

Editorial

## Iniciativa y consenso

Finalmente el Gobierno ha tomado la iniciativa en política de empleo sin esperar a que la mesa del Diálogo Social (formada por el propio Ejecutivo, la patronal y los sindicatos) haya llegado a un acuerdo satisfactorio para todas las partes. La postura de no mover ficha sin el consenso de las tres partes empezaba a ser insostenible dada la sangría de desempleados que, de nuevo, ha arrojado el último mes de febrero (154.000 parados más). En consecuencia, el ministro de Trabajo, Celestino Corbacho, ha tenido que forzar de alguna manera un acuerdo de mínimos que le permite al menos adoptar alguna medida de política activa del empleo.

Eso no significa, sin embargo, que el Gobierno deba tomar como regla de comportamiento esta excepción. El Ejecutivo de Rodríguez Zapatero debe seguir intentando con todas sus fuerzas conseguir un consenso entre las tres partes, de manera que se mantenga la paz social que ha caracterizado a España en los últimos años y, a la vez, se logren soluciones al menos temporales para que los índices de paro elevadísimos que pronostican los expertos sean revertidos lo máximo posible.

### EL GOBIERNO DEBE ESCUCHAR LAS NECESIDADES DE LOS EMPRESARIOS Y MANTENER LA PAZ SOCIAL A TRAVÉS DEL CONSENSO

En este sentido, sería bueno que Zapatero y su ministro de Trabajo tuvieran en la mente lo extraordinariamente beneficiosos que resultaron los Pactos de la Moncloa durante la transición, en una época también muy dura para la economía española. Por supuesto que la realidad de ahora es muy distinta de la de entonces, empezando por el sistema económico global en el que ahora nos movemos y en la importancia del entramado financiero mundial, mucho más determinante que hace tres décadas. Es al espíritu al que nos referimos al recordar los Pactos de la Moncloa. El Gobierno debe ser capaz de responder a las necesidades que plantean los empresarios en estos momentos de crisis acuciante y escuchar también las recomendaciones de organismos internacionales como la OCDE respecto a la flexibilización del mercado laboral.

Al mismo tiempo, Rodríguez Zapatero también debe asegurarse de que las medidas que se tomen para evitar el cierre de más empresas (pero que, sin duda, comportarán más despidos - el BBVA contempla el escenario de unos 4.500.000 de parados en 2010 -) puedan ser contrarrestadas con políticas activas de empleo y, sobre todo, con las prestaciones sociales necesarias hasta que la tormenta amaine. Y no sólo se trata de proteger a los trabajadores para que no pierdan su trabajo o para, si lo han perdido, que puedan resistir hasta que encuentren uno de nuevo. Se trata también de mantener la paz social que, al mismo tiempo, sirve para seguir atrayendo inversión extranjera a España que, a su vez, generará nuevos puestos de trabajo. Esto es política en mayúsculas. ■

## Tribuna libre Pino Bethencourt

Socia y directora de Bethencourt Strategic Development

# Irresponsabilidad profunda

Hay millones de españoles que contemplan atónitos como desaparecen empleos, cierran empresas y se disuelve la riqueza que se había conseguido después de años de duro trabajo. El desmoronamiento económico está siendo impulsado por la crisis financiera mundial, algo que a muchos nos ha pillado completamente 'en Babia', por haberle dejado las matemáticas a los listos de la clase. Sin embargo estos empollones casi aristocráticos parecen haber caído en lo que Obama denominó «irresponsabilidad profunda» al comentar sus nuevos presupuestos.

¿Pero qué ha pasado con todo ese dinero? ¿Cómo es posible que ahora seamos los 'tontos numéricos' y pobres sin casas en ninguna parte los que estemos pres-tándoles dinero para que arreglen el entuerto? No olvidemos que lo que los gobiernos dan en planes de rescate es lo que le damos nosotros a ellos en impuestos...

Mi amigo Eduardo, viejo lobo de banca internacional, me lo ha explicado sin marearme con cifras y términos financieros acabados en 'ing': lo más importante para ser banquero no es ser bueno con los números, sino tener unas agallas de tomo y lomo.

¿Por qué? Porque el negocio del banquero se reduce a comprar riesgo y vender confianza. En otras palabras, un banquero de verdad se gana la vida al convencer a sus amigos de que si le prestan sus ahorros, él los va a multiplicar varias veces, y luego compra las promesas de soñadores, inversores y empresarios, que están convencidos de que si alguien les presta

dinero se van a forrar. El banquero de verdad se gana su pan cotidiano porque suda la frente todos los días, rezando para que los soñadores realicen sus sueños y le paguen de vuelta, y porque necesita poner buena cara con sus amigos cada

mayoría de instituciones financieras, manejadas por elegantes pseudos-banqueros, se ha dedicado a comprar riesgos ridículos aquí y allá como si fuesen caramelos, sin noción alguna de cómo resolver la situación si se ponía fea.



