

UNIDAD EDITORIAL, REVISTAS S.L.U.

PRESIDENTA Carmen Iglesias
CONSEJERO DELEGADO Antonio Fernández-Galiano
DIRECTOR GENERAL PUBLICIDAD Alejandro de Vicente
DIRECTOR GENERAL Luis Enriquez
DIRECTOR GERENTE José Jesús López
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

JEFES DE SECCIÓN: Gema Brasero (Diseño), Tomás López Morales (Información), Raquel Lándor (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 Uriordo. **FOTOGRAFÍA:** Máximo García. **DISEÑO:** Milagro Aguero, Mercedes Frutos, Jesús de Lasheras, Patricia Pato y Pedro Pablos (Portadas). **Secretaría:** Sonia Alonso. **INFORMACIÓN:** Mercedes Suits. **CORRESPONSABLES:** 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@actualidadeconomica.com Redacción en Barcelona: Avda. Diagonal, 640. 08017 Barcelona. Teléfono: 93 227 67 00. Fax: 93 227 67 61.

PUBLICIDAD: DIRECTOR COMERCIAL: Jesús Zaballa. DIRECTORA DE PUBLICIDAD ÁREA REVISTAS Y SUPLEMENTOS: Cristina Esquivias. 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 Hijano (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 Gonzalez 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 **UNITED KINGDOM:** Oliver Smith & Partners. Tel.: +44 207978 1440 **FRANCE:** Affinity Media. Tel.: +33 1 53059401 **GERMANY & AUSTRIA:** International Media Service. Tel.: +49 2188723 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 DIRECTOR: Pedro Iglesias. **JEFE DE PRODUCTO:** Montse Jimeno. **SUSCRIPCIONES Y SERVICIO DE EJEMPLARES ATRASADOS:** Avda. San Luis, 25. 28033 Madrid. Teléfono: 902 113 750/ 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 11 37 50

© 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 of Periodical 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.



FINANZAS: PARA GESTIONAR LA RIQUEZA FAMILIAR SE NECESITA FORMACIÓN

En las tres últimas décadas, algunas familias españolas se han encontrado con un considerable aumento de patrimonio que gestionar por la venta de empresas familiares, la adjudicación de una herencia o la propiedad de empresas que generan una liquidez importante. Muchas familias inversoras están creando o externalizando su *family office* para mejorar la gestión de su patrimonio. Por ello, la falta de formación adecuada para enfrentarse de forma eficaz a la nueva situación lleva consigo la externalización de la gestión del patrimonio familiar mediante bancos privados o asesores de gestión de patrimonios, cuyos intereses no siempre están alineados con los de las familias inversoras. Desde la óptica de un uso ético de la riqueza, han surgido iniciativas para reconducir al sector financiero. Así, la Fundación Numa, un catalizador del proceso de excelencia en la formación de las familias inversoras, pretende promover la prolongación y protección del patrimonio a través de la comunicación multigeneracional y la transmisión de los valores en la familia.

DÍA DEL CONTRIBUYENTE: ¿SABE QUÉ DÍA DEJA DE PAGAR IMPUESTOS?

Muchos *think tanks* anglosajones, como Tax Foundation y Americans for Tax Reform, han popularizado el cálculo del *Tax freedom day* (Día de la liberación fiscal) y han logrado, entre otros resultados, que más de 1.100 cargos públicos se comprometan a no subir los impuestos en Estados Unidos. En Europa, los *think tanks* Adam Smith Institute, Tax Payers Alliance y la asociación de contribuyentes European Tax Payers Association han contribuido a extender este movimiento e involucrar a la sociedad civil en asuntos de políticas públicas. El día de la liberación fiscal traduce visualmente la presión fiscal que soportan los ciudadanos por el número total de días de labor que a lo largo del año deberían dedicar para satisfacer sus obligaciones tributarias. Es decir, es el día a partir del cual un ciudadano comienza a ganar para sí mismo. Institución Futuro es el primer *think tank* español en calcular la liberación fiscal a través de su iniciativa Día del Contribuyente. Más información en www.diadelcontribuyente.org.

DE KEYNES A LA DEMOCRACIA ELECTRÓNICA: LOS TSUNAMIS IDEOLÓGICOS ARRASAN CON TODO

Desde el keynesianismo de los años 30, las ideologías han marcado la evolución de la economía en las sociedades occidentales, adaptando las políticas a la tendencia dominante en cada momento. Cada una de estas olas empieza por un reducto intelectual, que va tejiendo la forma de un nuevo planteamiento. En un momento concreto, todo este material sale a

la superficie con gran fuerza, normalmente a través de un importante soporte de divulgación, como un best seller. A partir de aquí, aparecen multitud de seguidores del nuevo movimiento que, en forma de ola, arrasará con todo lo establecido previamente. Así lo explica el profesor del IESE José Ramón Pin, en el estudio *Las olas de la ideología (en la democracia occidental)*, donde analiza las tres olas ideológicas más importantes del siglo XX: la keynesiana, la neoliberal y la Tercera Vía. El autor propone alternativas posibles. En primer lugar, los epicentros emergentes de la política internacional: convergen la teoría del choque de civilizaciones (Huntington) y la del mundo plano (Friedman). Por otra parte está la democracia electrónica: apela directamente a los ciudadanos para tomar decisiones políticas a través de medios de comunicación electrónicos.

liberal y la Tercera Vía. El autor propone alternativas posibles. En primer lugar, los epicentros emergentes de la política internacional: convergen la teoría del choque de civilizaciones (Huntington) y la del mundo plano (Friedman). Por otra parte está la democracia electrónica: apela directamente a los ciudadanos para tomar decisiones políticas a través de medios de comunicación electrónicos.

Ana Lorenzo y Alex O. Hansen, miembros del think tank Institución Futuro (www.ifuturo.org)

