

Fedea Policy Papers - 2020/16

Informes del Grupo de Trabajo Mixto Covid-19

Informe de la Comisión Sectorial Segunda del Grupo Mixto de Trabajo Covid-19: Turismo, Comercio y Economía Circular

José Luis Bonet (coordinador), Anna Balletbó (coordinadora), Francisco Alcalá, Josep Bagué, Nuria Basi, Pere Chias, Joan Clos, Alicia Coronil, María Fernández, Sergi Jiménez, Fernando Nicolás, Óscar Perelli, Diego Rodríguez, Miguel Sebastián, Manel Vallet Garriga, Josep Francesc Valls, Javier Vega de Seoane e Ignacio Vasallo

Julio de 2020

fedea

**INFORME DE LA COMISIÓN SECTORIAL SEGUNDA DEL
GRUPO MIXTO DE TRABAJO COVID-19**

coordinadores

José Luis Bonet (Cámara de España),
Anna Balletbó (Arcmed Hotels y RENFE)

Francisco Alcalá (Universidad de Murcia)
Josep Bagué (Presidente Comisión Economía circular Cámara de España)
Nuria Basi (Basi Group)
Pere Chias (Gremi de Restauració de Barcelona)
Joan Clos (IBEI)
Alicia Coronil (Singular Bank)
María Fernández (Comisión Nacional de la Competencia)
Sergi Jiménez (Universitat Pompeu Fabra y FEDEA)
Fernando Nicolás (Grupo Larrumba)
Óscar Perelli (Exceltur)
Diego Rodríguez (UCM y FEDEA)
Miguel Sebastián (Universidad Complutense de Madrid)
Manel Vallet Garriga (Catalonia Hoteles)
Josep Francesc Valls (ESADE)
Javier Vega de Seoane (DKV)
Ignacio Vasallo (experto en turismo)

1. INTRODUCCIÓN.

Este informe se ha realizado por la comisión sectorial segunda del Grupo de Trabajo Mixto Covid-19 y tiene por objeto el análisis del turismo y el comercio minorista, que puede llegar a verse como una cadena de valor en su conjunto. De los 1.400 millones de personas que viajaron por el mundo en 2019, OMT (2019)¹ España recibió 82,7 millones de turistas, ocupando la segunda posición mundial por detrás de Francia, primer receptor con 89,7 millones, y por delante de EEUU con 79,6 millones en tercera posición. Esta segunda posición es el resultado de una destacada evolución ascendente, hasta un incremento de 30,7 millones de turistas desde el año 2009, EPDATA (2019)². Sumados los importantes flujos de turistas nacionales. Frente a esos números, el turismo en España está padeciendo una situación de emergencia debido al COVID19, siendo uno de los sectores más afectados y el último que se recuperará debido a su dependencia de la movilidad y del sector exterior. El dato de coyuntura hotelera del mes de mayo (INE) refleja esa situación ya que muestra una caída interanual del 99,2% y, lo que es más preocupante, las previsiones indican que a final de año se mantendrán reducciones de al menos el 50% con respecto a los niveles de ocupación del año anterior.

La estructura del informe es la siguiente. En el apartado segundo se traza un breve panorama sobre la relevancia de los sectores turístico y de comercio minorista, así como sobre los efectos de la pandemia y las condiciones para la recuperación. En el tercer apartado se detallan las medidas de recuperación, que se completan en el cuarto apartado con las medidas de reconstrucción. Finalmente, el quinto apartado sintetiza las principales conclusiones del informe.

La reflexión sobre las medidas a corto plazo ha pivotado sobre Anna Balletbó y las medidas de reconstrucción (medio y largo plazo) sobre Óscar Perelli (Exceltur). Adicionalmente, se incorpora un anexo específico sobre economía circular, encargado a Josep Bagué, quien preside la Comisión de economía circular de la Cámara de Comercio de España.

¹ OMT, Organización Mundial del Turismo, organismo vinculado a Naciones Unidas.

² EPDATA, Datos del Gobierno de España recogidos en una plataforma de Europa Press.

II. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONDICIONES PARA LA RECUPERACIÓN.

II.1. Situación del turismo y el comercio minorista.

El turismo es la primera industria del país pues aporta el 12,3% del PIB y un porcentaje similar de los empleos directos, esto es, 2,6 millones de trabajadores contabilizando hoteles, restaurantes, campings, cruceros, transporte, etc.... El volumen del sector en España representa en torno a 150.000 millones de euros (Cuenta Satélite del Turismo en España, INE³). La potencia y competitividad del sector turístico español lo sitúa en una posición de liderazgo mundial y la cifra millonaria de visitantes extranjeros –particularmente europeos- es un factor clave para la buena imagen de España en el mundo y para el impulso de la salida al exterior de las empresas españolas. Asimismo, la importancia del transporte aéreo para el acceso de turistas a España ha contribuido a que la empresa pública española AENA sea hoy el primer gestor aeroportuario del mundo. A ello hay que añadir la buena red viaria y ferroviaria de alta velocidad de RENFE-ADIF. Por ende, hay que significar el desarrollo de tecnología relacionada con el ámbito del transporte, incluida la participación en el proyecto Airbus o con ámbitos tecnológicos –telecomunicaciones, digitales, etc.-, así como en el sector de la construcción relacionado con este informe.

Como se ha señalado, el turismo en España está padeciendo una situación de emergencia. Su recuperación va a depender del tiempo de duración de la pandemia y de la restricción de la movilidad de personas y medios de transporte.

Para cuantificar las pérdidas conviene dividir el ejercicio 2020 en tres etapas. La **primera** sacudida llegó con la anulación del *Mobile World Congress*, que, junto con la suspensión de las Fallas Valencianas, la Feria de Abril, la imposibilidad de celebrar Semana Santa, la anulación del Salón Alimentaria y otros salones menores comportó pérdidas por importe de 25.000 millones de euros. El 15 de junio finalizó la **segunda** etapa, con fronteras cerradas, sin vuelos y fuertes restricciones de movilidad que han ocasionado un incremento importante de pérdidas en restauración por

³https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

anulaciones de bodas y celebraciones familiares y en el comercio por paro de ventas en la nueva temporada. Las previsiones de pérdidas del sector se han cumplido y a falta de cifras oficiales escalan hasta los 45.000 millones de euros. La **tercera** etapa es la temporada de verano propiamente dicha que, gracias al buen clima y oferta de servicios, puede alargarse hasta el mes de octubre e incorporar parte del otoño. Si esta etapa se pierde, al incluir las vacaciones de verano que son las más potentes del año, las pérdidas acumuladas supondrían bastante más de la mitad de la reducción que se espera para el Producto Interior Bruto de la economía española a lo largo de todo el año.

