

Europa en crisis, visión española

El comentario de

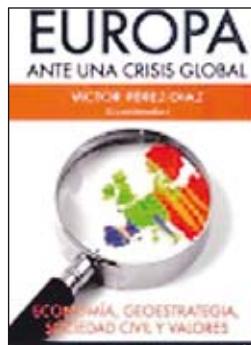
Juan Velarde

Existen libros que unen a su actualidad, un rímero de informaciones, que de ningún modo pueden pasar sin algún tipo de glosa crítica. Uno es éste, que Víctor Pérez Díez en su Introducción ya titula, porque ahí se encuentra una de las raíces del problema de nuestro continente, *La crisis en Europa y el problema del euro*, porque, (págs. 9-19) es central “la actitud de los ciudadanos europeos hacia el euro, tomando esta moneda como un símbolo de la crisis (y de su solución) y, como referencia el caso de un país euromediterráneo, España”. Por supuesto que además –pero está fuera de los planteamientos que se consideran en estas páginas, están todas las cuestiones de la geoestrategia, de la gobernanza y sociedad civil, y de la cultura. El cuadrilátero es perfecto. Examinemos ahora uno de sus lados, el del euro, porque (pág. 32), la actual crisis “afecta la solidez de la moneda única y la continuidad de la Eurozona, y cuestiona un experimento colectivo que aparentemente había supuesto un paso crucial hacia la meta de una unidad europea cada vez mayor”. Sobre esta cuestión aparecen en este volumen tres ensayos fundamentalísimos. Recojo sencillamente estos párrafos. El primero, de Juergen B. Donges –sus datos se cierran el 30 de abril de 2011– que prácticamente se inicia con esta frase apo-



GETTY

dística: “En vez de hablar de una crisis del euro, hay que hablar de una crisis de solvencia soberana y de crecimiento económico en «determinados» países de la zona euro, entre los que se encuentra España” (pág. 48). Para resolver la cuestión de la crisis, plantea dos frentes obligados: la supervisión de las finanzas públicas y el procedimiento de sanción en caso de infracción” y la resolución de crisis soberanas que “exigen ajustes presupuestarios y reformas estructurales” (pág. 51), punto este último que se relaciona con el reto de la competitividad. Es fundamental tener en cuenta que “las reformas estructurales, por su propia naturaleza, no tienen un efecto inmediato sobre el crecimiento y el empleo. Se requiere tiempo (y paciencia política) para que los ajustes económicos puedan adaptarse a los nuevos condicionamientos. Pero a medio plazo, se cosecharán los frutos” (pág. 61). Y queda claro, de paso,



Europa ante una crisis global. Economía, geoestrategia, sociedad civil y valores

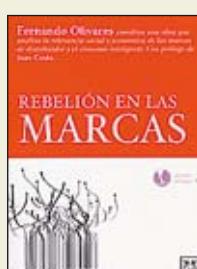
Víctor Pérez; Gota a Gota
Madrid, 2012, 334 págs.

Víctor Pérez Díez

Además de catedrático de Sociología por la UCM y doctor por la Universidad de Harvard, Víctor Pérez es presidente de Analistas Socio-Políticos, (ASP).

que las protestas de los “indignados” de la Puerta del Sol son fruto de “una izquierda trasnochada” (pág. 62). Por su parte Peter A. Hall, despliega con este motivo algo sobre lo que debemos meditar. Concretamente “España, Portugal y Grecia no disponían de capacidad institucional suficiente para lograr una coordinación salarial sostenida con el fin de mantener bajos los costes laborales. Estos países tienen movimientos sindicales divididos en confederaciones rivales, lo suficientemente fuertes como para subir los salarios pero sin incentivos que fomenten la cooperación. Carecer de la capacidad institucional para una formación profesional, coordinada, fundamental para el desarrollo de mano de obra cualificada y, por tanto, para el aumento paulatino de la innovación, y sus estructuras directivas, que siguen siendo relativamente jerárquicas en muchos sectores de la economía, también militan en contra de la innovación

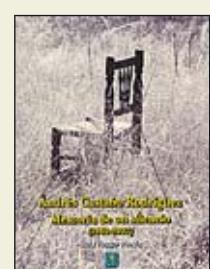
a pie de obra” (pág. 77). Por su parte, de Karel Lannoo es esta conclusión (pág. 107): “La respuesta a la crisis de la Unión Europea se ha visto complicada por la crisis de la deuda soberana. Esta fortaleció la resolución de la Unión Europea de afrontar algunas cuestiones, pero complicó la solución de otras. Un mecanismo permanente de crisis mejora la coherencia entre los sistemas financieros del euro a corto plazo, pero podría hacerlos más frágiles a largo plazo”. La presentación de multitud de datos valiosos en estos tres ensayos es extraordinaria. Pero me atrevo a destacar algo que mil veces se olvida y que puntualiza (pág. 74) Hall: “Incluso en su forma inicial la eurozona nunca fue un «área monetaria óptima» desde el punto de vista de la teoría económica. Había buenas razones para pensar que sus miembros podrían sufrir shocks asimétricos tanto desde el lado de la oferta como desde el de la demanda”.



Rebelión en las marcas
Fernando Olivares
LID
24 euros

El éxito de las marcas blancas

Las marcas del distribuidor han convulsionado el mercado en los últimos años, poniendo en jaque a los productos de fabricante. Este libro analiza el alcance social y económico del consumo de las marcas blancas en tiempos de profundos cambios, desde los principios hasta los valores de la marca aceptados en la actualidad, sin obviar uno de los grandes casos de éxito de este fenómeno: Mercadona.



Memoria de un silencio
Andrés Castaño Rodríguez
Sial
134 páginas

Los sentimientos hechos poesía

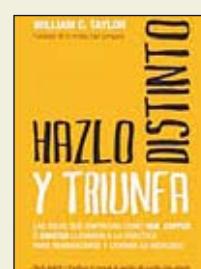
Desde joven Andrés Castaño ha mostrado su afición y vocación por la literatura, una devoción que se materializa ahora con *Memoria de un silencio*, una obra en la que el maestro y poeta se revela y plasma sus sentimientos en papel. Un artista que se encerró en su silencio durante años y que ahora desnuda su memoria para cumplir un sueño. Una obra que incluye un prólogo del periodista José María Triper.



Todos somos vendedores
Jose Manuel Vega
Libros de Cabecera
207 páginas

El secreto de los grandes vendedores

Aunque no lo parezca, todos vendemos algo: nuestra labor profesional ante los jefes, nos vendemos en una entrevista de trabajo y vendemos sentimientos a nuestra pareja. En nuestra organización social, las capacidades para la venta son vitales para nuestro desarrollo personal. Este es el punto de partida de esta obra, que presenta las técnicas de marketing de los profesionales para vender bien.



Hazlo distinto y triunfa
Charles Taylor
Planeta
300 páginas

El manual para ‘cambiar de rumbo’

Una idea puede parecer radical o descabellada pero, con frecuencia, es justo lo que su empresa necesita. En una época de competencia feroz y recepción, las empresas deben cambiar su forma de actuar. Pero ¿cómo considerar nuevas propuestas cuando existe tanta presión por conseguir resultados inmediatos? Esta obra analiza los mejores métodos de veinticinco compañías que se han *reciclado* con éxito.