



MARAVILLAS DELGADO

## Arde Europa

Por **ANTÓN COSTAS**

Europa arde por los cuatro costados. Es un incendio que se va propagando de sur a norte (de Grecia, Portugal y España a Finlandia) y de este a oeste (de Islandia a Polonia), con un foco de fuego cada vez más intenso en el centro, en Alemania y Austria. Se trata de un fuego alimentado por protestas sociales y rebeliones políticas de muy variada naturaleza.

Primero surgieron las protestas sociales de los indignados contra la desigualdad y la pobreza crecientes provocadas por las injustas políticas de austeridad que cargaron sobre los más débiles la factura de una crisis que no habían provocado. Después vinieron las protestas contra las reformas que buscaron mejoras de competitividad empresarial a través de flexibilidad contractual y bajadas de salarios. Ahora se están generalizando en Europa las protestas contra el acuerdo comercial que la Comisión Europea está negociando

secretamente con la administración norteamericana (TTIP).

Acompañando a estas protestas sociales llegaron las rebeliones políticas. Su manifestación más clara es la aparición de organizaciones de tipo populista que están ganando el apoyo de los votantes. En unos casos se trata de populismos de raíz democrática y pro europea (España) y en otros son claramente fascistas, xenófobos, antidemocráticos y antieuropeos (Francia, Holanda, Alemania, Polonia). Además están los movimientos soberanistas (Brexit, Escocia, Cataluña...).

Más allá de los combustibles específicos que alimentan ese incendio en cada país, ¿tienen algo en común estas protestas sociales y rebeliones políticas? Pienso que sí. Tres cosas. Primera, la reacción contra la creciente desigualdad y la pobreza. Segunda, la inseguridad de muchas personas ante la incertidumbre de no saber si maña

na tendrán empleo, ingresos, salud o educación. Tercera, la percepción de que las políticas responden a los intereses de los muy ricos y de las grandes corporaciones, más que a los intereses de los trabajadores, consumidores, pequeños ahorradores y empresas.

Esa desigualdad va abriendo un precipicio cada vez más amplio y profundo entre las élites ricas y cosmopolitas y las clases medias y trabajadoras. Por su parte, la inseguridad lleva a los más débiles a buscar refugio en el estado y en los nacionalismos. Y la percepción de que la política está secuestrada por las grandes empresas hace que muchos europeos vean la regulación del mercado interior como un paraíso para el expolio fiscal de las grandes empresas y un terreno abonado para las prácticas monopolistas.

Pienso que el incendio europeo tiene mucho que ver con esta monopolización de la economía. La política europea de las últimas décadas ha sido *business friendly* (amigable para los negocios) pero no *competition and people friendly* (amigable con la competencia y los consumidores). La primera beneficia la economía golla. La segunda a la competencia. El análisis económico tiene muchos argumentos a favor de la competencia; ninguno a favor de los monopolios y negocios protegidos. Hoy, como a finales del XIX, cuando se promul-

## EL PROGRESISMO TIENE QUE BUSCAR EN LA LUCHA CONTRA LOS MONOPOLIOS EL CAMINO PARA REDUCIR LA DESIGUALDAD

gó la ley Sherman contra los monopolios, el nuevo progresismo tiene que buscar en la lucha contra los monopolios el camino para reducir la desigualdad y para generar oportunidades para todos.

Por otro lado, mientras no se reconozca que la austeridad, las reformas y los acuerdos comerciales tienen ganadores y perdedores será difícil que baje el tono de las protestas sociales y que el populismo deje de tener apoyos. ¿Por qué suponer que los trabajadores perjudicados por la reforma laboral o los consumidores afectados por el TTIP van a aceptar políticas que les perjudican? Si de verdad esas políticas mejoran la productividad, ¿por qué no utilizar esos beneficios para compensar a los perdedores?

En todo caso, ¿de dónde vendrán las fuerzas que hagan retroceder la desigualdad y la pobreza y pongan coto a los intereses de las grandes corporaciones y de los muy ricos?