Señalar que, de ser así, el sector entraría en una espiral de concursos de acreedores y cierres de centenares de empresas con dos efectos muy perniciosos. El primero, la aceleración de una importante pérdida de puestos de trabajo, y el segundo la desaparición de una parte del sector turístico muy ligado al buen hacer de muchas pymes que ofrecen alternativas familiares de calidad, tradición y esmero y que son una característica de la oferta turística española desconocida en muchos otros países y apreciada por los visitantes nacionales y extranjeros. Señalar además que fondos especializados han desembarcado en España en busca de pequeñas cadenas en dificultades.

El calibre evidente del sector turismo no se ve reflejado suficientemente en el compromiso debido de las Administraciones Públicas en su apoyo, e incluso no siempre tiene el reconocimiento social debido. Es de desear que los graves males que ha traído el COVID-19 dejen claro los bienes del turismo y la necesidad de atender a su cuidado y mejora, dedicando a este sector cifras importantes a favor del progreso de la competitividad y del cambio de nuestro modelo turístico, de los Fondos derivados del Plan de recuperación de la Unión Europea, en su caso. Y, por supuesto, dando lugar a una revisión del impreciso plan del Gobierno español relativo al turismo que, sin duda, se ha quedado muy corto. Son 4.262 millones de euros que se basaran en un 93% en créditos con obligación de reintegro, entre ellos 2.500 millones de euros avalados por el Instituto de Crédito Oficial, cuando existe la necesidad de ayudas directas a las que el plan solo destina 275 millones, una parte de los cuales están condicionados a campañas y actividades previamente comprometidas. Esto es insuficiente para mantener empresas y empleos en estos momentos de grave crisis. Recordar que, según los datos ya mencionados, a 15 de junio del 2020 las

pérdidas acumuladas en el sector ascendían ya a 45.000 millones de euros, y las perspectivas hasta final de año y primer trimestre del 2021 siguen siendo sombrías.

Como consecuencia del confinamiento, la empresa de investigación de mercados NPD *Group* estima que a fecha 1 de junio de 2020 el sector de la restauración ha perdido 4.333 millones de euros, de los cuales un 50% correspondía a restaurantes de servicio completo, 30% a bares y cafeterías y el 20% restante a hoteles, cantinas de empresa, *retail* y discotecas. Los servicios a domicilio se incrementaron un 5%, cifra lejos de poder compensar las pérdidas del sector. Pendientes de obtener datos oficiales, el presidente del gremio de restauración de Barcelona ha declarado que, a 15 de junio, la hostelería ya había perdido el 50% de su facturación anual. La situación es grave y desde el sector se reclama un Plan urgente de soporte a las pymes y micro pymes para evitar su desaparición y garantizar la supervivencia.

En lo que respecta al comercio minorista, este representa el 12 % del PIB total de la economía española y ocupa el 17% del empleo del país. Un 60% son mujeres y el 23.5% de las empresas esta regentadas por autónomos. A corto plazo la mayoría del personal, aunque es joven, no está muy cualificado para poder acceder a otros trabajos de mayor nivel y salario. Por ello es imprescindible mantener la ocupación y cuando no sea posible, que exista la posibilidad de formación y reciclaje.

Es un sector muy heterogéneo en tipo de negocio y tamaño de las empresas. En la cadena de valor del comercio minorista participan industrias productivas, centros logísticos, transportes, servicios financieros y administrativos, servicios inmobiliarios, servicios de marketing y publicidad, empresas tecnológicas, etc.

Como se ha señalado, el turismo tiene mucho impacto en el comercio minorista y en algunas zonas tiene gran incidencia. Existe por añadidura un turismo muy relacionado con las compras, que supone un atractivo y una experiencia de oferta en la que España tiene un buen recorrido por hacer. A 9 de junio de 2020 ya han podido abrir todos los comercios, incluso los ubicados en centros comerciales, pero hay todavía un 12% que no han abierto por encontrarse en áreas 100% turísticas. Hay que estimar que el pequeño comercio ha perdido toda la venta de primavera y parte del verano y, habiendo comprado con antelación, se ve obligado a saldar

en rebajas un 70% de lo adquirido y soportando pérdidas económicas importantes.

Por supuesto que, en este momento de reinicio de la actividad, y para generar confianza en los consumidores, los comercios estiman imprescindible seguir todos los protocolos de seguridad y desinfección de los productos que garantizan la seguridad de los clientes. En este orden de cosas, la Cámara de Comercio de España ha creado el sello “Comercio de confianza” que acredita que los comercios cumplen los protocolos sanitarios y de seguridad establecidos en el Protocolo y Guía de Buenas Prácticas de la Secretaría de Estado de Comercio. Al propio tiempo, para ayudar a los comerciantes en su retorno a la actividad, la CCE ha lanzado una campaña de promoción bajo el título “Te estamos esperando”, poniendo en valor los atributos del comercio como la cercanía, la confianza, la calidad y la seguridad

II.2. La pandemia COVID-19.

Como es bien conocido, la irrupción de la pandemia global del COVID-19 se inició en China en 2019 y se extendió primero a Corea del Sur y Japón para irse desplazando luego a Europa, vía Italia, España, Alemania, etc. y pasar posteriormente a Inglaterra, EE. UU, Latinoamérica y Australia con diferente incidencia y diversa gestión de los gobiernos frente a ella. En España ha sido especialmente nociva y ha provocado una crisis sanitaria sin precedentes en los últimos 100 años. Habría que remontarse a la mal llamada gripe española de 1918 para encontrar un episodio con características similares.

En España se declaró el estado de alarma y las medidas de confinamiento de la población empezaron el 14 de marzo del 2020, iniciándose la “desescalada” el 4 de mayo una vez vencida la curva de contagios y de fallecimientos por COVID-19. Tras la parálisis casi total de la economía provocada por las restricciones a la movilidad, la reanudación de la actividad y la recuperación de los ingresos y puestos de trabajo está siendo y será lenta y difícil por el temor a contagios y restricciones de la movilidad. El impacto negativo sobre el Producto Interior Bruto y el empleo es enorme, según todos los análisis y está por encima del 10%.

La economía española es más vulnerable al impacto adverso derivado de esta crisis que otros países, como consecuencia de nuestra estructura productiva, con un destacado peso del turismo y la hostelería, el comercio y la logística y el transporte, y también de nuestra pirámide demográfica y de la mayor presencia relativa de pymes. Los datos que se van conociendo indican que, más allá del periodo de confinamiento más intenso, persiste una caída de actividad que, en el mejor de los casos podrá ser del 70% en la temporada de verano y del 50% en el último trimestre del año.

