

Phelps y el factor humano

El Nobel de Economía recorre su carrera, que concluye con las claves para las sociedades innovadoras

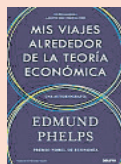
Justo Barranco

Pocas veces una autobiografía se habrá parecido tanto a una enciclopedia de economía del siglo XX o a una breve historia de las doctrinas económicas. Pero el Nobel de la disciplina en el 2006, Edmund Phelps, ha hilado en *Mis viajes alrededor de la teoría económica* la evolución de su carrera desde el Chicago de la Gran Depresión en el que nació en 1933 –sus padres perdieron los empleos y marcharon a Nueva York cuando él tenía seis años– hasta la California de los sesenta –en la RAND Corporation pagada por Defensa–, la *reaganomics* de los ochenta y su deficitaria economía de la oferta, la caída del Muro –fue parte de la misión a Moscú en 1990 del Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo que presidía Jacques Attali– y la China del nuevo siglo –como decano de una escuela de negocios en Fuzhou– con sus encuentros con todo el santoral de grandes economistas de la centuria.

Desde Paul Samuelson a James Tobin, desde Kenneth Arrow a Amartya Sen y George Akerlof, desde Joseph Stiglitz a Robert Solow o Robert Lucas, e incluso la impertinente Joan Robinson, que en Cambridge le expuso en tromba su pensamiento más reciente... que Phelps no entendió. “Le hice una pregunta, pero tampoco entendí su respuesta. Volví a intentarlo, pero se dio por vencida”, recuerda. “Si pusieras empeño, lo entenderías”, le espetó. Por supuesto, también su encuentro con John Rawls, el gran filósofo autor de *Teoría de la justicia*, que



LIBERT TEXIDO



MIS VIAJES ALREDEDOR DE LA TEORÍA ECONÓMICA
Edmund Phelps

Deusto, Barcelona, 2024
229 p. | 19,95 € | e-book, 9,99 €

marcó la manera de pensar la justicia económica en EE.UU. y que Phelps trasladó a los números.

Por supuesto, el Nobel no se ahorra los grandes debates de su época, cuestionando la nueva economía clásica de Robert Lucas y su teoría de las expectativas racionales, que postula que las expectativas adquiridas por individuos y empresas podrían calcularse a partir del análisis de un modelo matemático sólido, mientras que él cree que las expectativas de consumidores y empresas están sometidas a la incertidum-

bre y el reajuste continuo. O criticando la petición de una renta básica universal por Philippe van Parijs porque él cree en la centralidad del trabajo en los proyectos vitales. O advirtiendo del impacto de la deuda pública en el crecimiento y empleo.

Samuelson dijo de Phelps que “su contribución a la disciplina es un proyecto: introducir la información y el conocimiento imperfectos, la competencia imperfecta y las fricciones del mercado en la macroeconomía, y añadiría que también en la microeconomía”, dando cuenta de las parálisis que muchas veces “puede afectar a la mano invisible de Smith, Say y Lucas”. Un proyecto que introduce el factor humano también con su trabajo de los últimos años, en el que ha cuestionado el mítico empresario innovador de Schumpeter: la innovación en sociedades dinámicas nace de valores modernos compartidos por muchos de sus individuos. Ahora a la vez de un gran número de personas movidas por un ethos que incluye aspiración, curiosidad y deseo de expresión personal, una exploración que supone satisfacción laboral y florecimiento social y que hoy cree que hay que recuperar.

Edmund Phelps fotografiado en Barcelona en el 2017

=====

En sus últimos años ha atacado la idea del empresario innovador lanzada por Schumpeter

Franc Ponti

Profesor de Innovación en Eada Business School

Pecados capitales de la innovación



Innovar no es tarea fácil. Requiere de un buen análisis del entorno, de contar con personas valientes y atrevidas, de aglilar las estructuras organizativas y de un sinfín de cosas más. A continuación expongo lo que podrían ser los siete pecados capitales.

En primer lugar, hay que ver la innovación como una oportunidad, nunca como una amenaza. Al ser un fenómeno complejo, muchas empresas esconden la cabeza bajo el ala y se limitan a afirmar que “esto de innovar es muy caro y muy arriesgado”. Miedos fuera.

