

UNIDAD EDITORIAL, REVISTAS S.L.U.

**PRESIDENTA** Carmen Iglesias  
**CONSEJERO DELEGADO** Antonio Fernández-Galiano  
**DIRECTOR GENERAL PUBLICIDAD** Alejandro de Vicente  
**DIRECTOR GENERAL** Cayetano Ramos

**DIRECTOR GENERAL EDITORIAL** Pedro J. Ramírez  
**DIRECTOR EDITORIAL** Miguel Ángel Mellado  
**DIRECTOR DE ARTE** Rodrigo Sánchez

**DIRECTOR**

Miguel Ángel Belloso

**ADJUNTO AL DIRECTOR**

Miguel Ors Villarejo



**REDES SOCIALES: ¿PODRÍA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS?**

La última medición de la consultora ComScore determina que 13,2 millones de españoles han visitado como mínimo una red social durante diciembre de 2008, lo cual sitúa a España en el segundo lugar europeo, por debajo de Reino Unido. ¿Podría ser esto un acicate para aumentar la competitividad? Según un *benchmarking* que ha realizado el departamento de marketing del *think tank* Institución Futuro, existen indicios para creer que las redes sociales pueden mejorar la competitividad e innovación de las empresas. José Luis Orihuela, uno de los más prestigiosos *bloggers* españoles, considera que "gestionar adecuadamente la participación en redes sociales permite a las empresas aprender más rápidamente de los mejores, detectar antes las tendencias y proyectar sus relaciones y contactos superando las barreras físicas". Antoni Gutiérrez-Rubí, *blogger* y miembro del *think tank* Responsabilidad Global, asegura: "Con las redes es posible multiplicar tu capacidad de creación y producción gracias a su potencial en la construcción colectiva de conocimiento".

**SALA I MARTÍN Y LA CRISIS: HAY QUE BAJAR EL IVA Y EQUILIBRAR LA BALANZA COMERCIAL**

Xavier Sala i Martín, profesor de la Columbia University, recomienda hacer algo tan sencillo como bajar los impuestos y no comprometer el gasto público, al contrario de lo que está cometiendo el Gobierno español. La primera medida tiene varias ventajas. En primer lugar, son los ciudadanos los que gastan su dinero y deciden qué empresas favorecer con gasto útil y no con criterios políticos. Por otra parte, los impuestos cambian los incentivos: bajando el IVA, los consumidores adelantarían sus compras y la rebaja del impuesto se compensaría con el mayor consumo. Es decir, si la crisis dura un año, las infraestructuras no llegan a tiempo pero una rebaja impositiva sí. Por último, Sala i Martín demanda equilibrar la balanza comercial bajando la demanda o subiendo la oferta. El economista opta por bajar la demanda (el consumo, la inversión y gasto un 10%), porque la alternativa es que suba la oferta con más productividad, y eso no se puede hacer a corto porque para ello se necesitan muchas reformas.



**INFORME DEL BANCO MUNDIAL: CÓMO SALIR DE LA POBREZA**

Salir de la pobreza es posible cuando la iniciativa personal y el trabajo duro coinciden con oportunidades económicas locales, según el último estudio del Banco Mundial *Moving out of poverty: success from the bottom up* (*Saliendo de la pobreza: éxito desde abajo*). El informe se realizó en 15 países de África, Asia oriental, Asia meridional y América Latina y destaca que la mayoría de las personas pobres consideran que los mercados funcionan y quieren hacer negocios en igualdad de condiciones. Además, la mayoría de las personas pobres valoran la democracia, que equiparan con la libertad de votar, pensar, expresarse, circular, protestar y trabajar. En opinión del Banco Mundial, los esfuerzos por reducir la pobreza necesitan una "liberalización desde abajo" que comprenda la eliminación de la regulación restrictiva impuesta por los gobiernos, la ampliación del acceso a los mercados, en especial facilitando las conexiones mediante caminos, puentes y teléfonos, y, por último, la integración de las empresas de las personas pobres en nuevos modelos económicos en condiciones más justas.