En la gestión de la crisis económica derivada de la pandemia cabe distinguir 3 fases:

1ª SUPERVIVENCIA: en la que la prioridad ha sido la protección de la salud y salvaguardar las empresas y el empleo, al tiempo que se intentaba proteger a las personas más vulnerables. Nos encontramos ahora al final de esta fase que se solapa con la siguiente.

2ª RECUPERACIÓN: estamos en sus inicios, una vez que nos acercamos al final del proceso de “desescalada” y en el que debe reactivarse la economía, a partir de la puesta en práctica de medidas en el corto plazo, que se suman a las implementadas en el momento en que se declaró el estado de alarma y durante el mismo.

3ª RECONSTRUCCIÓN: Esta se plantea con una perspectiva de largo plazo y apunta a la reflexión estratégica y las reformas estructurales que requiere la economía española.

En los siguientes apartados se incidirá especialmente en las medidas para la fase de recuperación, por tanto, de carácter inmediato y sólo se apuntarán las propuestas a largo plazo enfocadas a la reconstrucción económica y social de España.

Por otro lado, si consideramos la importancia del sector del turismo en España, a la que hemos aludido antes, creemos conveniente centrarnos en la recuperación primero del turismo de vacaciones (sol y playa, sobre todo) tanto de origen interior como particularmente de los países europeos más significativos (UK, Alemania, Francia, Italia...), para continuar después activando el turismo de ciudad, cultural, de negocio y seguir con congresos y ferias. Ello supone una especial atención a toda la cadena de valor turística (hoteles, apartamentos turísticos, líneas aéreas,

turoperadores, restauración, ocio, turismo de compras...), hasta alcanzar el turismo rural tan necesario en los planes de la España vaciada.

Debe significarse la necesidad de trabajar con urgencia e intensidad con los principales aliados de España para garantizar el acceso rápido en verano y la extensión de la temporada a los meses de otoño e invierno, que son los grandes turoperadores y las líneas aéreas, dado que el 82% de los turistas extranjeros acceden a España por avión.

También supone la necesidad de enfatizar los aspectos de incentivación de la demanda, que deben alcanzar los aspectos reputacionales relativos a la imagen de España, sin duda afectados por algunos momentos especialmente dramáticos durante la gestión de la pandemia y sus efectos. En este sentido se están preparando diversas campañas de imagen. En particular, es interesante la alianza público-privada que, a iniciativa del Secretario de Estado de España Global, se desarrollará de manera inmediata y cuenta con el soporte de la CCE, el Foro de Marcas Renombradas de España, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, la Secretaría de Estado de Comercio e ICEX España Exportación e Inversiones en favor de la imagen de España. Se entiende necesaria la implicación de las entidades públicas y privadas de España con más proyección y prestigio internacional: Instituto Cervantes, arte, museos, deporte, empresas, emigración, medios de comunicación, etc.

II.3. Condiciones para la recuperación.

A. Principios.

1. Garantizar la estabilidad política y social.

Es obvio que para que las empresas puedan desarrollar su actividad y recuperar el pulso con prontitud es imprescindible mantener la estabilidad económica, política y social. En este sentido, para empezar, es necesario el diálogo y el consenso entre las principales fuerzas políticas, económicas y sociales, dentro del marco constitucional, para llegar a un pacto nacional para la recuperación y la reconstrucción económica y social de España. Lamentablemente, no parece fácil ser optimistas, al menos en el ámbito político. Sin embargo, es una necesidad de país.

2. Principios de navegación política.

Para alcanzar el Pacto aludido o una sucesión de Pactos de Estado, habrá que aplicar la regla de las 3 C:

- CONFIANZA, sobre todo en las empresas que, lideradas por sus empresarios y directivos, aglutinan a trabajadores y *stakeholders*, son los agentes clave en la dinámica del sistema de economía social de mercado.

- CONTUNDENCIA: las medidas que se adopten deben ser contundentes y coherentes en su planteamiento y ejecución.

-COOPERACIÓN: muy en particular la cooperación público-privada en el desarrollo de la gestión pública económica.

3. La empresa es la solución.

El eje vertebrador de las medidas económicas deben ser las empresas que, al fin y al cabo, son los motores de la economía, son las que crean la riqueza y el empleo. No hay solución sin poner el foco en la empresa.

B. Condiciones para la recuperación (supuestos)

1. Prerrequisito sanitario: seguridad sanitaria

El control de la pandemia, aún relativo, es una condición básica para la recuperación y es, por ello, que el Gobierno, en cogobernanza con las restantes Administraciones Públicas - particularmente las Comunidades Autónomas y Ayuntamientos - debe establecer los protocolos sanitarios necesarios, tanto de carácter general como específicos para cada sector. La buena coordinación de la Administración, incluida la UE, y la colaboración de los agentes sociales y los ciudadanos es vital.

Debe conseguirse a toda costa que se cumplan los protocolos sanitarios como condición necesaria y reiterar la necesidad de comportamientos personales y empresariales responsables. La vigilancia proactiva de la Administración debe ser contundente. En el momento actual de desescalada se aprecia cumplimiento estricto por las empresas y comercios, debiéndose evitar algunos comportamientos antisociales individuales o colectivos de grupos de personas. Por supuesto, las autoridades deben estar atentas a contener los brotes que, sin duda,

existirán para localizarlos, minimizarlos y resolverlos rápidamente sobre el terreno.

La seguridad sanitaria es esencial para afirmar la imagen de España, como destino seguro. Es absolutamente imprescindible.

2. Financiación.

Dadas las dificultades financieras de las Haciendas Públicas españolas y la solidaridad propia de la integración española en la UE se hace necesario un apoyo sustantivo de la Unión Europea. Tras titubeos iniciales, parece que tanto el Banco Central Europeo como la propia Comisión Europea han dado muestras contundentes de que van a actuar en la buena dirección. Resulta esperanzador el acuerdo Merkel-Macron y la iniciativa para la recuperación propuesta recientemente por la Comisión. En todo caso, habrá que esperar a la aprobación final y la condicionalidad que lleve consigo y ver si el reparto se hace en función de la virulencia con que la pandemia ha afectado a cada uno de los países miembros.

Especialmente interesante ha sido incorporar en esos Fondos de recuperación la existencia de transferencias que se financiarán con la mutualización de la deuda de la UE. A España le corresponderán en ese capítulo 77.000 millones de euros. Deberá presentar planes alineados con el interés comunitario -sostenibilidad, digitalización, infraestructuras en curso, sanidad, etc.- y su inversión será revisada, lo cual es bueno porque España deberá hacer un esfuerzo de rigor y no despilfarrar en gastos corrientes de consumo innecesarios.

En fecha 4 de junio de 2020, el BCE ha rematado su apoyo sustantivo con el anuncio de otros 600.000 millones de euros para la compra de deuda de países, que se suman a los 750.000 millones de euros que aprobó en marzo.

