

El protagonista



IESE

Javier Loriente, nuevo presidente en Aragón

El abogado zaragozano Javier Loriente ha sido nombrado nuevo presidente de la Agrupación Territorial de Aragón de la escuela de negocios IESE.

La frase

«Las nubes que amenazaban el futuro de Opel ya han pasado»

Nick Reilly

CONSEJERO
DELEGADO DE
GM EUROPA



El producto

Una inquieta introducción a la economía

'La prosperidad del mal' (Taurus, 19,50 euros) muestra cómo la economía da vida a la sociedad. El vicepresidente de la Escuela de Economía de París, Daniel Cohen, pinta un escenario que va desde el Imperio Romano al de Hollywood, de la crisis de los años 30 a la de las hipotecas subprime, de la Alemania del káiser

a la China actual. El propósito es responder cómo Occidente, que ha sacado a la humanidad de la miseria, ha acabado sumido en dos guerras mundiales, o cuál es el vicio oculto que ha aniquilado Europa. En definitiva, ¿sabe el capitalismo a dónde arrastra al mundo?

DANIEL COHEN



REPORTAJE

Del Mediterráneo al Índico

La cadena de restauración Fresc Co abrirá 50 locales en India en los próximos 10 años ≡ Para el proyecto, valorado en 10 millones, se ha asociado con el líder del gran consumo del país

JOSEP M. BERENGUERAS
eparagon@elperiodico.com
BARCELONA

Ensaladas, carnes, pescados, arroces, pastas y pizzas. Fresc Co ha decidido sazonar su oferta con especias para captar la atención de un público tan distinto como el indio. La cadena de restaurantes, una de las opciones predilectas de oficinistas, estudiantes y turistas en España para llenar el estómago, se ha marcado como objetivo llevar la dieta mediterránea a la India. La firma de restauración perteneciente a The Eat Out Group (Agrolimen) ha abierto ya dos locales en Nueva Delhi e inaugurará dos más antes de acabar el año. Pero su proyecto no termina aquí: el plan de expansión de la firma prevé abrir en el país 50 restaurantes en 10 años, con una inversión superior a los 10 millones de euros.

«Decidimos probar en la India antes que en China porque es un país serio para hacer negocios y porque el 60% de la población es vegetariana, lo que encaja muy bien con nuestro menú», explica el director del negocio internacional de The Eat Out, Andrés Jover. Para la entrada en el mercado indio, la empresa se asoció con el grupo Lite Bite Foods Pvt, propiedad del empresario Amit Burman (vicepresidente de Dabur, la mayor empresa del país del sector del gran consumo). «Es mucho mejor asociarse con una compañía local, conocen muy bien el mercado y es mejor para ahorrarse problemas», añade. «El proyecto prevé también ampliar el portafolio de marcas en el país en el futuro, ya sea de empresas de The Eat Out o bien de firmas internacionales», asegura en referencia a Burger King.



► Aspecto del restaurante Fresc Co de Nueva Delhi.

► EL DETONANTE

Se decidieron por India porque el 60% de la población es vegetariana

► ZARAGOZA

La firma tiene 55 restaurantes en 11 ciudades españolas

Los dos restaurantes están funcionando «muy bien». «El cliente objetivo es diferente al de España. Nos enfocamos más a ejecutivos, estudiantes extranjeros y clase alta». Para ello han tenido que adaptar su oferta «con toques locales», aunque sin abandonar el espíritu de la cocina mediterránea. «Los platos son algo más picantes. Pero hemos querido sobre todo enfatizar el alma mediterránea con la decoración».

Centros comerciales

El crecimiento en el país asiático vendrá dado mayoritariamente en centros comerciales. «En la India hay unos 200 centros comerciales. Pero hay 300 más en construcción», señala Jover. Actualmente están presentes en el aereo

puerto y en un centro comercial, pero antes de acabar el año abrirán su primer local de calle, en pleno centro neurálgico de Nueva Delhi, en Connaught Place.

Fresc Co mira a la India pero no olvida otros países. En España, donde está presente en 11 ciudades con 55 restaurantes («el 2009 fue regular, este año estamos remontando»), está renovando la imagen de sus locales para hacerlos «más modernos y acogedores». Además, ha llegado a acuerdos con firmas como Turkish Airlines para realizar acciones conjuntas y ofrecer platos especiales. Para el futuro, además de la India, Fresc Co se fija en Centroamérica y Oriente Próximo. ≡

Opinión

MANUEL A. Espitia Escuer

CATEDRÁTICO DE
ORGANIZACIÓN DE
EMPRESAS



Crisis y mercados

Los mercados se presentan como un ente capaz de poner orden en la actividad económica y que, confiando en el buen hacer de la *mano invisible*, se volverá al equilibrio en las economías occidentales. La lógica que está detrás de los modelos de mercado es que el equilibrio entre oferentes y demandantes se produce al comportarse cada agente según su propia racionalidad.

Los mercados son instituciones económicas sobre las que se construyen teorías que permiten explicar la lógica de los acontecimientos económicos. Para ello, los mercados han de ser eficientes en la asignación de precios, han de ser capaces de procesar toda la información sobre los productos-activos cotizados. Un simple repaso a acontecimientos recientes de los mercados y al comportamiento de los agentes hace sospechar que las cosas no han si-

«Los mercados deberían expulsar del parquet a quien no cumpla las reglas»

do así. No porque la teoría esté mal construida, sino porque la complejidad de la realidad y el comportamiento estratégico de los agentes tratan de evitar que se cumplan los vaticinios teóricos.

Los economistas preocupados por el buen funcionamiento de los mercados han diseñado contrastes para determinar cuál de los tres niveles de eficiencia en la formación de precios (débil, semifuerte, fuerte) alcanza un determinado mercado. Los resultados de estos contrastes evidencian que los mercados más sofisticados (Wall-Street, Nasdaq, Londres, IBEX, etc) a duras penas llegan al nivel semifuerte. Los agentes que están próximos a los mercados reales -agrícolas, de pescado, de abastos- lo saben bien.

¿Cabe esperar algo de estos mercados? La respuesta es que sí siempre y cuando los agentes se comporten bajo las premisas de competencia. La información interesada, la asimetría y el comportamiento estratégico de determinados agentes, algunos meros seguidores aprovechados de los líderes del mercado, pondrán dificultades a la generación eficiente de precios.

Los propios mercados, que son sociedades privadas, deberían asegurar precios eficientes y expulsar del parquet a quien no cumpla las reglas. ≡