

UNIDAD EDITORIAL, REVISTAS S.L.U.

PRESIDENTA Carmen Iglesias

CONSEJERO DELEGADO Antonio Fernández-Galiano  
DIRECTOR GENERAL PUBLICIDAD Alejandro de Vicente  
DIRECTOR GENERAL Cayetano RamosDIRECTOR GENERAL EDITORIAL Pedro J. Ramírez  
DIRECTOR EDITORIAL Miguel Ángel Mellado  
DIRECTOR DE ARTE Rodrigo Sánchez

DIRECTOR

Miguel Ángel Belloso

SUBDIRECTOR

José María  
del Cano

ADJUNTO AL DIRECTOR

Miguel  
Ors Villarejo

JEFES DE SECCIÓN: Gema Brasero (Diseño), Tomás López Morales (Información), Raquel Lándor (Cataluña), Fernando López (Fotografía) y María José Gómez Serranillos (Especiales). JEFA DE PROYECTOS: Loreto Ruiz-Ocaña. REDACCIÓN: Beatriz Amigot, María Luisa Atarés, Manuel de la Cruz, Pascual Drake, Marta García Aller, María García Mayo, Pablo Martínez Gadea, Lía Monasterio, Macarena Muñoz, Rubén Nicolás, David Page, Susana de la Riva, Clarisa Skulits y Teresa Tejada. FOTOGRAFÍA: Máximo García. DISEÑO: Milagro Aguelo, Mercedes Frutos, Jesús de Lashoras y Pedro Pablos (Portadas). Secretaria: Sonia Alonso. INFOGRAFÍA: Mercedes Sulls. CORRESPONSALES: Ramón Rodríguez Lavín (Tel. 2-2311932). 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, 25-27. 28033 Madrid. Teléfono: 91 443 50 00. Telefax: 91 562 84 15. Correo electrónico: [economica@recoletos.es](mailto:economica@recoletos.es) 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 ÁREA REVISTAS: Miguel Ardisana DIRECTOR COMERCIAL ACTUALIDAD ECONÓMICA: Eliseo Soría DIRECTORA DE PUBLICIDAD: Sandra Santeiro JEFE DE PUBLICIDAD: Daniel Martínez-Ligero COMERCIALES: M<sup>a</sup> José Rábago y Guillermo Riesgo Avda. San Luis, 25-27. 28033 Madrid. Teléfono: 91 443 54 75. COORDINADORA DE PUBLICIDAD: Aurora Fernández (91 443 52 55) BARCELONA: Cristina Pascual/Oscar Coma. 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: Miguel Viú. Teléfono: 981 20 85 37. Fax: 981 22 84 59. ARAGÓN: Álvaro Cardemil M. Teléfono: 976 79 40 64 PAÍS VASCO: Juan Luis González de Añduiza. Teléfono: 94 473 91 10. Fax: 94 473 91 56 INTERNATIONAL ADVERTISING DEPART.: Juan Jordán de Urries. Tel.: +34 91 443 55 23. [jordan@unidadeditorial.es](mailto:jordan@unidadeditorial.es) UNITED KINGDOM: Oliver Smith & Partners. Tel.: +44 207 978 1440 FRANCE: Affinity Media. Tel.: +33 1 53059401 GERMANY & AUSTRIA: International Media Service. Tel.: +49 211 68723 28 SWITZERLAND: Triservice. Tel.: +41 22 796 4626 ITALY: Blei Spa. Tel.: +39 02 722 61277 BENELUX: Mediacontact International. Tel.: +32 2343 4371 USA: Lee & Steel. Tel.: +1 203 445 8900 ASIA: Mezzogroup. Tel.: +852 28101399

MÁRKETING DIRECTORA: Samary Fernández Feito. JEFE MÀRKETING: Diego Rayón. SUSCRIPCIONES: Avda. San Luis, 25-27. 28033 Madrid. Teléfono: 902 99 91 99/ [www.actualidadeconomica.com](http://www.actualidadeconomica.com). SERVICIO DE EJEMPLARES ATRASADOS: CDA. Teléfono: 91 208 93 30. Fax: 91 208 93 31. PRODUCCIÓN DIRECTOR: Vicente Pedruza. IMPRIME: COBRHI, S.L. C/ Guadiana, 40 - Pol. Ind. Conimar. 28964 Ajalvir (Madrid). 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, My News, Vozcentro Media Trade y Faciva.

## ATENCIÓN AL SUScriptor

© Unidad Editorial, Revistas Madrid 2008. 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 DJD. Miembro de la Asociación de Revistas de Información ARI. Asociada a la Federación Internacional de Periódico 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.

## PRESUPUESTOS Y TRIBUTACIÓN: CÓMO FINANCIAR LA UNIÓN EUROPEA

Al acordar el marco del presupuesto de la Unión Europea (UE) para los próximos siete años, ha quedado de manifiesto el limitado margen con que se cuenta en términos económicos. El presupuesto se determina según los resultados económicos de los países miembros, ya que los fondos principales a disposición de las instituciones de la Unión se han fijado en un 1,24% del Producto Nacional Bruto del país. Esta limitación ha abierto un debate sobre la futura financiación de la UE y la posibilidad de establecer fuentes de ingresos propias. El Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche ha estudiado varias alternativas que podrían contribuir a las finanzas de la UE. En lugar de fijar impuestos sobre la renta, el *think tank* austriaco se inclina por una solución de tributación sobre transacciones financieras. Aunque a priori esta opción sea interesante, habría que estudiar en detalle el modelo para que no grave excesivamente a ningún país miembro, porque aquellos con mayor actividad financiera se convertirían en los mayores contribuyentes.



## GLOBALIZACIÓN: ¿ES EL MUNDO PLANO?

Pankaj Ghemawat, profesor de Harvard, recuerda varias verdades imperecederas de la globalización con el telón de fondo del Foro Económico Mundial de Davos. En contra de la tesis de Thomas Friedman, el mundo no es plano, ya que la localización física sigue importando. Esta idea queda reforzada por el propio Foro. Otra verdad inmutable que señala Ghemawat es que "la cultura sigue importando". Así, los asistentes al Foro optaron por pasearse con sus *semejantes culturales*. Y es que el hombre de Davos, término acuñado por Samuel Huntington, no es del todo cosmopolita. El economista de origen hindú indica otra limitación de la globalización: las diferencias internacionales, tales como las dimensiones geográficas, administrativas y culturales. En ausencia de dichas diferencias, "el mundo podría contemplarse como un único país gigantesco al que aplicar todas nuestras perspectivas de países individuales".

## SALARIOS POR HORAS: UN MODO DE HACER FRENTE AL CAMBIANTE MERCADO LABORAL

Pertenecer a la plantilla de una empresa y cobrar por horas trabajadas es un concepto poco extendido en España. Menos del 1% de los españoles trabaja de esta forma, frente a un 4,5% de los británicos o un 2,4% de los franceses. El Institut für Wirtschaft und Gesellschaft Bonn apunta que, en los próximos diez años, esta opción podría hacer frente a la presión de la globalización en el mercado laboral, ofreciendo grandes ventajas. Por un lado, daría mayor flexibilidad a las empresas. Y por otro, permitiría mantener en activo a personas que con un contrato *full time* podrían verse afectadas por los cambios estructurales del mercado laboral. De esta manera, se evolucionaría hacia una sociedad basada en el conocimiento y la flexibilidad. Pero este estudio también plantea obstáculos. Además de algunos aspectos políticos, este modelo podría tener inconvenientes legales, sin olvidar la dificultad de fijar salarios por horas según funciones, sectores, productividad...

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