III. MEDIDAS PARA LA RECUPERACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

III.1. Turismo.

1. Medidas financieras, fiscales, laborales y de lucha contra la pobreza.

Como es lógico los objetivos de la política económica del Gobierno español y la de las Comunidades Autónomas ante la pandemia no podían ser otros –y fueron- que preservar el máximo tejido productivo empresarial y, el máximo empleo, apoyando a las personas que estuvieren en situación de grave vulnerabilidad. La partitura fue buena y estaba en la línea del resto de países europeos. En todo caso, se han apreciado retrasos en los tiempos de ejecución de manera que, estando en la buena dirección, han visto limitada su contundencia al aplicarlos.

1.1. Liquidez.

La práctica desaparición de los ingresos en las empresas, y la necesidad de hacer frente a pagos comprometidos, obligaban a medidas que aseguren la liquidez de las empresas. Esta liquidez el Gobierno la pretende asegurar mediante:

1.2. Concesión de avales públicos (ICO) en garantía de un porcentaje de préstamos bancarios por 100.000 millones de euros.

La medida es contundente, aunque la manera como se ha ejecutado debiera perfeccionarse contemplando una ampliación del porcentaje garantizado, ampliando los plazos de amortización (6 años) e incorporando un tiempo de carencia (2 años), al menos en el caso que nos ocupa del turismo, la hostelería y el comercio minorista. La razón es simple. Dado el daño sufrido por las empresas viables hay que darles tiempo para digerir y recuperarse, para devolver el préstamo.

1.3. Minimizar la carga por pago de impuestos y tributos.

Resulta lógico pensar que si decaen sus ingresos difícilmente las empresas pueden hacer frente al pago de los tributos y es por ello que deben condonarse o al menos diferirse. Debiera, además, considerarse la posibilidad de mejorarlo temporalmente aliviando la posición fiscal de los sectores de turismo, hostelería y comercio minorista (reducción de tipos de IVA, IAE, IBI y Tasa Turística) por parte del Gobierno, Autonomías y Ayuntamientos lo que sería un incentivo para un reinicio más rápido. Suprimir el pago a cuenta del Impuesto de Sociedades basado en el IS del 2019. No tiene sentido adelantar dinero a Hacienda en un año de pérdidas que se tardará como mínimo 4 años en poderse compensar con beneficios

futuros. Hay que ajustar los intereses de demora que carga Hacienda del 3,75% a interés de mercado y como máximo al 1,5%.

1.4. Protección del empleo.

Se ha planteado evitar despidos mediante la posibilidad de autorización de ERTes por razón de fuerza mayor, que difieren las decisiones a un tiempo futuro. Esta medida ha funcionado bien, pero debiera dotarse de más flexibilidad, ERTes modulables que permitan una respuesta gradual en función de la reanudación paulatina de la actividad, lo cual es absolutamente necesario en los sectores del turismo, la hostelería y el comercio minorista.

En todo caso, en estos sectores hay que pensar en llevar los ERTes a final del año 2020 al menos.

En de la Fuente (2020)⁴ se señala que el número de trabajadores por cuenta ajena beneficiados por ERTes fueron 2.308.465 en abril, de los cuales 708.789 correspondieron al sector de la hostelería. En mayo el número ascendió a 3.181.837 en total y de la hostelería fueron 915.489. En cuanto a los trabajadores por cuenta propia que obtuvieron una prestación extraordinaria por cese de actividad fueron 224.661 en el sector hostelero de un total de 1.065.792 en abril y 261.336 en mayo.

Respecto a los importes, la estimación del gasto total de prestaciones por desempleo fue de unos 5.100 millones de euros, a lo que hay que sumar 1.200 millones de euros más de las prestaciones por cese de actividad. Todo ello en mayo. Por sectores, el coste de los ERTes en mayo serían 600 millones para hostelería y 700 para comercio y reparación de vehículos.

1.5. Protección de personas con especial situación de vulnerabilidad.

Tal protección es de especial incidencia en el caso de autónomos y pymes que pierden gran parte de sus ingresos y, evidentemente, en el caso de quien nada tiene. No debe quedar nadie atrás. Estas son medidas como el ingreso mínimo vital o las prestaciones por cese de actividad en el caso de autónomos y pymes. En todo caso serán necesarias medidas para favorecer la reincorporación de trabajadores al sector productivo.

⁴ De la Fuente, A. (2020): Evolución por sectores de la afiliación, el empleo y ciertas prestaciones durante la crisis del Covid. *APUNTES Fedea 2020/11*.

1.6. Facilitación de moratorias de hipotecas, condiciones de pago de alquileres, gastos financieros, etc. y, en su caso, facilitación de mediaciones y arbitrajes. En este caso no se ha dado una solución suficiente, por el momento.

2. Garantías de movilidad interna e internacional

2.1. Sabiendo que no será un año normal, hay que esforzarse en salvar la actual campaña de verano (julio-octubre), siempre con el prerrequisito sanitario como condición necesaria. Para estados no pertenecientes a la UE habrá que estar atento a la evolución de la pandemia en sus países y actuar en consecuencia.

2.2. Siempre con el cumplimiento escrupuloso de los protocolos de seguridad sanitaria, al final del estado de alarma debe asegurarse el tráfico aéreo en la totalidad de aeropuertos españoles y, al menos, trabajar especialmente en el establecimiento de corredores aéreos seguros en Europa.

La plena conectividad es determinante. Como lo es no poner en riesgo la percepción de España como destino seguro, para lo cual será muy importante que se armen las estructuras de los servicios de salud pública para poner en marcha las acciones de confinamientos y cuarentenas selectivas necesarias en caso de rebrotes. En esta partida no solo nos jugamos la supervivencia del sector en manos españolas, sino también la hegemonía de los países que van a liderar el turismo en Europa y en el mundo durante mucho tiempo.

3. Incentivación de la demanda

En la idea de “salvar el verano” deben promoverse campañas consistentes en:

1. Recuperar la imagen de España como país seguro y de acogida (refugio)
2. Utilización de redes institucionales en el extranjero (embajadas, cámaras de comercio, red de directivos, etc.)
3. Estudiar la posibilidad de incentivos como bonos verano y la posibilidad de un IMSERSO europeo.

4. Campaña para implementar el distintivo “*Responsible Tourism*” para establecimientos que sigan las guías de medidas para evitar el contagio por el Covid 19 en el sector turístico, las únicas visadas por el Ministerio de Sanidad.

4. Medidas específicas de hostelería.

Debe asegurarse el proceso de digestión de la crisis y recuperación de las empresas, sin descartar la posibilidad de ayudas en forma de transferencias o préstamos a muy largo plazo a empresas viables que se comprometan a invertir en mejoras de competitividad.

