

La nueva normalidad

Mohamed El-Erian avisa de que el papel de los bancos centrales está al límite y llega una encrucijada

Justo Barranto

Mohamed El-Erian fue consejero delegado de Pimco, la mayor gestora mundial de renta fija, y en estos momentos es asesor económico jefe de Allianz, la matriz de Pimco. Hijo de un embajador egipcio en Francia, nacido en Nueva York (1958) y educado en Oxford, acuñó para la economía de esta crisis el término *nueva normalidad*: bajo crecimiento, desigualdad creciente, disfunción política y tensiones sociales. Y eso pese a intervenciones masivas de los bancos centrales.

Pero ahora esa *nueva normalidad*, señala, se agota, los signos de tensión crecen y la ruta de la economía mundial puede interrumpirse pronto y bruscamente. Al acercarnos a ese punto de inflexión, lo impensable será cada vez más habitual y la inseguridad aumentará. Y, señala en su libro *Lo único importante*, ese punto de inflexión puede desembocar en un camino de crecimiento mayor e inclusivo y estabilidad financiera o un crecimiento débil con recesiones periódicas e inestabilidad. Y para entender lo que nos jugamos, observa el pasado, presente y futuro de los principales bancos centrales del mundo.

Unas instituciones aburridas que se han tenido que situar como las principales diseñadores de políticas y a menudo las únicas tras estar dormidas mientras se asumían irresponsablemente riesgos financieros. Experimentando, han salvado al mundo de una gran depresión por artificial que haya sido el crecimiento y pese a que los motores



KAREN BLEIER / AFP



LO ÚNICO IMPORTANTE
Mohamed A. El-Erian
Deusto
350 p. | Papel 19,95 € |
e-book, 7,99 €

subyacentes de la prosperidad sigan sin ser arreglados y además las economías emergentes se hayan debilitado. Pero la capacidad de los bancos centrales de sacar conejos de la chistera está llegando al límite.

Y para un crecimiento sólido e inclusivo, dice, se necesitan políticas globales tras años de estrategias de crecimiento mal orientadas, con demasiada atención a las finanzas y poca a las inversiones genuinas en capacidad productiva. ¿Cambios necesarios? La renovación de las infraestructuras, la modernización

de la educación, la reforma del mercado laboral, sustituir estructuras fiscales anticuadas en las que abundan las distorsiones que favorecen a los ricos, que acumulan e impiden gastar a los pobres, un sobreendudamiento que mina las energías productivas, arquitecturas económicas regionales e internacionales incompletas como la eurozona...

La mayor preocupación no debe ser una nueva fase inflacionaria sino la asunción excesiva de riesgos financieros, la asignación errónea de los recursos y las amenazas contra la estabilidad de los mercados. Tras una etapa de uniformidad pronunciada hemos entrado, remarca, en una época de mayor divergencia en el rendimiento económico de países con importancia sistémica lo que lleva a que los bancos centrales adopten políticas distintas y entrañen peligros para el sistema monetario al no haber respuestas globales ni coordinación: la reconciliación recaerá en los tipos de cambio, lo que suele causar desastres. Hay inmovilismo, pero, concluye, sabemos qué hacer. Y sin resultados mejores que los actuales, nos arriesgamos a perder varias generaciones de crecimiento económico.

Una imagen del edificio de la Reserva Federal en Washington

=====
Se aproxima un punto de inflexión que puede traer crecimiento fuerte e inclusivo o inestabilidad

EQUIPOS IDEALES
Patrick Lencioni

Empresa activa
Barcelona, 2017
250 p. | Papel 15 € | e-book, 5,99 €



El autor de *Las cinco disfunciones de un equipo* regresa ahora con el complemento de aquel libro: *Equipos ideales*, una historia que remarca la importancia de conocer las tres virtudes esenciales que debe tener cualquier persona para poder trabajar en equipo: humildad, hambre y empatía. Lencioni ejemplifica las virtudes a través de la historia de un ejecutivo que debe salvar una empresa plagada de problemas, aunque con gente capacitada. Tratará de rescatar el espíritu de equipo y renovar la cultura de la organización.

