

ÉLITES EXTRACTIVAS

Enrique Ogliastrì
PROFESOR DEL INCAE

Daron Acemoglu (MIT) y James Robinson (Berkeley) acuñaron este concepto tras décadas de investigación sobre las relaciones históricas entre política, sociedad y desarrollo económico. El masivo descontento con la clase política, que se vive en tantos países latinos de América y Europa, proviene del dominio de élites «extractivas»: aquellas que ponen sus intereses particulares por encima de los de la nación

Las élites extractivas prefieren estancar a un país u organizar un golpe o cambio de gobierno, antes de perder rentas por la democratización

y sacan usufructo de las decisiones políticas. Latinoamérica es la región más desigual del mundo (factor negativo para el desarrollo y la democracia): las élites extractivas prefieren estancar a un país u organizar un golpe o cambio de gobierno, antes de perder rentas por la democratización.

El problema no es nuevo. Los dictadores tradicionales, desde Somoza hasta hoy, amasaban fortunas sin disimulo. Otros llegaban al gobierno más interesados en el poder que en el dinero, y el desprecio por criterios económicos era parte de su inefectividad y posterior caída. En una democracia la situación es más compleja. El «clientelismo» personalizado —recompensar económicamente desde el gobierno a quienes den sus votos— se ha aunado a una trama de intermediarios, organizaciones, fundaciones y empresas públicas y privadas que se benefician del Estado a través del gobierno de turno, de una manera encubierta. Esto no es privilegio de países latinos. Para entender el gobierno de Bush en Estados Unidos es necesario seguir la trama de las empresas de sus amigos y ministros, beneficiarias

de las guerras y proyectos (*top secret*) de un país que gasta una tercera parte de su inmenso presupuesto en «defensa».

En el pasado hubo muchas críticas a la separación de los sectores público y privado en la promoción del desarrollo económico. Hace algunos años, en un estudio sobre la clase dirigente en Colombia, encontré un pequeño grupo «polivalente» que trabajaba por igual en ambos sectores, tenía perspectiva de largo plazo y era el núcleo de la élite dirigente. No eran empresarios en plan de hacerse ricos, políticos orientados al poder ni meros zánganos. La «élite extractiva» es un concepto distinto: está

más controlada por los políticos y un sector «público» empresarial se constituye en el núcleo, frecuentemente corrupto por la falta de transparencia.

César Molinas sigue esta tradición en su libro sobre la clase política española. Señala la responsabilidad de los políticos en la burbuja inmobiliaria, el colapso de las cajas de ahorro, el desinfe de las inversiones en energías renovables y las absurdas inversiones en infraestructura (se construyeron aeropuertos donde nunca llegan aviones). La élite «extractiva» no renuncia a sus rentas y preferiría salir del euro, aunque no le convenga al país. No invertirá en políticas «obvias» ante la crisis: superar la deficiencia en educación, fomentar la innovación, el desarrollo y el emprendimiento, ni apoyar la investigación. Se resiste al «rescate» europeo (palabra proscrita), porque erosionaría su control e intereses.

La propuesta de Molinas consiste en cambiar el sistema electoral, en la línea que se discute ahora en Italia: desmontar un sistema de listas cerradas de partido para adoptar un sistema «mayoritario», que haga más

responsable a cada político frente a la gente, en lugar de depender de la cúpula de su partido. Las élites extractivas no pasan bien a la historia. ■

¿CÓMO HACER DEL COACHING UNA HERRAMIENTA EFICIENTE?

Noel Martínez

CONSULTOR GERENCIAL / NOEL.GMBA@GMAIL.COM

Coaching es una técnica que adquiere cada vez más fuerza. En los ámbitos tanto organizacional como personal, contar con los servicios de un *coach* para apoyar a una persona o un equipo es una práctica común. No obstante el auge de esta disciplina profesional en la actualidad, todavía hay muchas personas que no saben qué esperar de un proceso de *coaching* o cómo seleccionar el *coach* adecuado para que apoye eficazmente el logro de las metas propuestas.

El *coaching* es un método especializado. Es una asociación entre el *coach* y su cliente (*coachee*), en la que el primero apoya al segundo a desarrollar su potencial y obtener los resultados que desea. Para alcanzar este objetivo, el *coach* desarrolla una forma de conversación especializada, utilizando herramientas que le permiten a su cliente descubrir escenarios, encontrar respuestas y proponer soluciones que están a su alcance pero no había considerado.

Existen diversas actividades de apoyo o acompañamiento profesional, tales como la consultoría, la asesoría, la mentoría o la facilitación, entre otras. Cada una es valiosa en su ámbito y en situaciones específicas. La principal diferencia de estas prácticas con el *coaching* es que, en este último, el *coach* confía en que el cliente tiene las respuestas necesarias para superar los obstáculos o dificultades que enfrenta. En las otras disciplinas, el cliente recibe opiniones, propuestas, consejos y hasta apoyo en la ejecución de los planes de acción.



ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA MANUAL PARA COMPETIR CON ÉXITO EN LOS MERCADOS

CARLOS JIMÉNEZ



0212-555.42.63 / 44.60
edies@iesa.edu.ve

Las empresas exitosas son aquellas que, además de descifrar a sus consumidores o clientes, son capaces de aprender de la competencia. Dada la relevancia de la competencia en los negocios y su complejidad, resulta imperativo contar con las «mejores prácticas» de análisis de la competencia. Este libro ofrece precisamente esto, con una sencillez impecable, pero a la vez con profundidad y enfoque práctico.