En consecuencia, el segundo pecado consiste en dar la espalda a la revolución tecnológica que estamos viviendo. La tecnología, por sí sola, no nos va a solucionar casi nada. Pero la sabia combinación de talento humano y tecnología punta puede darnos satisfacciones. La inteligencia artificial generativa, por ejemplo, es una excelente herramienta para agilizar los procesos creativos en las organizaciones. Tener miedo a la convergencia tecnológica es un grave error.

Hay que considerar, en tercer lugar, que la innovación se nutre tanto de razón como de imaginación radical. Hay que conformar equipos compuestos de ambos perfiles, que en neurociencia se denominan deliberados y espontáneos. La lengua catalana tiene dos palabras preciosas para definir esa dicotomía: *seny* y *rauxa*. Ser demasiado racional nos condena al aburrimiento y a la falta de originalidad. Y caer en el extremo contrario nos aleja del mundo real y de las soluciones aplicables.

El cuarto pecado consiste en despreciar a los usuarios. Cualquier política de innovación debería basarse en procesos internos de I+D, pero, en especial, en una constante auscultación de las necesidades de los clientes, consumidores o usuarios. Los tiempos que vivimos no permiten ya “predecir y controlar”, sino “sentir y responder”. El Design Thinking es una metodología que nos ayuda a lograr esa constante interacción con los usuarios.

La quinta reflexión nos indica que se puede innovar en cualquier tipo de sector, sin excepción. ¿O

acaso no podemos innovar en seguros de vida o en campamentos infantiles? Quien primero se atreve a innovar en un sector reacio a hacerlo (si lo hace bien) se llevará el gato al agua.

El sexto pecado capital es pensar que hay que evitar los errores. Como afirma la profesora de Harvard Amy Edmondson, es más fácil innovar en entornos de “seguridad psicológica” en los que la gente pueda explorar, errar y volver a empezar sin sentirse culpable. En mi querida Universidad de Stanford afirman que “hay que equivocarse a menudo para tener éxito antes”.

Finalmente, el último pecado capital consiste en no comprender que la innovación debe ser una práctica casi científica, basada en la curiosidad, la observación, la experimentación constante, el prototipado interactivo, la prueba y la iteración. 3M tardó seis años en aprender a comercializar las notas Post-it. Nestlé tardó mucho más en triunfar con la Nespresso. |

EL FINAL DE LAS CRISIS ECONÓMICAS NACIONALES

Juan Carlos Morán Álvarez

Pirámide, Madrid, 2024
200 p. | Papel, 19,95 € | e-book, 15,49 €



Las crisis económicas no son inevitables. Simplemente, no conseguimos ponerles remedio, asegura el autor, profesor de economía aplicada en la Universidad de Sevilla. El actual modelo de crecimiento se basa, dice, en el endeudamiento. Y los agentes económicos no pueden mantener el ritmo de endeudamiento sin recesiones. En su libro defiende el modelo ECS-MEC, una política mixta que contribuya a regular la liquidez del sistema teniendo en todo momento presente las tensiones inflacionistas o desinflationistas de demanda.

GUÍA PRÁCTICA DE MARKETING

Jordi Berenguer

Libros de Cabecera
Barcelona, 2024
280 p. | Papel 20,90 € | e-book, 13 €



Una guía para el marketing de consumo escrita desde la práctica y la experiencia personal del autor, Jordi Berenguer, un apasionado del marketing desde su juventud, cuando se vio atrapado por la magia de los anuncios de Absolut Vodka. Una admiración que le llevó a ejercer como *marketeer* en algunas de las más destacadas multinacionales de consumo. El volumen busca transmitir las claves que se aprenden con el oficio y la práctica diaria, notablemente las que no se cuentan en las aulas.

INNOVAR MÁS ALLÁ DE SILICON VALLEY

Alexandre Lazarow

UID editorial
Madrid, 2024
296 p. | Papel 22,75 €



Un manual para el éxito de las startups que desafía el evangelio de Silicon Valley. El inversor de capital riesgo Alexandre Lazarow se adentra en las revoluciones empresariales que están floreciendo en entornos que carecen de los lujos de la gran fortaleza tecnológica de Palo Alto. De la mano de emprendedores audaces que convierten desafíos en oportunidades, sean la inestabilidad política, la escasez de infraestructuras o la falta de inversores, frente a los que tienen que forjar soluciones creativas y sostenibles.