III.2. Medidas específicas para recuperación del comercio minorista.

Ciertamente que son muy diversas las formas, naturaleza, actividades y tamaños que pueden darse en el comercio minorista y asimismo muchos son los públicos o tipos de clientela, pero algunas medidas son de necesidad universal:

1. Campañas de promoción del consumo.
2. Sellos de garantía sanitaria. Así, el sello “Comercio de Confianza” de la CCE.
3. Campañas de comunicación sobre comercio con garantías de seguridad sanitaria. Como la campaña “Te estamos esperando” de la CCE.
4. Posibilidad de campañas colectivas de grupos de comerciantes.

IV. RECONSTRUCCIÓN.

La era post-COVID supone una oportunidad para impulsar los retos estratégicos del turismo español ante un nuevo escenario.

La necesidad de cambios globales de alto impacto en el sector que se venía evidenciando antes del COVID-19 se ha acentuado dramáticamente con la pandemia. Esa necesidad era obvia en los ámbitos de la digitalización, el cambio climático, la aparición de nuevos modelos de negocio y hábitos de compra, la distribución más equitativa de la renta y el envejecimiento de la población y, ahora, con la irrupción de la necesidad

de seguridad sanitaria se ha activado todo el proceso de cambio. Paradójicamente el terrible drama humano y empresarial del COVID-19, ofrece una gran oportunidad sectorial.

El crecimiento turístico español experimentado en los últimos años, en gran parte debido a problemas de nuestros competidores del Mediterráneo, y las métricas utilizadas para su valoración, basadas en el simplista principio de cuanto más volumen de turistas (principalmente extranjeros), mejor, no han propiciado el mejor contexto para realizar una reflexión estratégica de calado. La inercia del éxito ha impedido reconocer la acumulación de problemas estructurales de fondo, a la vez que impulsar cambios más ambiciosos para alinearse con los retos sectoriales y globales. Todo ello con el propósito de generar un patrón basado en una mayor aportación de valor al mercado en los segmentos de mayor rentabilidad socioeconómica para los destinos, una mejor distribución territorial y temporal de sus efectos económicos, una mayor y más equitativa contribución social, a la vez que un menor impacto ambiental cuantificable.

Aspirar a la recuperación post-COVID del sector turístico español bajo las mismas lógicas del pasado no parece la opción más inteligente. La pandemia ha introducido la necesidad de reflexionar y multiplicar la capacidad económica de adaptación, que no se puede desaprovechar. El turismo en España lleva más de 20 años sin una verdadera hoja de ruta, con una escasa prioridad política, un débil y desestructurado sistema de gobernanza y, sin embargo, con una base empresarial y numerosos gestores de destinos de primer nivel internacional. Aprovechar esta oportunidad supone trabajar cuanto antes y con un escenario temporal claro para salir reforzados. Los ámbitos más prioritarios se identifican en:

1. Repensar y reforzar el sistema de gobernanza turístico, liderado por el gobierno y basado en la colaboración interinstitucional entre AA.PP., la cooperación integral con el sector privado y la máxima profesionalización. Para concretar, ello exigiría impulsar el refuerzo de la Secretaría de Estado de Turismo y sus órganos dependientes, incluyendo la transformación de Turespaña para dar entrada en la gestión, financiación y toma de decisiones al sector privado, la dinamización y convocatoria periódica de la conferencia interministerial de turismo para coordinar con otros ministerios las medidas de política turística, el fortalecimiento de la

Conferencia Sectorial con las CC.AA. y el Consejo Español de Turismo (CONESTUR), como grandes ámbitos de coordinación de la estrategia turística y la creación de una delegación permanente frente a la UE en materia de turismo.

2. Elaboración de un nuevo Plan estratégico del sector turístico español, siguiendo la estela de profundidad y ambición del Plan Horizonte 2020. El Plan debiera redefinir los posicionamientos turísticos más deseados para los diversos destinos, en base a los elementos diferenciales de su oferta, trabajando en minimizar su huella ambiental y maximizar el bienestar de la sociedad local y su seguridad sanitaria, con objetivos concretos basados en indicadores cuantificables de avance y una dotación suficiente. Como resultado, el plan debiera recoger e impulsar en su seno una estrategia, al menos, en los siguientes retos:

a. La estructuración común de la oferta: que establezca por *clubs/clusters* los productos turísticos prioritarios, los requerimientos para su mejor puesta en valor en los mercados por operadores y AA.PP. y sus estrategias de marketing y comercialización en los mercados, con el diseño de un nuevo plan de marketing.

b. La renovación/reposicionamiento gradual de los destinos pioneros del litoral, que combine inversión pública en la regeneración de espacios públicos, nutrido del Plan de ayuda europeo, los planes de regeneración de núcleos urbanos del Ministerio de Fomento, la movilización de los superávits municipales e incentivos urbanísticos (como los exitosos de la Ley Balear de 2012).

c. La digitalización turística de empresas y destinos, que persiga la compra agregada de tecnología, el fomento de un ecosistema de emprendimiento turístico y la innovación en la integración de la cadena de valor, la mejora de la experiencia del turista y la gestión de las externalidades en los destinos.

d. La gestión e inversión en infraestructuras de alto impacto turístico, con un plan de inversión en intermodalidad turística, que potencie la conexión del AVE con el *hub* del aeropuerto de Madrid y el resto de interconexiones, aéreas y marítimas, a la vez que una mayor presencia de los intereses generales españoles en los grandes gestores de

infraestructuras de transporte estratégicas, muy especialmente en el caso de AENA.

e. La regulación y control definitivo del fenómeno de las viviendas de uso turístico, que incluya el impulso de una normativa común entre las distintas CC.AA. y la modificación de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información para responsabilizar a las plataformas digitales de hacer cumplir la legalidad vigente.

f. La reducción de la huella ecológica del turismo, alineada con los objetivos españoles de reducción de CO2 y de Desarrollo Sostenible de 2030, incorporando las medidas del Plan de Energía y Clima para instalaciones turísticas y un sistema de incentivos para la transición hacia una nueva movilidad baja en emisiones.

g. La potenciación de la imagen social del turismo entre la ciudadanía.

h. Evolucionar el sector turístico como un ámbito de igualdad, ejemplar en la incorporación de la mujer. Hay que avanzar en el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad y trabajar en la igualdad salarial entre géneros.

i. Asegurar la formación permanente de los profesionales turísticos.

j. Velar por la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas turísticas.

k. Implicarse en la preservación de los valores culturales idiosincráticos, tangibles o intangibles, de cada lugar.

l. Recuperar y restaurar monumentos y/o lugares de interés cultural.

m. Preservar los ecosistemas naturales de las zonas turísticas.

n. Fomentar la producción y el consumo responsables. Por ejemplo, del agua.

o. Ampliar los elementos de gestión sostenible de las cadenas de suministro, particularmente en relación a la evaluación, formación, y contratación de suministradores.

p. Exigir la calidad y trazabilidad de los productos utilizados en la industria turística y su reaprovechamiento. Fomentar el consumo de productos naturales y de temporada.

