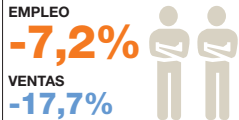


El dato

El descenso del empleo en las grandes empresas EN EL MES DE FEBRERO



Los sectores más afectados

CONSTRUCCIÓN -13,4%	SERVICIOS -10,9%
INDUSTRIA (sin energía y agua) -8,6%	COMERCIO Y HOSTELERÍA -6,2%

FUENTE: AGENCIA TRIBUTARIA

La frase

«No podemos reconstruir esta economía sobre el mismo montón de arena»

Barack Obama

PRESIDENTE DE EEUU



El producto

Plan de pensiones con atractivo incentivo inicial

VidaCaixa, la sociedad filial del Grupo SegurCaixa Hólding, inicia la comercialización del nuevo plan de pensiones PlanCaixa 5. Ya, una propuesta que ofrece al cliente una revalorización de su aportación de un 30% (TAE mínima del 2,45%) el 1 de febrero del 2020, además de incorporar un atractivo incentivo comercial. Este nuevo producto permite al



cliente escoger entre obtener un 5% TAE sobre la aportación realizada

(abonada en su cuenta corriente), o bien realizar una imposición a un plazo fijo de un año en el Depósito 5 Ya de La Caixa, el cual ofrece un interés del 5% TAE (que cobrará por anticipado) por un importe máximo igual al doble de las aportaciones y/o traspasos externos que se hayan realizado al plan de pensiones. La comercialización del plan finaliza el 30 de junio y se puede contratar en las oficinas de La Caixa o internet.

Zona franca

PILAR **Almagro**

DIRECTORA GENERAL DE VERTISUB



Pacto

A partir de la crisis se ha instaurado una corriente de ayudas y subvenciones desde los gobiernos que se ha aceptado con naturalidad. Pero nada es gratuito; transferir recursos artificialmente a empresas o instituciones con el fin de que duren algo más supone retrasar pasos a dar en otras direcciones e incluso impedir que broten sectores verdaderamente originales. Además, los blindados gracias al dinero público pasan a competir en superioridad de condiciones con aquellos que, por haber desarrollado una buena gestión, no necesitaron de ayudas, penalizando así la eficiencia y primando la ineficiencia. Mas se ha de ser muy generoso para hacer prevalecer el interés general al propio, y de esta carencia no solo adolece la clase política. Los empresarios aceptan sin ambages toda dádiva estatal, aunque destruya los cimientos básicos de la libertad económica, co-

Somos un país alegre. Es un activo intangible que nunca se valorará bastante

mo las bonificaciones a la contratación de parados con exención de cuotas a la seguridad social, que penaliza a las compañías que con enorme esfuerzo mantienen sus plantillas. Por su parte, los sindicatos pretenden conservar la inflexibilidad laboral, ignorando que el modelo español genera la mayor tasa de paro de la CEE y que nuestra economía sumergida está valorada en el 20% del PIB oficial (la industria aporta el 14%). Las autonomías también admiten toda transferencia dineraria soslayando cualquier consideración localista, que si se invoca en lo demás asuntos.

Pero gozamos de otras virtudes. Somos un país alegre y ese es un activo intangible que nunca se valorará bastante. Poseemos optimismo e ingenio. Disfrutamos de un acervo cultural profundo y una impresionante herencia monumental. Estamos rodeados de países variados y cultos, con seguridad jurídica y amplias conquistas sociales.

Lo tenemos casi todo, el resto simplemente hay que hacerlo. Y es tan importante que no deberíamos delegarlo solo en los políticos, sino involucramos toda la sociedad civil en un gran pacto de estado en el que todos asumamos la responsabilidad del conjunto, así como nuestra cuota de trabajo. Y en esos nuevos pasos a dar, el trabajo y la ilusión son insustituibles.

Entrevista

Carl C. Rohde ▶ Cazador de tendencias

«Una de las claves para salir de esta recesión es la gente mayor»

JOSEP M. BERENGUERAS
BARCELONA

¿Qué es una tendencia?

