

Precios del petróleo enloquecidos



EN PRIMER PLANO

Federico Steinberg

Lo que comenzó como una preocupante pero controlada subida del precio del crudo al estallar la crisis libia se ha tornado en una peligrosísima dinámica alcista, que ha situado el precio del barril Brent de petróleo, el de referencia en Europa, en el entorno de los 120 dólares. Si bien es cierto que Libia es el noveno productor de crudo mundial y tiene el 4,5% de las reservas globales, el parón en su producción derivado de su crisis interna no justifica un alza de precios tan significativa, especialmente si tenemos en cuenta que países como Arabia Saudí podrían compensar la producción que Libia está dejando de poner en el mercado.

Por lo tanto, la subida de precios tiene que explicarse por otras causas, que podemos sintetizar en una explosiva combinación de miedo al contagio en el Mundo Árabe, pánico y sobrerreacción de los mercados financieros y aumento de las posiciones especulativas largas sobre futuros de petróleo. Todos estos factores están dominados por elementos psicológicos, que pueden llevar a lo que los economistas llaman una profecía auto-cumplida: como todos piensan que los precios subirán, terminarán disparados aunque los fundamentales económicos no lo justifiquen.

Irracionalidad y miedo al contagio

El primer factor, el del miedo al contagio, consiste que cada vez hay más temor a que las revueltas que empezaron en Túnez y se extendieron a Egipto, y ahora a Libia, puedan llegar a países de Oriente Medio que sí son productores muy significativos de crudo, como Arabia Saudí, Bahrén o Emiratos. Si esto sucediera, habría una reducción de la oferta de mayor magnitud, que podría llegar a ser tan significativa como la que generó la revolución iraní de 1979, lo que sería una causa objetiva para que los precios fueran mayores (a menor oferta e igual demanda el precio tiene que subir).

Pero aunque esto todavía no haya ocurrido (y esperamos que nunca ocurra), su mera posibilidad lleva a compras masivas hoy para evitar tener que pagar más en el futuro. Y hasta que la situación de toda la región no se aclare, esta prima de riesgo geopolítico seguirá existiendo.

El segundo factor que está empujando al alza los precios de una forma tan rápida es la "irracionalidad" de los mercados financieros. Como ya vimos ante el estallido de la crisis financiera global en septiembre de 2008 o ante los problemas de deuda soberana en la zona euro el año pasado, los mercados financieros se caracterizan por el pánico, la sobrerreacción y los llamados comportamientos de rebafío, donde unos inversores imitan la actitud de los demás más allá de que tengan sentido (existen modelos económicos que demuestran que esta actitud es racional a nivel individual, pero no cabe duda que

el resultado colectivo solo puede ser calificado como irracional). En síntesis, ante situaciones de incertidumbre e información confusa, se tiende a sobrerreaccionar; tanto al alza como a la baja. Como en el mercado del petróleo las variables financieras juegan un papel muy importante, es muy posible que nos encontremos ante una sobrerreacción al alza, que evidentemente está alimentada por factores objetivos que justifican parte del aumento del precio, pero no a tanta velocidad.

Por último, muchos inversores están aprovechando la espiral de precios al alza para obtener beneficios a corto plazo invirtiendo en futuros de petróleo, lo que genera un efecto burbuja de impredecibles consecuencias. Dicha inversión especulativa viene además alimentada por el exceso de liquidez que hay en la economía mundial, que se deriva sobre todo de la segunda ola de Expansión Cuantitativa que la Reserva Federal puso en marcha el año pasado. Hasta finales de 2010 dicha liquidez iba sobre todo a los mercados emergentes, pero con los recientes riesgos inflacionistas y de sobrecalentamiento en estos países, el petróleo (y el oro, que también está en máximos históricos) parecen mejores alternativas.

Ante esta situación solo podemos promover el aumento de producción en países excedentarios, hacer todo lo posible por devolver la estabilidad a al Mundo Árabe y mejorar la información para reducir las sobre reacciones en los mercados financieros. El debate sobre la regulación de la inversión especulativa, que tantas veces ha estado sobre la mesa, seguramente deberá de ser abordado una vez más, pero eso solo podremos hacerlo cuando pase la tormenta.

Investigador Principal de Economía Internacional del Real Instituto Elcano y profesor de la Universidad Autónoma de Madrid



Las pymes: víctimas de la crisis, solución a la crisis



VISIÓN PERSONAL

Antonio Tajani

Las pequeñas y medianas empresas son la sangre de la economía europea. Las empresas con menos de 250 empleados representan más del 99% de las compañías europeas y dan empleo a más de 150 millones de personas en la UE. En España, la situación no es diferente a la del resto de Europa, y la mayor parte de la economía española se basa en las pymes. Ellas han sido las que han sufrido más duramente el embate de la crisis, con una importante reducción de la actividad económica y una mayor dificultad para acceder a recursos financieros esenciales. Pero también son las que pueden reanimar nuestra economía y crear empleo.

La Unión Europea es consciente de ello y en 2008 se dotó de la llamada *Small Business Act* (SBA) o Ley de la Pequeña Empresa, que por primera vez establecía un marco estratégico integral para las pequeñas y medianas empresas. Ayer, la Comisión hizo balance de los resultados obtenidos por la SBA y analizó nuevas propuestas para apoyar a las pymes.

Reducir la carga administrativa. Una de las principales trabas con las que se encuentra un empresario que quiere abrir un negocio es el tiempo y el dinero malgastados en papeleo. En 2008, la Comisión Europea y los Estados miembros de la UE acordaron tomar medidas a este respecto, y los resultados de este acuerdo son prometedores: el tiempo y el coste medio para abrir una sociedad de responsabilidad limitada en Europa es hoy de 7 días y cuesta alrededor de 399 euros, comparado con los 12 días y los 485 euros que esto costaba en 2007.