En un reciente libro, a la vez sugerente por sus planteamientos e inquietante por sus conclusiones, *Global Inequality: A new approach for the age of globalization*, Branko Milanovic, economista serbio norteamericano experto en desarrollo y desigualdad, sostiene que la reducción de la desigualdad desde de los niveles extremos que alcanzó a principios del siglo pasado hasta la relativa igualdad de los setenta fue debida a dos tipos de factores. Por un lado, fuerzas *benignas* (la extensión de la educación). Por otro, fuerzas *malignas* (las dos guerras mundiales, las revoluciones sociales y políticas) impulsadas por la propia desigualdad. Viniendo al tiempo presente, Milanovic cree que también ahora la extrema desigualdad que estamos viendo traerá fuerzas *malignas* que harán retroceder de nuevo la desigualdad. ¿Será el incendio que estamos viendo en Europa la señal de que las fuerzas *malignas* se han puesto en marcha? ¿No deberíamos aprender de la experiencia del siglo pasado para poner en marcha fuerzas *benignas*? Tengo para mí que ha llegado el tiempo para un nuevo progresismo. Pero no soy capaz de ver de qué fuerzas vendrá de la mano.

La economía digital representa el 22.5% de la economía mundial.

En España, el 19.4% del producto interior bruto (PIB) está ligado a entornos digitales, lo que equivale a 204.000 millones de euros, según Accenture Strategy. El pronóstico es que en 2020 el porcentaje de contribución crecerá hasta el 22% del PIB, lo que supondría un volumen de 257.000 millones de euros. Sin embargo, España se encontraría todavía lejos de las economías digitales líderes a nivel mundial. EE UU es la más digital del mundo, con el 33% de su producción total. Esta se incrementará en 2020 hasta el 37%. Le siguen otros países como Reino Unido, cuya contribución digital pasará del 31% al 33% en 2020, y Francia y Alemania cuya previsión es incrementar del 26% al 29%.

El objetivo de este análisis realizado por Accenture Strategy y Oxford Economics se basa en identificar dónde hay que hacer las inversiones digitales para lograr un mayor efecto multiplicador en

## Hacia una economía digital

Por **ALBERTO ZAMORA**

el crecimiento del PIB y sostiene que no es óptimo dirigir la inversión digital exclusivamente hacia la tecnología. Se puede conseguir un mayor impacto económico mediante la correcta combinación de inversiones en tecnología, talento digital y otros aceleradores digitales y se estima que con un uso más óptimo de estas tres palancas se podría dar un impulso a la productividad y aportar dos trillones de dólares adicionales a la economía global hasta 2020.

En el caso de España, este análisis estima que si se dirige la inversión en mayor medida hacia la palanca de aceleradores digitales como el impulso del

emprendimiento, un acceso más fácil a la financiación o una mejor regulación, se conseguiría el mayor efecto multiplicador de la economía digital sobre el PIB, suponiendo un aumento de la contribución digital en 2020 hasta situarse en el 24%, lo que se traduciría en 38.000 millones de euros adicionales a los estimados inicialmente.

Ante esta oportunidad de crecimiento, ¿pueden convertirse las compañías tradicionales en disruptores digitales? Hasta el momento, solo los gigantes tecnológicos y las empresas que son nativas digitales han podido responder con éxito a la transformación digital, explotando la tecnología

y desarrollando nuevos modelos de negocio basados en plataformas digitales. Este modelo les ha permitido dominar en términos de crecimiento, beneficio y capitalización bursátil, creando al mismo tiempo sus propios ecosistemas digitales.

Sin embargo, las empresas tradicionales también tienen la oportunidad de convertirse en disruptores si transforman sus modelos de negocio y se benefician del nuevo entorno digital. Necesitan aplicar los exitosos modelos de plataforma digital para crear entornos comunes entre sus socios, proveedores y consumidores en donde puedan ofrecer más valor y servicios añadidos con ayuda de terceros.

Las empresas españolas están reflexionando y definiendo su estrategia digital y en algunos sectores como, por ejemplo, telecom, finanzas, *retail* o energía ya están ejecutándola con decisión.

Alberto Zamora es managing director de Accenture Strategy.