—Hay diferentes tipos de tendencias. Una importante son los colores de las piezas de ropa que se van a llevar el próximo invierno. Pero nosotros no nos fijamos en estas, sino en las tendencias de mentalidad. Cómo siente, piensa, actúa la gente. Es lo que todo el mundo quiere saber, las compañías también, cómo están cambiando las mentalidades. Investigamos qué es cool, qué es atractivo e inspirador y con potencial de crecimiento en grupos concretos.

—Con la crisis las tendencias habrán cambiado mucho...

—Un montón. El gran cambio es que antes admirábamos a los que tenían mucho dinero, qué hacían y qué pensaban. Ahora, estamos disgustados con todos los que se han enriquecido desmesuradamente. Además, hay un gran movimiento del *greed* (avaricia) al *green* (verde). Nadie quiere ser un gran banquero, ya no es atractivo, ahora lo que queremos ser es ecológicos.

—Póngame un ejemplo de compañía que se esté moviendo de la avaricia al verde.

—La banca es uno de los sectores peor vistos. Pues hay un nuevo tipo de banca llamada Zopa (www.zopa.com) que es un lugar donde hay prestamistas y prestatarios, todo personas normales. Es una comunidad, no un banco, todo el mundo presta y recibe dinero. Es un banco 2.0, hecho para y por nosotros mismos. Ya está en funcionamiento en Reino Unido, Italia, Japón y EEUU, y va muy bien.

—Hay proyectos similares aquí?

—En España vemos que la sociedad se mueve, también los políticos. Hay una gran preocupación por ser más verde, reciclar, ser sostenible, el derecho a la vivienda.



GUILLERMO MOLINER

Investigador

▶▶ Rohde, en las oficinas de Hill & Knowlton de Barcelona.

El sociólogo Carl C. Rohde (Rotterdam, 1953) dirige Science of the Time (signsofthetime.nl), un grupo virtual de 500 investigadores de mercado y tendencias repartidos por todo el mundo que analizan la actualidad y buscan las claves del futuro de los mercados. La ecología, afirma, es otra de las claves para salir de la crisis.

—¿Los políticos están haciendo todo lo posible para salir de la crisis?

—Nadie lo sabe. El movimiento de la avaricia al verde también lo están haciendo ellos. Si gastas un montón de dinero, no lo gastes en salvar la contaminante industria del automóvil, gástalo en crear nuevos puestos de trabajo en la industria automovilística ecológica. Salvar la economía, pero también el medioambiente.

—¿Es Obama el ejemplo perfecto del nuevo escenario?

—Ha hecho cosas fantásticas. Una de ellas ha sido involucrar a todo el mundo en su cambio. Ha sido de los primeros en usar la revolución 2.0.

—¿Cuál es el rol de la gente mayor en el escenario actual?

—No quieren que els llamen *gente mayor*, sino *los de más de 50*. Los jóvenes no tienen dinero y no crecen en términos demográficos. Los de más de 50 cada vez son más, tienen dinero,

el poder, el tiempo y no van a morir pronto. Todas las recesiones han acabado con un gran descubrimiento. No sé de qué manera terminará esta crisis, pero será basándose en el concepto 2.0, la sostenibilidad, y probablemente los de más de 50 tengan mucho que ver. Son una de las claves para salir de la recesión.

—¿Ha cambiado el comportamiento del consumidor en el súper?

—La gente nota la crisis en la cartera, pero los precios han bajado y, por tanto, vamos tirando. Tienes que comer igualmente, así que vas a comprar igual. Lo que sí ha cambiado es que si queremos comprar el último modelo de ordenador o adquirir una lavadora más moderna que la que tenemos, lo posponemos. Los *discount* tienen una gran oportunidad en esta crisis si saben ganarse al público. Pero cuidado, porque el modelo de barato pero antipático es muy peligroso. ≡