

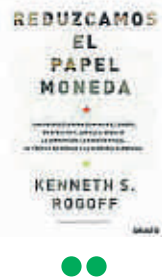
¡Acabad con los billetes!

Rogoff pide eliminar el efectivo en papel: golpearía a la economía ilegal y daría armas a la política monetaria

Justo Barranco

Es uno de los debates del momento, pero no se puede decir que Kenneth S. Rogoff sea un oportunista: ya hace dos décadas que el que fuera economista jefe del FMI propuso en un artículo eliminar los billetes de alta denominación. Su idea de deshacerse de los billetes de cien dólares llamó entonces la atención de la periodista de *The New York Times* Sylvia Nasar –autora de *Una mente maravillosa*– y la información de Nasar interesó al secretario del Tesoro, Robert Rubin... pero sólo por su conjetura de que los nuevos billetes de 500 euros podían cuestionar el dominio del billete de 100 dólares en la economía sumergida global.

Sin embargo a Rogoff (Nueva York, 1953), coautor del celebrado y polémico libro *Esta vez es diferente* –cuya asociación negativa entre deuda y crecimiento fue utilizada por muchos para reclamar políticas de austeridad–, no le preocupaba el dominio de los 500 euros sino que los billetes grandes fueran un refugio ideal para la evasión fiscal y la economía sumergida y criminal. Y fuera un impedimento para que los gobiernos apliquen políticas monetarias de interés negativo, que en la Gran Recesión habrían resultado muy útiles: mientras exista el efectivo, que es en realidad un bono a interés cero válido lo posea quien lo posea, la gente no aceptará un tipo de interés más bajo en otra clase de bono excepto por una modesta compensación. Ya Keynes pensaba que un pago negativo por el efectivo podría llevar a una expansión mo-



REDUZCAMOS EL PAPEL MONEDA
Kenneth S. Rogoff
Deusto. Barcelona, 2017
334 p. | 19,95 € | e-book, 9,99 €

netaria que empujara al mundo fuera de la depresión, y ahora Rogoff reflexiona ahora sobre las ventajas y problemas de eliminar los billetes, dejando sólo monedas, quizá de mayor valor, en *Reduzcamos el papel moneda*, cuyo título en inglés es incisivo: *La maldición del efectivo*.

El debate está aquí. Hace meses el gobierno indio eliminó de un día para otro los billetes de 500 y mil rupias, obligando a cambiarlos. Dinamarca quiere eliminar el dinero físico. Un efectivo al que las tarjetas, los móviles y las monedas virtuales no

están enterrando: al revés. La demanda de papel moneda ha crecido de forma estable en las últimas décadas: a finales del 2015 había 1,34 billones de dólares fuera de los bancos, 4.200 por cada hombre, mujer y niño de EE.UU.. El 80% en billetes de 100 dólares, 34 por ciudadano. Los billetes grandes sirven más para actividades ilegales que legales.

Para Rogoff, la idea de que criptomonedas como el bitcoin sustituyan pronto al dólar es ingenua: si funciona, en vez de un bitcoin habrá un bencoin (por Benjamin Franklin) controlado por el gobierno. En cuanto a las dificultades de cambiar, los gobiernos logran notables ingresos con el monopolio de imprimir dinero, pero cree que ahorrarse evasión y economía criminal le daría aún más. Luego, hay objeciones como las de Otmar Issing, economista jefe del BCE, que señala que el papel moneda es “libertad acuñada” que nunca debe ponerse en riesgo. Sin duda, reconoce el autor, es clave establecer la línea entre el derecho individual a la privacidad y la necesidad de la sociedad de imponer sus leyes, aunque justamente por eso él dejaría billetes pequeños hasta que se resuelva.

Rogoff sólo dejaría las monedas y quizá billetes pequeños

=====
Hay 34 billetes de 100 dólares en circulación por cada ciudadano de EE.UU.

MÁS ALLÁ DE LO MEDIBLE
Margaret Heffernan

Empresa activa
Barcelona, 2017
114 p. | Papel 10 €



En las empresas se miden muchas cosas, recuerda la autora, pero, subraya, lo más importante, lo que más impacto tiene en la rentabilidad a largo plazo, no se puede medir: la cultura empresarial. En este breve libro perteneciente a las conferencias TED, Heffernan examina ese cúmulo de pequeños pensamientos y costumbres que generan y sostienen día a día la cultura de una empresa: la forma de hablar, escuchar, discutir, pensar, ver, y sugiere pequeños pasos que supongan el inicio de un gran cambio.