CUSTOMER EXPERIENCE
Marcos Álvarez

Profit
Barcelona, 2016
240 p. | Papel 16,95 € | e-book, 6,99 €



Tan sólo dos años después de que Steve Jobs presentara el primer modelo de iPhone en enero del 2007, Apple desbancaba a Nokia como líder de ventas. La empresa de Jobs cambió la industria móvil y el secreto de su éxito fue adelantarse a sus competidores al ofrecer y descubrir una experiencia extraordinaria a sus clientes. El cliente tiene su poder en la mano con los *smartphones* y en la actual era de la experiencia lo más importante es ponerlo en el centro del negocio. El autor expone un modelo para hacerlo.

EL TELETRABAJO EN ESPAÑA
Aránzazu de las Heras García

Ediciones CEF
Madrid, 2016
422 p. | Papel 35,24 € | e-book, 22,16 €



La flexibilidad organizativa y las nuevas tecnologías permiten cada vez más el teletrabajo. Eso supone resolver algunos interrogantes en relación con el lugar de trabajo, la duración de la prestación, el control empresarial, la obligatoriedad del uso de las nuevas tecnologías o la prevención de riesgos laborales debido al vacío normativo existente en España. Este libro reconstruye el régimen jurídico del teletrabajo en el plano laboral y de la protección social, no sólo desde el análisis teórico sino también desde la experiencia práctica.

Enric Llarch

Economista

Integración vertical



Son muchos los factores que confluyen en la crisis del campesinado, pero seguramente el principal proviene de

un doble enfrentamiento: el de las empresas o explotaciones pequeñas con las grandes, y el de la agricultura con la industria y el de las dos con la gran distribución.

En un mundo de mercados globales, las pequeñas empresas agrarias, ampliamente mayoritarias en Catalunya, tienen que asumir una posición forzosamente subordinada en el ciclo productivo. Una posición que se traduce en la escasa rentabilidad de las explotaciones agrarias con la consiguiente autoexplotación, falta de recursos para invertir, dependencia excesiva de las ayudas públicas, envejecimiento y abandono de los payeses...

Hay varias estrategias para afrontar esta posición, como la especialización y la innovación, pero hay una sola que puede ser adoptada de forma mayoritaria: ganar dimensión a través de la cooperación y, a partir de aquí, entrar en el resto de fases del ciclo productivo: transformación industrial y comercialización directa al consumidor, que son las fases, sobre todo la última, que controlan el ciclo productivo y pueden imponer márgenes más elevados y generar retribuciones más altas.

Tenemos bastantes ejemplos de pequeños productores agropecuarios que, con diferentes trayectorias y casuísticas, han emprendido este camino con éxito. Llet Nostra se ha convertido en líder en el mercado catalán a partir de la agrupación de varias cooperativas lecheras que envasan y comercializan el propio producto. La Cooperativa Agrícola de Guissona ha abarcado el ciclo productivo

Estrategia
Los agricultores tienen que ganar dimensión a través de la cooperación y reforzar la comercialización directa con el consumidor

completo. Los productores de cereales originarios se agruparon para producir primero piensos, después crearon mataderos y finalmente una creciente red de tiendas cárnicas bajo la enseña de BonÀrea. Que en medio la empresa se fragmentara y los productores de cereales se replegaran en la cooperativa tiene poca importancia. La salida

de sus producciones está asegurada a unos precios que garantizan la viabilidad.

La cadena de productos frescos Ametller es otro caso de éxito basado en el producto de proximidad que producen en una gran finca en Sant Esteve Sesrovires. Es evidente que cuando venden plátanos no proceden de su finca, pero han dado una salida viable a sus producciones de frutas y hortalizas y lo han convertido en emblema y factor de competitividad. Podemos decir cosas parecidas de las viejas cooperativas vinícolas modernizadas, como la de Capçanes, que canalizan toda la producción de uva de los socios, invierten en procesos de alta calidad, se especializan –en este caso en vinos kosher– y venden directamente a la restauración o a los consumidores finales. Así pues, la solución al campo catalán pasa básicamente por la integración vertical hasta el consumidor final. |