Ana Lorenzo y Alex O. Hansen, miembros del *think tank* Institución Futuro ([www.ifuturo.org](http://www.ifuturo.org))

**JEFES DE SECCIÓN:** Gema Brasero (Diseño), Tomás López Morales (Información), Raquel Lándar (Cataluña) y Sonsoles García Pindado (Especiales). **JEFA DE PROYECTOS:** Loreto Ruiz-Ocaña. **REDACCIÓN:** Beatriz Amigot, María Luisa Atarés, Manuel de la Cruz, Marta García Aller, María García Mayo, Lúa Monasterio, Rubén Nicolás, David Page, Susana de la Riva, Alicia Serrano y Miguel Ángel Uriondo. **FOTOGRAFÍA:** Máximo García. **DISEÑO:** Milagro Aguero, Alba Cárdenas, Mercedes Frutos, Jesús de Lasheras, Patricia Pato y Pedro Pablos (Portadas). Secretaria: Sonia Alonso. **INFOGRAFÍA:** Mercedes Suils. **CORRESPONSALES:** Bruselas: Ramón Rodríguez Lavín (Tel. 2-2 31 19 32). Londres: Roberto Casado (Tel. 44 20 78733369 Fax. 44 20 78733373). Nueva York: Gemma Martínez (212 641 65 96 Fax. 212 641 65 97). Servicios Especiales: The Economist. Redacción en Madrid: Avenida de San Luis, 25. 28033 Madrid. Teléfono: 91 443 50 00. Telefax: 91 562 84 15. Correo electrónico: [aeconomica@actualidad-economica.com](mailto:aeconomica@actualidad-economica.com) Redacción en Barcelona: Avda. Diagonal, 640. 08017 Barcelona. Teléfono: 93 227 67 00. Fax: 93 227 67 61.

**PUBLICIDAD: DIRECTOR GENERAL:** Alejandro de Vicente. **DIRECTOR COMERCIAL:** Jesús Zaballa. **DIRECTOR DE PUBLICIDAD:** Natalia García. **ÁREA REVISTAS:** Miguel Ardisana. **DIRECTORA DE PUBLICIDAD:** Natalia García. **JEFES DE PUBLICIDAD:** Ignacio Bofill y Daniel Martínez-Ligero. Avda. San Luis, 25. 28033 Madrid. Teléfono: 91 443 54 75. **COORDINADORA DE PUBLICIDAD:** Mayte Hijoan (91 443 55 90) **BARCELONA:** Cristina Pascual/Eduard Sanromá. Teléfono: 93 227 67 11. Zona norte: Gerardo Manrique. Teléfono: 94 473 91 10. **LEVANTE:** Manuel Huerta. Teléfono: 96 337 93 27. **ANDALUCÍA:** Rafael Marín. Teléfono: 95 499 07 21/10 **GALICIA:** Manuel Carrera. Teléfono: 986229128. Fax: 986438199 **ARAGÓN:** Álvaro Cardemil M. Teléfono: 976 79 40 64 **PAÍS VASCO:** Juan Luis González de Anduiza. Teléfono: 94 473 91 10. Fax: 94 473 91 56 **INTERNATIONAL ADVERTISING DEPART.:** Juan Jordán de Urries. Tel.: +34 91 443 5523. [jjordan@unidadeditorial.es](mailto:jjordan@unidadeditorial.es) **UNITED KINGDOM:** Oliver Smith & Partners. Tel.: +44 207978 1440 **FRANCE:** Affinity Media. Tel.: +33 1 53059401 **GERMANY & AUSTRIA:** International Media Service. Tel.: +49 21188723 28 **SWITZERLAND:** Triservice. Tel.: + 41 22 796 4626 **ITALY:** Blei Spa. Tel: +39 02 722 51277 **BENELUX:** Mediacontact International. Tel.: +322343 4371 **USA:** Lee & Steel. Tel.: +1 203445 8900 **ASIA:** Mezzogroup. Tel.: +852 28101398

**MARKETING DIRECTORA:** Samary Fernández Feito. **JEFE DE PRODUCTO:** Guillermo Riesgo. **SUSCRIPCIONES Y SERVICIO DE EJEMPLARES ATRASADOS:** Avda. San Luis, 25. 28033 Madrid. Teléfono: 902 113 750/ [www.actualidadeconomica.com](http://www.actualidadeconomica.com). **PRODUCCIÓN DIRECTOR:** Fernando Gil. **IMPRIME:** ALTAIR (Impresia Ibérica). Autovía A-4, PK 36 a Seseña Km.2,700 (45223 Seseña) TOLEDO. Tel. 91 884 40 18. **DISTRIBUCIÓN:** C/ Saturnino Calleja, 7. 28002 MADRID. **RESÚMENES DE PRENSA:** Empresas autorizadas por Actualidad Económica (artículo 32.1, ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News, Vocento Media Trade y Factiva.

ATENCIÓN AL SUSCRIPTOR 902 99 81 99

© Unidad Editorial, Revistas Madrid 2009. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser ni en todo ni en parte reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos.  
Difusión controlada por OJD. Miembro de la Asociación de Revistas de Información ARI. Asociada a la Federación Internacional de Periódicos Press FIPP. Printed In Spain. Depósito Legal: M-1.500-1958. ISSN: 0001-7655. Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: el indicado en la portada, que incluye la sobretasa aérea.