

LIBROS

POR QUÉ
EL MUNDO
ESTÁ
A PUNTO
DE HACERSE
MUCHO MÁS
JEFF RUBIN

“Es cierto que los precios del petróleo, que habían alcanzado niveles nunca vistos, se derrumbaron a finales del 2008, pero no sin arrastrar en su caída la economía global. Puede ser una bajada sin precedentes, pero dice más de dónde proceden los precios del petróleo que sobre la causa de su caída (...) No hay forma de que el precio se man-

tenga en estos niveles. En cuanto la economía empiece a despuntar, lo hará también el precio del petróleo. Existe un arraigado desequilibrio entre oferta y demanda. No significa que los especuladores no contribuyan a que los precios suban. Lo hacen. Pero la primera pregunta es por qué les atrajo el precio del petróleo.”
De ‘Por qué el mundo está a...’

Esquiando con petróleo

Jeff Rubin alerta de que los elevados precios del petróleo van a volver más local el mundo

POR QUÉ EL MUNDO ESTÁ A PUNTO DE HACERSE MÁS PEQUEÑO

Jeff Rubin

Traducción de Roc Fillella

Tendencias. Barcelona, 2009. 318 páginas

Precio: 19 €

Justo Barranco

No es un sueño. Usted puede coger telesillas y esquiar en Dubái. Quizá en el exterior haya 38 grados y pueda freír un huevo en el capó del coche, pero Ski Dubai, primer centro de esquí interior de Oriente Medio, le permitirá disfrutar de la primera pista negra bajo techo del mundo. Tres mil metros cuadrados de nieve en medio del desierto que, eso sí, consumen 3.500 barriles de petróleo diarios. Un ejemplo llamativo de los cambios que ha experimentado la demanda de petróleo estos años y que, acompañados por una oferta condenada al estancamiento o la disminución, dan pie a Jeff Rubin –ex jefe de economía y estrategia del banco de inversiones CIBC World Markets– tanto a afirmar que ha sido el petróleo el que ha provocado la recesión actual como a asegurar que los desequilibrios entre oferta y demanda devolverán pronto su precio a los tres dígitos, lo que llevará a un mundo más pequeño, con producción más local, menos viajes, más transporte colectivo y ciudades más densas.

El panorama que pinta es el de un desafío. El de obstinarnos en el actual modelo o el de po-



Un aspecto de las instalaciones de Ski Dubai, durante la celebración de un torneo de tenis

ner ya los medios para transitar a otro inevitable, ya que el modelo global actual se basa en un petróleo barato que no existirá. Para empezar, las reservas que se están hallando, muy publicitadas, no servirán, dice, para sustituir a las que desaparecen hoy. Y para continuar, mayor eficiencia energética no hará que el consumo global disminuya, como no lo ha hecho nunca. Y menos cuando muchos países productores de petróleo están empezando a acaparar cada vez mayor parte de su producción. No sólo para comple-

jos de esquí ni, en general, para el uso a precios irrisorios en los automóviles de sus ciudadanos: Arabia Saudí está llevando a cabo, explica Rubin, toda una estrategia para convertirse en uno de los principales polos mundiales de la industria química gracias a sus hidrocarburos y su dinero.

EL EJEMPLO DEL 73. Y como consumo de petróleo y crecimiento económico van de la mano, subraya, para evitar un futuro de crecimiento mucho más lento a medida que la oferta de petróleo se va-

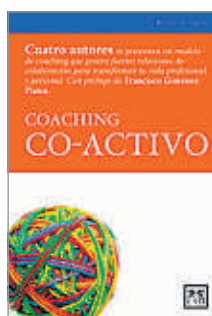
ya agotando hay que reducir la dependencia del oro negro. Ya la crisis del petróleo del 73 provocó un parón en la tendencia alcista de las exportaciones: el transporte se encareció mucho y el comercio se hizo más regional.