El objetivo que nos hemos propuesto es reducir el tiempo de apertura de un negocio a 3 días. Puesto que la mayoría de los Estados Miembros todavía no ha alcanzado tal objetivo, la Comisión sugiere reducir el papeleo haciendo que las empresas proporcionen la información para abrir un negocio una sola vez. Aún se puede mejorar más si se optimiza el uso de la "administración electrónica", el uso de las ventanillas únicas, etc.

Facilitar la inversión y el crecimiento. Debido a la crisis económica, muchas pequeñas y medianas empresas han visto empeorar su situación financiera y su solvencia, y por lo tanto tienen dificultades para conseguir un préstamo de los bancos. En respuesta a esta situación, la Co-

misión, a través de los instrumentos financieros de su Programa marco para la competitividad y la innovación (CIP), ha facilitado desde 2007 el acceso a la financiación de unas 100.000 empresas, concretamente, a través de garantías de préstamo. Se espera que unas 200.000 compañías más se beneficien de aquí a 2013, lo que se estima que podría crear 250.000 puestos de trabajo.

Facilitar el acceso a los mercados globales. Las exportaciones representan un potencial de mercado enorme sin aprovechar, especialmente hacia los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China), que se estima que podrían representar un 60% del PIB mundial en 2030. Actualmente, menos del 10% de las pequeñas empresas exportadoras sirven a estos mercados. La Comisión, por lo tanto, está preparando una estrategia que apoye específicamente a las empresas que operan fuera de la UE. En noviembre de 2010, la Comisión abrió un centro para las pymes europeas en China, y se están poniendo en marcha más centros de este tipo en otros mercados de rápido crecimiento.

Reforzar la gobernanza política. Con el fin de asegurar el progreso a lo largo de la UE y el intercambio de buenas ideas entre

La Comisión está preparando una estrategia que apoye específicamente a las pymes que operan fuera de la UE

los Estados Miembros, la Comisión propone consolidar la gobernanza de la política europea para las pequeñas y medianas empresas, principalmente a través de la puesta en marcha de un grupo consultivo con representantes del Gobierno y de organizaciones empresariales, así como la creación de una Asamblea de pymes. La Comisión ha nombrado recientemente al español Daniel Calleja como el nuevo Representante de las pymes, un papel reforzado con la responsabilidad de defender los intereses de pequeñas empresas en la Comisión Europea otros entornos.

Durante mi mandato como Comisario responsable de Empresa y Política Industrial continuaré trabajando para que se reconozca el papel central que las pequeñas empresas desempeñan en la UE, e insistiré en la importancia de tomarlas en cuenta en cada paso del proceso normativo. Con el lema "Pensar primero a pequeña escala", invito a los Estados miembros de la UE a que hagan lo mismo.

Vicepresidente de la Comisión Europea y responsable de Empresa y Industria



PRESIDENTA
CARMEN IGLESIAS

CONSEJERO DELEGADO
ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Alejandro de Vicente
DIRECTOR COMERCIAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

DIRECTORES GENERALES: Luis Enriquez (Prensa);
Carlos Beldarrain (Expansión)

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

Director gerente: José Jesús López
Directora del Área de Publicidad de EXPANSIÓN: Mar de Vicente
Directora de Marketing: Marta Romaní

Expansión

Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323

DIRECTOR GENERAL EDITORIAL
PEDRO J. RAMÍREZ

DIRECTORA
ANA I. PEREDA

DIRECTOR DE REDACCIÓN: Iñaki Garay

DIRECTOR ADJUNTO: Manuel del Pozo (Expansión.com)

SUBDIRECTOR: Martí Saballs

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Roberto Casado, Juan José Garrido, Augusto González-Besada, Francisco Oleo, José Orihuel (Cataluña) y Estela S. Mazo

Expansión.com Miquel Roig / Empresas Clara Ruiz de Gauna y Marta Fernández / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Especiales Sonsoles García Pindado / Andalucía Simón Orrubia / Comunidad Valenciana Julia Brines / Galicia Abeta Chas / C. Europea Ramón Rodríguez Lavín / Nueva York Estela S. Mazo / Londres Roberto Casado

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. Telefax 93 496 24 05. / BILBAO: 48013, Camino Capuchinos de Basurto, 2. Tel. 94 473 91 00. Telefax 94 473 91 64. / 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. Telefax 986 43 81 99. / BRUSELAS: Bd. Charlemagne, 46. 1000 Bruselas. Tel. (32) 2311932. Fax (32) 2309303. / NUEVA YORK: 888, 8th Avenue. New York, NY 10019. Tel. 646 484 63 63. Móvil 917 912 21 95. / LONDRES: Financial Times, Number One Southwark Bridge, London SE1 9HL. Tel. 44 20 78733369. Fax 44 20 78733731.

PUBLICIDAD: JEFE 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: Juan Luis González Anduiza. Camino Capuchinos de Basurto, 2. 48013 Bilbao. Tel. 94 473 91 02. Fax 94 473 91 56. / VALENCIA: José Vicente Sánchez Beato. Pasaje Dr. Serra, 1. 2.ª. pta. 5. 46004 Valencia. Tel. 96 351 77 76. Fax 96 351 81 01. / ANDALUCÍA: Rafael Azancot Acosta. Avda. República Argentina, 25. 9.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. / A CORUÑA: Adriana González Sencción. C/ Torreiro, 13-3.º. 15003 A Coruña. Tel. 981 21 80 20. Fax 981 22 84 59. / VIGO: Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3. pl. 3. ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. / ZARAGOZA: Alvaro 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 99 61 00. Fax 901 022 220. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 / DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 55 77. RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva.

IMPRIME: RECOPYRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR