

muchas) y sus alegrías (también abundantes). Es la historia "de cientos de traders, banqueros y economistas que primero se adueñaron del negocio latinoamericano de los bancos del inversión, después del grifo de dinero para América Latina y terminaron siendo árbitros y sumos sacerdotes de las crisis financieras de principios de este siglo", incluido, especialmente, el derrumbe de la Argentina.

El autor entrevistó a los Sherman McCoy argentinos que trabajan en Estados Unidos. Algunos no trabajan más, otros sí, incluso hay viejos conocidos, principalmente los economistas de research de los grandes bancos, que en la etapa previa a la caída de la Convertibilidad opinaban con vehemencia en las páginas de los diarios sobre la economía de un país en el que no vivían y que menos entendían. También aparece el retrato de aquellos que anónimamente compran y venden bonos detrás de las pantallas (los que en verdad hacen ganar dinero a los bancos).

La pregunta que se hicieron muchos durante algún tiempo fue: ¿qué entendiendo sobre economía y la situación argentina todas estas personas que durante tanto tiempo desfilaban por la pasarela de los medios?

El relato de Iglesias sobre las aspiraciones de estos individuos, sus carreras laborales y —en el caso de los economistas— las reuniones que mantuvieron con el Gobierno de la Alianza meses antes de que se desplomara la economía, brindan algunas excelentes respuestas.

Imperdible: la anécdota de la "galletita" del ex presidente Fernando de la Rúa.

Golden Boys, publicado en diciembre, recibió el Premio Crónicas, de Planeta/Seix Barral, otorgado por un jurado formado por Jon Lee Anderson, Juan Villoro y Martín Caparrós.

El management bajo la lupa



Rompiendomoldes de management y negocios

Manuel Sbdar.
Granica, Buenos Aires, 2007. 237 págs.

Muchos de los libros y manuales de management que se publican en la Argentina, la mayoría de autores extranjeros, podrían perfectamente catalogarse como *commodities*: productos indiferenciados y cuyo común denominador suele ser un nivel de abstracción tan elevado que resulta expulso para el no especialista.

No deja de ser una ironía que encumbrados gurús y consultores en gestión, marketing, estrategia, recursos humanos y otras disciplinas corporativas —que hacen un culto teórico de la buena comunicación— fracasen tan a menudo en hacer llegar sus mensajes.

Rompiendomoldes de management y negocios, el nuevo libro de Manuel Sbdar (Editorial Granica), es una bienvenida excepción en este paisaje monótono de chá-

chara organizacional. Desde el comienzo, el autor se presenta como un crítico: se propone "bucar por debajo de las teorías del management que muchas veces damos por ciertas".

Sbdar, director de Educación Ejecutiva para el Cono Sur de la prestigiosa ESADE Business School de España, desafía la sabiduría convencional de la bibliografía de gestión con la solvencia de quien la ha estudiado a fondo y que está "de vuelta".

Como académico, se permite decir algunas verdades que probablemente les estén vedadas a muchos consultores empresariales. Como cuando se ocupa de lo que llama la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) "trucha", que se practica en tantas partes, incluida la Argentina. "No es función de la empresa sino del Estado asistir a los sectores más humildes", escribe. "Y para este cometido, necesita recaudar impuestos. Si usted se encuentra ante una corporación que paga todos sus impuestos y, además, realiza RSE, aplauda. Pero si una firma evade 20 millones de pesos y destina 100.000 a mantener un par de comedores infantiles, pregúntese: ¿a esta empresa le importa la comunidad?".

La originalidad de *Rompiendomoldes* también se manifiesta cuando Sbdar extrae lecciones de management hasta de la proeza del ascenso de un club de fútbol de su Tucumán natal al torneo nacional. Grandes teóricos han escrito bibliotecas sobre "lo global y lo local". Sbdar lo explica en un apartado del último capítulo: "Beckham y el Atlético Concepción". Lo que se dice management all'uso nostro.

Rompiendomoldes no incurre en el género de las "recomendaciones". Según el autor, "el mundo de las organizaciones es demasiado rico y variado como para someterse a fórmulas mágicas."

Pablo Maas

Cómo entrar en la Era Digital



El futuro no espera. Políticas para desarrollar la sociedad del conocimiento

Henoch Aguiar
Buenos Aires, La Crujía, 2007. 318 págs.

La revolución tecnológica global comenzó hace años y nuestro país, pese a estar rezagado, todavía está a tiempo de subirse al tren. "La Argentina está frente a su mejor oportunidad de desarrollo de los últimos cien años de su historia", argumenta Henoch Aguiar en su libro *El futuro no espera, Políticas para desarrollar la sociedad del conocimiento*, de ediciones La Crujía, coeditado con Fundación Digital.

Para Aguiar, ex secretario de Comunicaciones de la Alianza y abogado especializado en temas de telecomunicaciones, el gran salto dependerá de la adopción de una estrategia, "una política digital adecuada", basada en seis pilares fundamentales: educar para el nuevo milenio, utilizar la informática y las comunicaciones para disminuir la exclusión social y económica, impulsar la techno-

logía y la informática en sectores prioritarios de la economía, modernizar la legislación, dar transparencia a la política por vía del gobierno electrónico y desarrollar intensivamente las comunicaciones.

En la actualidad, las tecnologías son baratas, el conocimiento es escaso y muy costoso. Para responder a las demandas de una economía globalizada y las cambiantes preferencias de los consumidores, no basta con incorporar tecnologías modernas. "Es preciso, simultáneamente, adoptar nuevas formas de organización de los procesos de investigación, diseño, gestión, producción y comercialización", destaca el economista de la CEPAL Bernardo Koscoff, en el prólogo.

En la visión de Aguiar, el mundo pasó por dos grandes etapas de desarrollo económico: la era agrícola y la industrial. "Vivimos en la era digital, la Era de la Sociedad del Conocimiento", puntualiza.

El crecimiento económico se explica, en gran medida, por la capacidad que tienen las economías para la generación e incorporación de conocimientos y tecnologías, señala Aguiar. No obstante, la literatura económica reciente enseña que "la convergencia entre naciones no es automática" y que, para que los países puedan aplicar de modo efectivo las nuevas tecnologías para cerrar las brechas de productividad que los separan, "deben realizar esfuerzos endógenos para el desarrollo de capacidades locales y para el fortalecimiento institucional".

De aquí a veinte años, sólo los países que hayan desarrollado sus potencialidades frente a la nueva economía digital estarán en condiciones de competir y de liderar, señala Aguiar en un libro que, según asegura "es sobre políticas, no sobre tecnologías".

Damián Kantor



EDICIÓN LANZAMIENTO 2008

EL FUTURO DEL CAMPO

\$2





CÓMO PARTICIPAR DE UN NEGOCIO AGRÍCOLA DE PUNTA.



¿QUÉ PASARÁ EN EL 2009 CON EL MERCADO DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA.

GANA UNA TOLVA

autodescargable *Cestari*

ES MUY FÁCIL. CON EL CÓDIGO QUE SALE EN LA REVISTA TENÉS DOBLE CHANCE DE GANAR UNA TOLVA *Cestari* AUTODESCARGABLE DE 15.000 LTS.

Promoción válida en la República Argentina del 14/02/08 al 24/02/08. Sin obligación de compra. Verse en www.clarinrural.com.ar. Fallos no contestados.



Ya está en todos los kioscos.