Y ya en la actualidad, lo que ha hundido la economía global, asegura, ha sido también el precio del petróleo y no las delictivas hipotecas basura. Si la inflación y los tipos de interés estaban bajos se debía a la globalización, servida por el petróleo barato: eso afianzó nuestra capacidad de en-

deudamiento, el crédito fácil que desarrolló las hipotecas basura. La burbuja crediticia necesitaba inflación baja y energía barata. Cuando los precios se dispararon y subieron los tipos de interés, todos estaban ya hasta el cuello.

Con el precio del petróleo por las nubes, en el 2008 también hubo un parón de las exportaciones. La multinacional Procter & Gamble reorganizó su cadena de suministros y recurrió a proveedores más próximos a sus mercados. Y es que el transporte mundial en enormes barcos portacontenedores es muy sensible al precio del combustible: a productos como los muebles o el acero chinos les afecta mucho el aumento de los fletes. Se anula su ventaja y de repente la metalurgia de EE.UU. recupera su mercado nacional o vuelven las maquiladoras mexicanas. Sin hablar del ahorro de los gases del transporte: no es raro que los obreros del United Steelworker y los ecologistas del Sierra Club trabajen hoy juntos.

El futuro traerá grandes aumentos del precio del petróleo –Rubin ya acertó al pronosticar sus estratoféricas subidas recientes–, así que veremos, explica, historias del pasado: lo local volverá a ser importante, disminuirá el sector servicios, se producirán los alimentos más cerca aunque más caros. habrá menos viajes en avión, turismo más cercano... Pero también un crecimiento ralentizado en los países pobres. Y nuestras sociedades cosmopolitas, basadas en el uso de mucha energía, quedarán en cuestión. Sin duda, toda una profecía.



COACHING CO-ACTIVO

Laura Whitworth, Karen y Henry

Kimsey-House y Phillip Sandahl

Traducción de Magalí Martínez

Lid. Madrid, 2009. 332 páginas

Precio: 19,90 €

Los autores de este manual de *coaching* recuerdan que el objetivo de esta profesión no es, por lo menos prioritariamente, alcanzar objetivos ni lograr resultados –aunque eso sucederá si el *coaching* es eficaz– sino ayudar al descubrimiento, la conciencia y la elección, promover que las personas descubran sus propias respuestas y apoyarlas en el camino a medida que realizan elecciones importantes. Y sobre todo, remarcar, es una forma de estar en relación y de comunicarse *coach* y cliente en pie de igualdad.

BUSQUE, COMPARE Y, SI ENCUENTRA UN LIBRO MEJOR, ¡CÓMPRELO!

Sergio Rodríguez

Electa. Barcelona, 2009

204 páginas

Precio: 23 €

Del borreguito de Norit a las muñecas de Famosa. Desde eslóganes como el “No pasa nada” de Tampax hasta los populares “Si no hay Casera, nos vamos” o “Tú pasa el Pronto, y yo el paño”. Y del JASP al “Amo a Laura” y el primo de Zumosol. Este libro recopila más de medio siglo de publicidad en España, de aquella publicidad que ha quedado tan arraigada en la memoria –que ha sido tan efectiva– que ya forma parte de nuestra vida. Un recorrido que, a su vez, configura también la historia social de un país.

LECCIONES DE BRAWN GP

Antoni Gutiérrez-Rubí

Alianta

Barcelona, 2009

134 páginas

Precio: 9,95 €

El consultor Antoni Gutiérrez-Rubí extrae lecciones del éxito del equipo Brawn GP en el circo de la fórmula 1. Un sobrio monoplaza blanco casi sin patrocinio ha superado a orgullosos escuderías. La irrupción de lo imprevisible –una oportunidad en el reglamento de la F-1–, la combinación de experiencia y juventud, ambición calculada –ya vendrían patrocinadores–, rapidez –el equipo se formó en tres semanas– o hallar oportunidades en el caos –los grandes se adaptan mal a él– han sido algunas de sus claves.