

Opinión



Ignacio Rodríguez Burgos

El año del arancel

Este agónico 2025 pasará a la historia como el año de los aranceles de Donald Trump. Ha sido un ejercicio frenético impulsado por el verborreico inquilino de la Casa Blanca al que le gusta televisar sus exabruptos y salidas de tono. Trump rompió las reglas de la diplomacia y del comercio mundial nada más regresar al Despacho Oval. Tenía ganas de venganza hasta el punto de acumular agujetas de tanto firmar órdenes ejecutivas y repartir tasas como Bud Spencer repartía mamporros. Volodimir Zelenski se llevó unos cuantos. Del «América Primero» ha estado a punto de quedarse en el «América Solo».

La visión que tiene de Europa es la de un competidor venido a menos, aliado costoso y desechable. La UE es un mercado casi en régimen de monopolio para sus adulatoras y gigantes multinacionales digitales. EEUU domina la IA, los microchips de nueva generación, las plataformas de streaming, las redes sociales, los sistemas operativos y los más avanzados programas militares. Solo China hace sombra porque hábilmente aceptó contaminar su territorio a cambio de controlar las tierras raras, estratégicas para la nueva economía y las baterías de los coches eléctricos. En el Viejo Continente las decisiones se toman como en los antiguos consejos de ancianos de las grandes tribus. Sabios, pero lentos; con experiencia, pero sin innovación; prudentes hasta la inmovilidad e incapaces de lanzar un envite. Los países de la UE corren el riesgo de transformarse en «Blanca-Leyen y los 27 enanitos». El mejor ejemplo de ello es lo ocurrido con los informes encargados a Mario Draghi y a Enrico Letta. Ambos han terminado donde suelen acabar las grandes obras en la señera Europa, en el inmenso museo del reconocimiento y el olvido.

Nombramientos



▶ CÉSAR MOÑUX

Tras más de siete años con la máxima responsabilidad en Michelin España Portugal, María Paz Robina dejará la compañía en abril de 2026 cediéndole el testigo como nuevo presidente de la compañía



▶ RUGGERO MUGHINI

Asumirá, a partir de enero, la responsabilidad de ser el nuevo presidente de Iveco España. Actualmente, desempeña el cargo de director general de Iveco en la Península Ibérica, cargo que continuará ocupando



▶ ALINE GERMAIN

A partir del 1 de enero, será la nueva responsable de Marketing de Citroën en sustitución de Federico Goyret. Su experiencia en diferentes marcas de Stellantis contribuirá a reforzar la imagen de las enseñanzas del grupo



▶ ANNA GOLSA

Ocupará desde el próximo primero de enero el cargo de nueva CEO global de Eurofirms Group, multinacional española especializada en gestión de talento. La organización refuerza así su modelo de gobernanza



▶ OLGA BAUTISTA

Jakala, especialista en transformación digital basada en datos e inteligencia artificial, la ha designado nueva Advisory Director en España, reforzando así su estrategia de crecimiento y su modelo de consultoría avanzada



▶ PABLO MORENO

Desempeñará, a partir de ahora, el cargo de nuevo subdirector general de Howden Iberia, reforzando de esta manera la estructura de liderazgo en un momento clave de crecimiento y consolidación de la compañía



▶ QUIQUE CABALLERO

Buendía, compañía travel tech especializada en turismo experiencial, lo ha fichado como nuevo Head of Communications & PR, reforzando su compromiso con una comunicación estratégica



▶ MÓNICA SANZ

Inbisa ha consolidado su estrategia de crecimiento con su nombramiento como nueva directora de Servicios Jurídicos de la Territorial Centro de la promotora inmobiliaria, reafirmando su apuesta con la seguridad jurídica

45 Líneas

Temor a una «burbuja puntocom»



José Antonio Vera

El tema del que se habla mucho en los mercados, con cierta mueca de risa más que nerviosa, es el de la eventualidad de una burbuja.com. La carrera por la Inteligencia Artificial (IA) está verdaderamente desatada en todo el mundo, tanto a nivel de países como de compañías. Cada firma de tecnología quiere una poderosa IA con la que competir y desbancar a su oponente.

Pero lo cierto es que no está claro que la IA vaya a ser realmente rentable, al menos en todos los casos, pues sus costes son muy grandes y hay dudas

La carrera por la IA está desatada en todo el mundo

de que el desarrollo del negocio pueda dar suficiente como para cubrirlos. En concreto, firmas tecnológicas como Alphabet, Microsoft, Amazon y Meta planean gastar casi 500.000 millones de dólares en centros de datos el próximo año, sin contar la factura ambiental por los elevadísimos consumos de agua y electricidad.

Los ingresos aumentan, pero no tanto como el coste de tales desarrollos. Por esa razón unos y otros hablan de la «burbuja puntocom», quizás más como un temor que como una realidad. Los reveses en Nvidia y Oracle alimentan el pensamiento negativo, por mucho que Palantir vaya como un cohe. O tal vez justamente también por eso.

Entretanto, la noticia de que en China más de 10 millones de personas han perdido su empleo como consecuencia directa de robotización, da también mucho para pensar. Y para temer, pues estimaciones no oficiales elevan ese número hasta los 30 millones.

El gigante amarillo va por delante del mundo entero en automatización robótica, de manera que, igual lo que ocurre, por el momento, sólo allí, sucederá pronto también aquí.

Opinión

Sobre Marx y Nash

Thomas Baumert Núñez

El Equilibrio de Nash se conoció fuera del ámbito de los economistas gracias al biopic «Una mente maravillosa», dirigido en el año 2001 por Ron Howard y protagonizada por Russel Crowe. En una de las escenas pivotaes de la película, John Nash, joven estudiante de doctorado en la Universidad de Princeton, se encuentra junto con sus amigos en un bar tonteando con unas chicas. El que posteriormente sería Premio Nobel de Economía tiene entonces una visión catártica al comprender que la mejor estrategia que los amigos pueden seguir para alcanzar su propósito consiste en coordinar sus esfuerzos, en lugar de competir entre ellos por la atención de las féminas.

«Adam Smith se equivocaba», alecciona Nash a sus compañeros en la película. «Si vamos todos a por la rubia, nos bloqueamos unos a otros y ninguno se la lleva. Así que vamos a por las amigas y nos ignorarán, porque a nadie le gusta ser segundo plato. ¿Y si nadie va a por la rubia? No nos bloqueamos y no ofendemos a las otras. ¡Victoria asegurada! [...] Adam Smith dijo que el mejor resultado se obtiene cuando todos los del grupo hacen lo mejor para sí mismos, ¿verdad? [...] Se equivocaba».

Curiosamente, en un ensayo sobre la elección profesional (1835), incluido en las «Obras completas» de Marx, figura embrionariamente este mismo concepto: «Lo que debe guiarnos, empero, en nuestra elección profesional es el bienestar de la humanidad, nuestra propia realización. [...] La naturaleza del ser humano está configurada de tal manera que solo puede alcanzar la perfección si trabaja por la realización y el bienestar de su entorno».

En definitiva, si maximiza su función de utilidad sujeta a de la sociedad.