### SIGUE HABIENDO MUY Poca GENTE QUE SE ATREVA A PONERSE DELANTE DEL LOBO DEL MIEDO

vez que le preguntan qué tal van sus ahorros.

Como ven, para hacer banca no hace falta calculadora, sino tener pies de plomo y corazón de aventurero. ¿Cuántos de los flamantes financieros y banqueros que salen en las noticias tienen pinta de ser realmente valientes? Muy pocos.

La irresponsabilidad profunda del siglo XXI consiste en cobrar mucho dinero a mucha gente a cambio de garantizarles seguridad, y luego escaquearse cuando llega el lobo. Una impresionante

Y es que, hoy en día cualquiera puede hacer números, gracias al Excel y las calculadoras modernas, pero sigue habiendo muy poca gente que se atreva realmente a ponerse delante del lobo del miedo.

Todos estos ejecutivos financieros elegantes que se deprimen y se suicidan a lo Anna Karenina se están preguntando de qué van a vivir ahora. ¿Cómo van a devolver valor a la función financiera? Y la respuesta es brutalmente sencilla. El que quiera dedicarse a finanzas que tenga agallas. Que esté seguro de que va a seguir en pie sin rechistar cuando llegue el lobo, incluso cuando éste abra su gran boca.

Y si sospecha que va a salir corriendo, que se dedique a otra cosa como todos los demás que preferimos pagar a otros por proteger nuestros ahorros. ■

## Revista de prensa

## Vencedores y vencidos



CLARÍN

**AIG arrastra a las bolsas de todo el mundo**

3 de marzo de 2009

La portada de este periódico argentino destacó el desplome de las bolsas más importantes del mundo y la devaluación de varias divisas tras la caída de la estadounidense AIG. El Gobierno de Barack Obama ya ha hecho saber que salvará a la aseguradora con un plan de rescate de 30 millones de dólares.

THE GUARDIAN

**La visita de Gordon Brown a Obama**

3 de marzo de 2009

El diario británico ha contado en sus páginas el viaje del primer ministro británico, Gordon Brown, a Washington. Según la publicación, el mandatario inglés le ha llevado a Obama «una agenda bastante caducada», en la que predomina su campaña para lograr un 'nuevo acuerdo global', para que todos los países renuncien al proteccionismo.

FINANCIAL TIMES

**Polonia, más cerca de la Unión Europea**

3 de marzo de 2009

Según la publicación británica, la crisis podría acelerar el proceso de adhesión de Polonia a la UE. Al parecer, algunos líderes europeos se están pensando reducir el periodo de dos años que los candidatos deben pasar antes de entrar en la eurozona.

LES ECHOS

**Unas elecciones difíciles para Zapatero**

2 de marzo de 2009

El diario francés ha dedicado parte de su publicación a las elecciones celebradas en País Vasco y Galicia, y ha calificado de «decepcionantes» los resultados obtenidos por el Partido Socialista. En opinión de Les Echos, Zapatero «paga con esto el primer tributo de la crisis económica que está afectando a España».

VREMIA NOVOSTEI

**Una tecnología que no aporta nada a Rusia**

2 de marzo de 2009

El periódico ruso ha destacado en sus páginas la visita del presidente Dmitri Medvédev a Madrid, y ha desprestigiado la tecnología española. Según el periodista, nuestro nivel de desarrollo es de los más bajos de la UE, por lo que no tenemos «nada que ofrecer a Rusia».

## El mirador Marie-Claire Pfeifer

Consejera Delegada de GigaTrust en España

## El precio de perder información confidencial

A día de hoy, los documentos electrónicos y los programas informáticos se han convertido en la base de cualquier organización, y la red en su vehículo de comunicación y distribución. No cabe duda de que cualquier empresa, ya sea una pyme como las grandes corporaciones, pasando por entidades bancarias, aseguradoras, compañías de teléfono o energéticas, debe gestionar su comunicación y su administración de forma ágil pero segura.

