

## Editorial

### Mayor ambición con la unidad de mercado

Una de las normas más relevantes aprobadas durante la legislatura es la ley de unidad de mercado. Un intento bien orientado para reducir la costosa burocracia y las trabas que muchos gobiernos autonómicos han ido poniendo a la actividad empresarial, que tienen un coste estimado de 45.000 millones de euros para las compañías. Pero dos años después de su aprobación perduran al menos 366 normas regionales que obstaculizan la inversión y frenan el crecimiento económico y la generación de empleo. Además, cuatro gobiernos autonómicos recurrieron la ley al Tribunal Constitucional, lo que ha minimizado su impacto positivo. De ahí que la Comisión Europea solicite de forma reiterada en sus informes sobre la economía española ir más allá en la homogeneización regulatoria para aumentar el potencial de crecimiento a medio y largo plazo.

Sin embargo, los derroteros por los que se encamina la política española tras las elecciones del pasado 20 de diciembre apuntan en sentido contrario. Esta norma podría ser una de las damnificadas en las previsibles cesiones que deberá ofrecer el PP a otros partidos políticos en la búsqueda de una alianza parlamentaria amplia que sustente al próximo Ejecutivo. Y ni que decir tiene que una hipotética coalición entre el PSOE, Podemos y algunos partidos nacionalistas la derogaría de forma inmediata, a pesar de que ello enviaría un mensaje muy negativo a la comunidad inversora, especialmente a quienes han congelado sus proyectos a la espera de que se resuelva la actual incertidumbre.

Cabe, por tanto, instar a los diferentes partidos políticos a que mantengan la vigencia de una norma decisiva también para reducir la desigualdad entre los españoles y que ha sido aplaudida por el FMI. Por el contrario, una aplicación más ambiciosa del necesario blindaje a la unidad de mercado tendría efectos positivos sobre los precios, el empleo, la oferta comercial y la inversión productiva, además de aumentar la competitividad empresarial. El amplio abanico de actividades económicas constreñidas por el muro legislativo edificado durante décadas por las diferentes comunidades autónomas abarca desde la agricultura hasta las telecomunicaciones, pasando por la hostelería, la sanidad o el transporte, entre otros, que están sometidos a normativas dispares y, en muchos casos, contradictorias. Un disparate a todas luces al que debe ponerse freno.

**La burocracia y las trabas regulatorias aún cuestan 45.000 millones de euros a las empresas**

### Perspectivas agrídulces para el sector turístico

La 36ª edición de Fitur llega en un momento de indefinición para el sector turístico. Porque aunque la pujanza de la demanda alimenta el optimismo, lo que explica que haya aumentado un 8% la participación de empresas en esta feria, en las últimas semanas se han disparado las incertidumbres. Primero, por el aumento del riesgo macroeconómico exterior a causa del abrupto desplome del precio de las materias primas, que a pesar de abaratar los viajes también podría desestabilizar a los países productores, y el impredecible impacto de la creciente debilidad de las grandes economías emergentes sobre el crecimiento de la economía global. Pero también por la inestabilidad política derivada de la ajustada aritmética parlamentaria resultado de las últimas elecciones, cuya prolongación podría suponer una pérdida de 900 millones de euros a la industria turística española, según alerta la patronal **Exceltur**, si esa incertidumbre frenase la demanda nacional que ha propulsado el repunte de los dos últimos años creciendo a un ritmo del 5%. Un argumento más a favor de despejar cuanto antes el horizonte de la gobernabilidad.

En vista de la aportación del turismo al crecimiento y el empleo en España –aporta casi el 12% del PIB y genera 1 de cada 7 nuevos puestos de trabajo–, debería ser una prioridad del próximo Ejecutivo impulsar la innovación en el sector para diversificar y desestacionalizar la oferta. Ello permitiría prolongar el actual momento dulce del turismo, incrementar los ingresos reales por cada turista y consolidar la notable mejoría de los resultados de las empresas del sector durante el año pasado.