- q. Cuidar al extremo el tratamiento y el reciclado de residuos, el saneamiento.
 - r. Garantizar el acceso a energía asequible, segura, limpia y sostenible.
 - s. Garantizar la accesibilidad a personas con discapacidad. Eliminar barreras físicas y actitudinales.
 - t. Adoptar medidas para combatir el cambio climático.
 - u. Utilizar transportes basados en energías limpias.
 - v. Conseguir mayores recursos de la UE, para complementar los estatales, autonómicos, provinciales y municipales, fundamentalmente en cuanto atañe a los puntos anteriores, y significativamente los tendentes a la implantación de medidas efectivas de sostenibilidad y de concienciación de empresas, viajeros y turistas.
3. Diseño e implementación de un nuevo sistema de inteligencia para toma de decisiones públicas y privadas, que, entre otras, incluya métricas centradas en inteligencia de mercado, rentabilidad socioeconómica, impacto social y capacidades de carga ambiental, aprovechando las nuevas fuentes y sistemas de *big data*.

El éxito de estas medidas específicas sobre el turismo va a estar condicionado a la estabilidad política e institucional de España y la seguridad sanitaria como destino turístico. El dinamismo inversor y la confianza empresarial van a ser claves en este periodo de recuperación, por lo que es determinante la certidumbre sobre pilares básicos del funcionamiento del sistema económico que puedan estar en cuestión.

Igualmente, va a ser muy difícil que se pueda afrontar un plan ambicioso de reformas en los ámbitos que afectan al turismo sin el apoyo financiero de la Unión Europea. En todo caso parece que esta está en buena disposición. El reto es poder definir los principios de esta apuesta estratégica por el turismo en el marco de los objetivos de la nueva política europea y el marco de apoyo presupuestario.

V. CONCLUSIÓN

1. La pandemia COVID-19 originada en China ha tenido un alcance global. Ha generado en nuestro país una crisis sanitaria sin precedentes en la

historia reciente de España, con dramáticos efectos en términos sociales y consecuencias muy negativas en el ámbito económico y empresarial. Esto supone una caída del PIB, cierre de empresas y aumento de la tasa de paro, que es importante minimizar y revertir a partir de la gestión de la crisis en tres fases: Supervivencia, Recuperación y Reconstrucción.

2. La economía española es más vulnerable al impacto adverso derivado de esta crisis que otros países como consecuencia de nuestra estructura productiva, con preponderancia de pymes y un peso destacado de los sectores de turismo, hostelería y comercio minorista.

3. De hecho, turismo, hostelería y comercio minorista forman una singular cadena de valor a partir del turismo y siendo así el sector más importante de la economía española no ha logrado el debido reconocimiento y apoyo por parte de las Administraciones Públicas y algunos sectores sociales, lamentablemente. Esta anomalía debe cambiar sustancialmente.

4. Condiciones para la recuperación y la reconstrucción (principios).

Es necesario que las Administraciones Públicas garanticen la estabilidad política y social y actúen desde la confianza, contundencia y cooperación público-privada, poniendo el apoyo a la empresa en el centro de su búsqueda de soluciones.

5. Condiciones para la recuperación y la reconstrucción (supuestos).

La condición *sine qua non* es, en estos momentos, la seguridad sanitaria y para ello deben plantearse protocolos y vigilar su cumplimiento, de manera que se afirme la percepción de España como destino seguro. Asimismo, es necesaria la financiación suficiente que, teniendo en cuenta que la UE, a través del BCE y la propia Comisión Europea, marcha en la buena dirección, puede ser posible, sin perjuicio de que se recupere cuanto antes la estabilidad económica y financiera.

6. Medidas de carácter general para la recuperación.

El Gobierno ha dispuesto, durante el estado de alarma, una serie convincente de medidas de orden financiero, fiscal, laboral y de protección a personas vulnerables en un planteamiento acertado con el objetivo de preservar el tejido empresarial y el empleo y asistir a personas en situación de vulnerabilidad. Hay que destacar la concesión de avales públicos (ICO) a 100.000 millones de euros de préstamos bancarios,

moratorias fiscales y parafiscales, y los ERTes de fuerza mayor, para evitar despidos, difiriendo la decisión en el tiempo. La lentitud en su aplicación ha frenado algo la contundencia de estas buenas medidas.

Asimismo, se han establecido medidas para proteger a personas en especial situación de vulnerabilidad, que afectan a autónomos y pymes y a personas sin recursos (prestaciones por cese de actividad e ingreso mínimo vital).

7. Revisión de las medidas de carácter general dispuestas en el estado de alarma.

Aunque en España ha sido en los últimos años una tendencia de los gobiernos la aprobación de Decretos-Ley para ser convalidados en el Parlamento en el plazo de 30 días, debería limitarse a situaciones de extrema urgencia demostrables para no hurtar el trámite parlamentario del debate que permite la tramitación por Proyecto de Ley. La Constitución establece en el artículo 86.2 y 86.3 la posibilidad de convertir en Proyecto de Ley un Decreto-Ley por trámite de urgencia una vez aprobado, sin suspender su vigencia, y a solicitud de una mayoría de la Cámara. El Reglamento del Congreso lo recoge en el artículo 151.4. Se trata de aprovechar y afinar los métodos disponibles para que, sin cambiar en esencia la voluntad del gobierno democrático, se favorezca el entendimiento y profundizar y mejorar el debate parlamentario.

8. Medidas específicas.

La necesidad de “salvar el verano” determina esencialmente la inmediata apertura de establecimientos y, con el debido cumplimiento del prerequisite sanitario, acompaña al sector en su paulatina recuperación, en la afirmación de su seguridad, calidad y confiabilidad. Hay que entrar con paso firme en la nueva fase de desescalada de la pandemia, desescalando el confinamiento general de la población que se instauró para evitar el colapso de los servicios sanitarios en la fase explosiva con tasa de reproducción de 2’5, al confinamiento específico de casos y contactos. Es una nueva estrategia de control que requiere colaboración plena de las CCAA y entrenar recursos humanos y materiales para su éxito.