A medida que las organizaciones invierten en seguridad, también los sistemas de fraude se hacen más sofisticados. Esta situación se vuelve especialmente delicada si hablamos de documentos confidenciales o de uso restringido. En estos casos, su gestión y difusión debe estar vigilada, sometida a controles de seguridad, y para eso se han creado empresas como GigaTrust, que ofrecen servicios

pliendo la ley, ya sea a través de una cuenta de correo electrónico, un móvil o un ordenador portátil. Para las grandes empresas, esas fugas pueden alcanzar los 1,5 millones de euros en pérdidas al año. Según un estudio de Datamonitor con Fortune, esa cifra podría llegar a los 1.000 millones de euros.

A estos riesgos hay que unir la obligación de las compañías de informar si se produce una fuga de información. Las consecuencias a nivel de imagen pueden desencadenar una pérdida de credibilidad que les afecten tanto en el ámbito interno como externo. El mismo estudio de Datamonitor recoge que un 70% de las grandes empresas cree que una fuga perjudicaría gravemente su imagen y el 33% considera que podría acabar con su negocio.

Las organizaciones y entidades deben controlar la distribución de su propiedad intelectual y los datos personales ya que su valor depende, no sólo de su gestión, sino de la protección de secretos comerciales. Pero tenemos que encontrar un equilibrio entre seguridad, transparencia y accesibilidad, tal y como se recoge en las normas de buen gobierno corporativo. Por esta razón, se prevé que a final de este año el mercado corporativo de seguridad en España crezca un 17%, tal y como apuntan las estimaciones publicadas por la Revista SIC, publicación especializada en seguridad.

Un aspecto relevante, siguiendo esta línea, es establecer controles de gestión desde dentro y hacia fuera, es decir, empezar por establecer sistemas de seguridad a nivel interno y, posteriormente, externalizarlo. Y es que la mayor parte de las pérdidas de datos son internas. En estos casos, el 32% son intencionadas aunque no son maliciosas, tal y como refleja el análisis de Datamonitor. La cifra de fugas que se hacen de forma intencionada asciende al 23%.

Con estos datos sobre la mesa, y aunque las consecuencias económicas pueden alcanzar cotas elevadas, no sólo hablamos de pér-

didias materiales sino de un activo intangible pero igual de importante en el mercado: la imagen y la responsabilidad social corporativa. Podemos crear desconfianza y perder clientes, socios, accionistas, proveedores o colaboradores. Además, le tenemos que sumar -si es el caso- las caídas en bolsa y las importantes inversiones en marketing y campañas de comunicación para recuperar la credibilidad perdida. Y todo esto sin mencionar las multas por incumplir las leyes que regulan la difusión de información. Toda esta inversión irá acompañada de nuevos desembolsos para instaurar nuevos o mejorados sistemas de seguridad.

Por esto, no es de extrañar que las empresas estén preocupadas porque su información sensible caiga en manos equivocadas como resultado de una fuga de datos a través del correo electrónico. Afortunadamente ya han aparecido al-

CUALQUIER EMPRESA PUEDE CONTROLAR LO QUE LOS RECEPTORES DE SUS CONTENIDOS PUEDAN HACER CON SUS DATOS

gunas soluciones para gestionar la seguridad de contenidos. A través de la Gestión Inteligente de Permisos, una empresa puede implantar sistemas que protejan sus contenidos y gestionen los permisos de usos sobre la información.

De esta forma, cualquier empresa puede controlar lo que los receptores de sus contenidos puedan hacer con los datos que se han compartido con ellos: si pueden copiar determinadas informaciones, enviarlas o imprimirlas, por poner algunos ejemplos. Con un sencillo programa, cualquiera puede asegurarse de que, independientemente de dónde se encuentre la información y a quién llegue, no se perderá el control sobre ella. Las consecuencias de no hacerlo ya las sabemos. ❧

EN DETERMINADOS SECTORES COMO EL FINANCIERO LA PÉRDIDA DE INFORMACIÓN REVISTE UN MAYOR RIESGO

de vigilancia de la información que se difunde a través de la red.

Tenemos que considerar que cuando compartimos información hay que cumplir determinadas normativas como la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) además de preservar determinados activos como la Propiedad Intelectual. Por eso, la seguridad en la comunicación y gestión, sobre todo *online*, se ha convertido en una prioridad para cualquier entidad.

En las compañías del sector financiero, sanitario, industrial y público, la pérdida o fuga de información revisten un mayor riesgo. Informes económicos, planificaciones anuales, datos de clientes o planes de ventas pueden estar difundiéndose sin estar cum-

**Servicio de catering personalizado para empresas:**

- Desayunos
- Coffee breaks
- Almuerzos y cenas de empresa
- Presentaciones
- Ferias y Congresos
- Cocktail recepción

Calle la Granja 38-40,  
28108 Alcobendas, Madrid.  
comercial@bluchecatering.com

**916615224**