

Por Antonio Lozano Grande.

En estos tiempos de crisis en los que vivimos, la inventiva de economistas, sociólogos o de simples contempladores de lo que nos rodea se desarrolla y, así, surgen una serie de nuevos indicadores económicos un tanto curiosos.

Alguno de estos indicadores son:

- El número de accidentes de bicicleta: probablemente por ahorro o por el incremento de los precios e impuestos especiales del combustible el uso de bicicletas aumenta y, por tanto, el de los accidentes de este medio de transporte.
- El grosor y las ventas de corbata: en épocas de crisis aumentan las ventas de corbatas con el fin de causar buena impresión sin la necesidad de llevar el traje completo, pero disminuyen su grosor para abaratar esta prenda.
- El consumo de cervezas: como es lógico la crisis hace que disminuya el consumo cervecero.
- El vendedor de coches: cuanto antes te ofrezca un descuento el vendedor, peor es la situación económica.
- La venta de pañales: al parecer en época de crisis, disminuye la venta de pañales pero aumenta la venta de las cremas antirritaciones.
- La venta de calzoncillos: según este indicador el reciclaje y el remiendo de gayumbos, aumenta en épocas de crisis.
- El nivel de prostitución: indicador terrorífico donde los haya, que aumenta en situaciones de recesión.

Existen más indicadores de este tipo como la venta de aspirinas, las llamadas de los constructores, la altura de los tacones, el uso de tintorerías, las peticiones de reclutamiento en el ejército, número de opositores a funcionario de diferente índole, el uso del pintalabios frente a otros complementos, el número de primeras citas y de visitas a la peluquería, la calidad del regalo del happy meal, el aumento de huertos caseros... y otros clásicos como la tasa de natalidad, la variación de la población extranjera residente (sin tener en cuenta aquellos extranjeros favorecidos por leyes recientemente aprobadas como ha sucedido en España) o el número de divorcios.

Entre los más curiosos podemos encontrar un clásico: el índice Big Mac. Este interesante indicador, que elabora la revista *The Economist*, clasifica las ciudades del mundo de las más caras a las más baratas. Esta clasificación se basa en la hamburguesa estrella de la conocida cadena de comida rápida, que en todos los países lleva la misma proporción y cantidades de cada uno de los ingredientes, y que dependiendo de su coste, así será de caro el nivel de vida en las diferentes ciudades analizadas. Siempre me ha surgido la duda de su fiabilidad para países como India donde las vacas son sagradas.

Estos indicadores tienen un carácter poco más que testimonial, excluyendo quizás el último índice descrito, ya que como los indicadores tradicionales, que nuestros oídos están acostumbrados a escuchar en las noticias de todos los informativos, explican la realidad económica que nos envuelve de una u otra manera.

Sin embargo, existen otras alternativas muy interesantes para explicar ciertas facetas de la actualidad económica.

Una de estas alternativas es el índice armas-caviar, del que Naomi Klein habla en su libro "*La doctrina del shock*". Este índice nos indica cómo ante las catástrofes de diversas índoles, ya sean provocadas, como la guerras, o naturales, como los tsunamis, los indicadores económicos no se inmutan. Como ejemplo se puede la reacción de las bolsas y mercados mundiales hace años ante los

atentados del 11S o del 11M con los recientemente acaecidos en Boston; o la evolución de la bolsa de Tel-Aviv ante atentados o ataques desde la franja de Gaza; o la ventas de aviones tanto militares como de pasajeros actualmente van al unísono cuando, tradicionalmente, al aumentar la venta de uno la del otro disminuía. También son citables, en este sentido, las ventas de drones. La conclusión lógica, como dice Klein, es la siguiente: el sistema capitalista que nos rodea encuentra en estos desastres naturales posibilidades de negocio y por otra parte, la guerra, la necesidad de seguridad y el miedo a lo "extraño" hace que las empresas punteras en estos sectores coticen a la alza en los mercados bursátiles.

Desde la economía del bien común se ha creado otro de estos indicadores económicos atípicos: el balance del bien común. Este balance supera o quiere ir más lejos de las cuentas anuales actuales que las empresas presentas (balance financiero, cuenta de pérdidas o ganancias, estados de flujos de cajas y memoria). El balance del bien común no evalúa la situación financiera de las empresas, cuánto beneficio ha tenido en el año o si está apalancada, sino que intenta evaluar su utilidad social y el bienestar colectivo. Actualmente, podemos encontrar algo similar en las políticas de Responsabilidad Social Corporativa, pequeño esbozo de lo que quiere intentar reflejar esta posible nueva cuenta anual. El balance del bien común está compuesto de 17 indicadores en los que se interrelaciona las actitudes de la empresa con sus grupos de interés: proveedores, financiadores, empleados (incluidos propietarios), clientes, y ámbito social (generaciones futuras, medio ambiente...) y los valores empresariales que deben guiar esa relación: dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y participación democrática y transparencia. A cada uno de los 17 indicadores, que nacen de la interacción de los valores con cada uno de los grupos de interés, le corresponde una puntuación, que la empresa obtiene en caso de ser cumplido. Existen una serie de criterios negativos que restan puntos a los 17 indicadores positivos y que representan el lado opuesto de los valores empresariales. Por ejemplo, frente a un indicador positivo como la igualdad y la calidad del puesto de trabajo existe su contrario, menores remuneraciones de las mujeres frente a los salarios de los hombre. Las empresas se clasificarían según la puntuación obtenida en el balance del bien común y, según esta puntuación, serán premiadas (disminución de impuestos por ejemplo) por la búsqueda de la utilidad colectiva y el bienestar social. Además, en teoría, los consumidores demandarían más productos de estas empresas por potenciar la finalidad social de las mismas. Si bien este indicador peca de bisoñez, si es un paso a una nueva concepción empresarial en la que no prime el beneficio individual de propietarios y accionistas sino que el beneficio se revierta en la sociedad de alguna forma, algo que las desaparecidas cajas de ahorros con su "obra social" intentaban realizar.

Etiquetas:

[economía](#), [indicadores](#)