9. Reconstrucción.

Debe elaborarse un nuevo Plan estratégico del sector turístico español con horizonte a medio y largo plazo que impulse la digitalización, la sostenibilidad, la renovación/reposicionamiento gradual de destinos, la gestión e inserción de infraestructuras turísticas, potenciar aspectos comerciales y de imagen del sector. Asimismo, debe implementarse un nuevo sistema de inteligencia para la toma de decisiones.

10. Siendo cierto que las crisis suelen ofrecer también oportunidades, debe tomarse por todos una actitud proactiva para preservar la posición de privilegio del turismo español y trabajar para mejorar su modelo en el futuro. En ello será clave el talento y en buena parte del talento se basa en la formación que debe potenciarse en todos sus ámbitos, al tiempo que se afirman los valores que han permitido a los españoles desarrollar un sector turístico líder en el mundo.

LA ECONOMÍA CIRCULAR COMO MOTOR DE RECUPERACIÓN Y RECONSTRUCCIÓN DE LA ECONOMÍA

Elaborado por la Comisión de Economía Circular de la Cámara de Comercio de España

Dulcinea Meijide (SUEZ – Directora de Desarrollo Sostenible)

Manuel Baurier (SUEZ, Director General Recycling & Recovery Spain)

Paula Llop (MERCADONA Directora de relaciones empresariales)

Yolanda Martínez (MAFRE Departamento de Medio Ambiente)

Iván Moya Alcón (Responsable de medio ambiente, cambio climático y eficiencia energética de la Asociación Española de Normalización – UNE)

Josep Bagué (Presidente de la Comisión)

Las Crisis sanitaria del COVID y la consecuente crisis económica que atraviesan todos los países y en especial aquellos donde el virus ha tenido más impacto, como es el caso de España, trae algunas lecciones que, si bien no son nuevas, han quedado reforzadas. La mayoría de estas enseñanzas están vinculadas a sistemas, inercias o prácticas económicas mal diseñadas, o heredadas de tiempos en los que se creía que los recursos materiales de la tierra eran infinitos y una globalización imparable. Por ejemplo, algunas de las lecciones son:

- La fragilidad del sistema económico y la extrema interconectividad y dependencia de las industrias ponen de manifiesto la necesidad de volver a plantear producciones y compras más locales.
- La pérdida de biodiversidad afecta enormemente a la capacidad de los ecosistemas para detener las pandemias y mantener sistemas resilientes frente a virus.
- Esta pérdida de biodiversidad proviene de los modelos insostenibles de producción y consumo (en especial de los hábitos de alimentación basados en el consumo de carne, que generan deforestación) y de la economía lineal.
- Algunos de los sectores de mayor relevancia en la economía española son poco resilientes a cambios globales.
- En tiempos de crisis, en muchas ocasiones se dan prácticas poco sostenibles o que van en contra de la economía verde, como por ejemplo el uso masivo de material plástico sanitario que acabará en vertederos o incinerado.
- El crecimiento económico está todavía muy ligado al consumo de recursos naturales.
- La digitalización es fundamental para los tiempos presentes y futuros.

Además, sabemos que en los últimos 50 años la población mundial se ha duplicado y que la extracción de materias primas se ha triplicado (según el informe de la ONU sobre el panorama de los recursos globales).

Todo esto pone de manifiesto la necesidad urgente de una reforma del modelo productivo y de consumo español, donde la economía circular, la descarbonización y la transición

energética son piezas fundamentales que ayudarán a la recuperación y reconstrucción de la economía, gracias a la movilización de capital.

ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA CIRCULAR 2030

En esta coyuntura, el consejo de ministros aprueba el 2 de junio de 2020 la Estrategia Española de Economía Circular, con unos objetivos muy claros a 2030:

- Reducir en un 30 % el consumo nacional de materiales en relación con el PIB, tomando como año de referencia el 2010.
- Reducir la generación de residuos un 15 % respecto de lo generado en 2010.
- Reducir la generación residuos de alimentos en toda cadena alimentaria: 50 % de reducción per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20 % en las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020, contribuyendo así al ODS.
- Incrementar la reutilización y preparación para la reutilización hasta llegar al 10 % de los residuos municipales generados.
- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero por debajo de los 10 millones de toneladas de CO₂eq.
- Mejorar un 10 % la eficiencia en el uso del agua.

La EEEC identifica seis sectores prioritarios de actividad en los que incorporar este reto para una España circular: **sector de la construcción, agroalimentario, pesquero y forestal, industrial, bienes de consumo, turismo y textil y confección.**

Además incluye:

- Políticas clave: políticas económica, de fiscalidad, empleo, I+D+i, de consumo, la política industrial, del agua, agraria y de desarrollo de áreas rurales.
- 8 Líneas principales de actuación sobre los que se focalizarán las políticas e instrumentos de la Estrategia de Economía circular y sus correspondientes planes de actuación
 - 5 de ellas relacionadas con el cierre del círculo: producción, consumo, gestión de residuos, materias primas secundarias, y reutilización del agua.
 - 3 con carácter transversal: Sensibilización y participación, Investigación, innovación y competitividad, y Empleo y formación.
- Los indicadores de la EEEC corresponden con los seleccionados a instancias europeas dado que va a ser el marco con el que se puede comparar nuestro avance con respecto al resto de Estados Miembros. Además, se añade un último de participación del sector residuos a la emisión de gases de efecto invernadero.

El modelo organizativo para avanzar en EC será el siguiente

- Comisión Interministerial de Economía Circular, con representantes de los ministerios afectados, a la que le corresponderá evaluar y hacer las propuestas sobre las políticas y medidas a incorporar en las políticas sectoriales, así como realizar el seguimiento y evaluación de los sucesivos planes de acción en materia de economía circular, y en definitiva de la Estrategia.

- Grupo de trabajo en el seno de la Comisión de coordinación en materia de residuos, con representantes autonómicos y locales, como administraciones con potestad para completar la legislación básica y ejecutar tales medidas.
- Consejo de Economía Circular, como espacio de colaboración público-privada con todos los agentes económicos y sociales y otros sectores implicados en el cambio de modelo.

MEDIDAS DE ECONOMÍA CIRCULAR

En línea con la EEEEC, desde la Comisión de EC de Cámara de Comercio de España, se proponen algunas de las acciones o líneas de trabajo en torno a la transición de un modelo económico lineal hacia una economía circular que ayudarían a la reconstrucción de la situación económica deteriorada por la crisis sanitaria de la Covid19:

➤ MEDIDAS DE CORTO PLAZO

- En primer lugar, cabe destacar la importancia de disponer de un **marco legislativo favorable y unas estrategias sólidas y claras que incentiven la transición a la economía verde y circular**. Este marco parece actualmente que ha tomado forma a altos niveles (Europeo y Nacional) con El Pacto verde Europeo y el reciente nuevo *Plan de acción para la economía circular por una Europa más limpia y más competitiva*"; y un *Anexo*, con el calendario de medidas concretas (periodo 2020-2023). A nivel Español, ya se ha aprobado la Estrategia Española de Economía Circular con algunos objetivos claros a 2030.