ABUELO, ¿CÓMO HABÉIS CONSENTIDO ESTO?
Joaquín Estefanía

Planeta. Barcelona, 2017
318 p. | Papel 17,90 € | e-book, 10,99 €



El estrago mayor que ha causado la gran crisis en nuestras sociedades ha sido el de truncar el futuro de una generación. O de más. Reduciendo brutalmente las expectativas de muchos jóvenes y deteniendo la escalera del progreso. Y forzando un repliegue conservador del que Trump es uno de los exponentes. Joaquín Estefanía examina en este libro desde la restauración conservadora a la globalización de las últimas décadas y reflexiona sobre qué sucede cuando democracia y capitalismo no son capaces de convivir.

CREATIVE PERSONAL BRANDING
Jürgen Salenbacher

Profit
Barcelona, 2017
174 p. | Papel 16,95 € | e-book, 8,99 €



Las empresas buscan que sus empleados sean creativos y los emprendedores necesitan igualmente una mente creativa para destacarse de la competencia. El profesor del IED barcelonés Jürgen Salenbacher propone en este libro un método de *coaching* personal y profesional para descubrir las fortalezas propias, sacarles el máximo partido y convertirlas en señal de identidad. Y lo hace explicando cómo usar la metodología del posicionamiento de marca y analizando las claves del pensamiento creativo.

Jordi Palafox

Catedrático jubilado de Historia e Instituciones Económicas

Exportaciones ¿‘made in Catalonia’?



Las cifras provisionales del comercio exterior en el año 2016 vuelven a plantear el interrogante de si Catalunya es una potencia exportadora o va camino de convertirse en una mera estación de ensamblaje de bienes importados. El porcentaje sobre el total de España la mantiene como primera comunidad exportadora. Pero una rápida mirada a lo que hay dentro del mismo suscita la duda de en qué medida sus ventas al exterior no son, al menos en gran parte, resultado de lo antes importado aportando menor valor añadido del supuesto.

Hoy gran parte de los productos son resultado de la combinación de componentes procedentes de empresas de un buen número de países diferentes unidas a modo de eslabones por las nuevas posibilidades tecnológicas y el bajo coste del transporte. La economía catalana está integrada en estas cadenas de valor globales. Pero sabemos que sólo los de cabeza se apropian de la mayor parte del valor añadido generado.

Además, la identificación de las exportaciones con la demanda externa de los bienes y servicios de una economía y las importaciones con su demanda interna ha dejado de ser cierta. Una parte sustancial del comercio exterior es resultado solo de la demanda y oferta del mercado internacional: se vende fuera lo que previamente se ha adquirido fuera, aportando sólo el ensamblaje de esos componentes.

Ello pone en cuestión la habitual equiparación entre exportaciones y la demanda de productos de un país por parte del resto del

COMERCIO
Se vende fuera lo que previamente se ha adquirido fuera, aportando sólo el ensamblaje de esos componentes

mundo. Si una parte de la exportación catalana es de bienes con elevado contenido de importaciones, la aportación, y los beneficios para el país, sería más modesta de lo supuesto a partir de su estadística de comercio exterior. En ellas figurará el valor total del producto, como si hubiera sido fabricado por completo en su interior.

No sabemos en qué medida lo anterior afecta a las exportaciones de Catalunya. Es arriesgado tomar las cifras de la OCDE para España, pero en tal caso el porcentaje de valor añadido extranjero en las exportaciones de automóviles sería del 46% casi el doble de Alemania. Similar a la del sector químico. Esto es, casi el 50% del valor exportado procede del exterior.

Basándose en los argumentos anteriores un economista del Banco Asiático de Desarrollo, sostiene que la potencia exportadora de China es un mito. No parece el caso de Catalunya, pero sin contar con análisis desagregados de la posición de los sectores catalanes en las cadenas de valor globales, la duda subsistirá en especial respecto a que el resultado bien pudiera ser constatar que como expresa el refrán castellano, unos tienen la fama y otros cardan la lana. |