el efecto de

confianza que busca conseguir. Si se efectúa un análisis en detalle de cómo lo va a poner en marcha, se puede ver el vaso medio lleno o medio vacío, sobre todo en lo que se refiere a la distribución de las posibles pérdidas. Se trata en cualquier caso de un paso necesario. Es coherente con las actuaciones del BCE en los últimos tres años; su presidente lo prometió en el verano de 2012 ("Whatever it takes"). Y se une a otros importantes avances que se han ido dando desde el inicio de la crisis en la construcción europea, como la creación de la unión bancaria o el pacto fiscal.

Medidas adicionales

Si Europa quiere hacer frente a sus retos es necesario acompañar la actuación del BCE con un abanico más amplio de medidas. Ante el peligro de la deflación, la necesidad de apoyar por el lado de la demanda parece clara. No se trata simplemente de lanzar planes de gasto, que se pudieran asimilar a errores del pasado reciente. Antes de anunciar una cifra, como ha sido el caso del Plan Juncker, sería lógico hacer un análisis de las necesidades concretas. Por otro lado, quizás se debería optar por reducir los impuestos a ciudadanos y empresas, que son los que van a asignar de manera más eficiente sus recursos. Por el lado de la oferta es necesario avanzar en lo que se refiere a las reformas, porque casos como los de España o Irlanda demuestran que son clave para la recuperación. Pero también queda mucho por hacer desde Bruselas y sus instituciones.

Si en las próximas décadas queremos seguir siendo una región próspera, capaz de competir en los mercados internacionales y de ocupar una posición relevante en la esfera internacional, que disfruta de valores como la democracia y la libertad, el camino no puede ser otro que el de una mayor integración política y económica.

Economista de Equipo Económico

Si Europa quiere seguir siendo una región próspera, no hay otra vía que una mayor integración

Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo y Martí Saballs

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrún

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Clara Ruiz de Gauna, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Estela S. Mazo (Nueva York)

Empresas Alberto Marimón / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Especiales Sonsoles García Pindado Directivos / Casas y estilo de vida Emelia Vialha / Andalucía Simón Onrubia / Comunidad Valenciana Julia Brines / País Vasco Marian Fuentes Galicia Abeta Chas / Bruselas Miquel Roig / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. / BARCELONA. 08080. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5. planta 10. sector 1. 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. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax 986 43 81 99. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. NUEVA YORK. Tel. 646 484 63 63. Móvil 917 912 21 95. / LONDRES. Tel. 00 44 20 77827331.



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Javier Cabrerizo

DIRECTOR DE COORDINACIÓN EDITORIAL Y COMUNICACIÓN: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECTORA DE PUBLICIDAD ÁREA PRENSA: Mar de Vicente. / DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN: Miguel Suárez. DIRECTORA DE PUBLICIDAD: María José Gordon. Tel. 91 443 55 74. / COORDINACIÓN: Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax 91 443 56 47. MADRID: Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 12. / BARCELONA. Jefe de Publicidad: Daniel Choucha. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08080 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax 93 496 24 20. / BILBAO: Marta Meler Gines. Plaza Euskadi, 5. planta 10. sector 1. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 43. Fax 94 473 91 56. / VALENCIA: Miguel Igueravide. Plaza de América, 2. 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. ANDALUCÍA: Yolanda Laglera. Avda. República Argentina, 25. 9.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. GALICIA: Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3. pl. 3. ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. / ZARAGOZA: Álvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 123 124. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 / 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. IMPRIME: RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.