También a nivel regional ya existen algunas CCAA que han establecido estrategias de Economía Circular, pero... ¿Dónde sucede la EC?: En las ciudades, a nivel local. El problema es que la inmensa mayoría de estas no dispone de estrategias y reglamentos municipales que incentiven la Economía circular. Una acción fundamental es que los Aytos tomen las directrices de las estrategias nacionales y regionales y las apliquen de manera local, a las industrias, a los consumidores, y a los sectores y motores económicos locales. Al igual que se bajarán a nivel local estrategias de mitigación y adaptación al CC, estrategias de Infraestructura verde, se podrían **bajar a nivel local estrategias y planes de EC**, especialmente en aquellas ciudades que cuenten con grandes zonas industriales.

- En línea con la acción anterior, estas estrategias locales incentivadas por Aytos o áreas metropolitanas, deberían promover **planes de Simbiosis Industrial**, y para ello será necesario desarrollar análisis y **estudios previos de uso de recursos y generación de residuos a nivel local**, que sirvan de base para la detección de oportunidades y ayuden a orientar las políticas locales de Economía Circular. Estos planes aportarán mayor competitividad las empresas locales, promoción del emprendimiento y la innovación y generación de empleo local, así como una mayor resiliencia por una menor dependencia de recursos externos. Este punto pone de manifiesto la necesidad de pensar las estrategias con un punto de vista sistémico con la ecología en el centro, y no caer en la gestión y planes en silos.
- España es uno de los países europeos con menos presión Fiscal al medio ambiente en relación con su PIB (1.86 % frente a la media europea del 2.44 %). Una combinación de fiscalidad que grave las actividades contaminantes y el depósito en vertedero,

combinado con una fiscalidad positiva o financiación para actividades empresariales verdes, será un instrumento claro para la transición y recuperación.

- **Empoderamiento de los compradores públicos en la compra pública ecológica**, que incorpore criterios de circularidad y de producción local. Estos criterios deberían ser obligatorios en la contratación pública ecológica (CPE) en la legislación sectorial e introducción progresiva de requisitos obligatorios de notificación sobre la CPE.
- **Inversión en infraestructuras** básicas y alineadas con la transición energética y descarbonización de la economía, que generen empleo cualificado y no cualificado y permitan sentar unas bases sólidas para una economía sostenible.
 - Inversión en energías renovables. Según el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030 se cifra en 101.600M€ las inversiones necesarias para disponer de la nueva potencia de energía renovable
 - Inversión en la resiliencia y adaptación al cambio climático especialmente en infraestructuras de agua, que permitan la regeneración del agua. Según el estudio “Análisis de las necesidades de inversión en renovación de las infraestructuras del ciclo urbano del agua”, de la Cátedra Aquae de Economía del Agua la inversión necesaria anual en infraestructura hidráulica se sitúa entre los 2.221 y los 3.858 millones de euros anuales.
 - Promoción de la industria española del reciclaje a través de la construcción de plantas de valorización de diversos recursos, como plan de mejora de la resiliencia nacional derivada de la mayor disposición de materias.
- Promoción de las **Alianzas público-privadas y la participación ciudadana**, sin cuales no se podrán llevar a cabo la reconstrucción. Por ejemplo, se ha comunicado por parte del MITECO, que la recién aprobada Ley de Cambio Climático española, requerirá 200.000M€ de inversión en el horizonte 2030, de los cuales el 70% será privada lo que da una idea de la importancia de estas colaboraciones. También es de vital importancia el buen funcionamiento de las comisiones y Grupos de Trabajo establecidos en la EEEC para asegurar que se incorporan la visión de empresas y ciudadanos en los sucesivos planes de acción trienales.
- Es necesario también invertir en **Formación** para la transición circular y justa a aquellos sectores que tradicionalmente se han basado en una economía lineal e intensiva en recursos, preparando al mercado de trabajo y mejorando su capacitación y habilidades que sostengan este nuevo modelo con empleos de mayor calidad y valor añadido.
- El establecimiento de un set de indicadores globales a nivel país, como marca la EEEC, serán necesarios, pero también se deberá trabajar en **Indicadores de circularidad locales** aplicables a ciudades, que permitan hacer seguimiento de los avances de las estrategias locales, y aplicados a las problemáticas concretas.

➤ **MEDIDAS DE LARGO PLAZO**

- Actualmente faltan políticas, incentivos y esfuerzos en las primeras fases de la economía circular, que comienza en muchos casos con el diseño de los productos y servicios. **Implementar e incentivar el ecodiseño y el enfoque de Ciclo de Vida para**

los productos, de manera que estos estén preparados para la durabilidad, la reutilización y la reciclabilidad, permitirá crear empleos locales centrados en el reciclaje, remanufacturado y reutilización de los recursos y productos fuera de uso, y ganar en resiliencia frente a posibles crisis futuras que puedan tener afectación a las cadenas de suministro. También las estrategias y plataformas de “servitización” de productos podrán ayudar a desligar los negocios del consumo de materiales, y alargar la vida útil de los productos.

- **Empoderamiento de los consumidores e información fidedigna sobre la reparabilidad** y durabilidad de los productos, así como si es de producción local o nacional. Los consumidores juegan un rol fundamental en la recuperación económica ya que son la fuerza económica que permitirá sobrevivir a las empresas locales. Es por tanto necesario realizar campañas de comunicación y concienciación para fomentar el uso de productos ecodiseñados y los mecanismos y derechos que los ciudadanos cuentan sobre la reparabilidad y durabilidad.
- **I+D+i y digitalización** como condición necesaria para asegurar la continuidad de los negocios, que se ha puesto en evidencia durante la crisis. El impulso de la **Industria 4.0** es vital y es la otra cara de la moneda de la Economía Circular. La innovación, el conocimiento, las nuevas tecnologías, nuevos procesos, materiales, servicios y modelos empresariales basados en servicios y no tanto en productos son bases fundamentales para la modernización de la industria española. El fomento de proyectos de I+D+i en los siguientes campos en los que España se podría posicionar como referente Europeo:
 - Silvicultura y proyectos de bioeconomía, aprovechando que España es el país con más superficie boscosa de Europa.
 - Agua: Proyectos de tratamiento y recuperación de recursos hídricos
 - Agricultura: Modernización de regadíos para hacer frente a la escasez de agua.
 - Construcción: Fomento de construcción bioclimática y materiales reciclados.
 - Energía: Fomento de energía mareomotriz
 - Residuos: Reciclado químico de plásticos de difícil reciclado o reutilización.