



Información e Inscripciones:
Tel. 902 99 62 00
www.conferenciasyformacion.com



Expansión

© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2011. 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".



Eduardo Martínez Abascal

Ataques a Italia

La semana pasada tuvimos un episodio más de ataques a la deuda pública de los países periféricos, esta vez con dos protagonistas potentes, Italia y España. El famoso "spread" o diferencial con el bono alemán se disparó y todas las alarmas en los mercados y en la prensa volvieron a saltar. Vuelve a alimentarse la preocupación del ciudadano y de las empresas. En fin, mal rollo.

Una aclaración importante. La prensa comenta con frecuencia acerca de la "quiebra de un país". Sin ir más lejos, este sábado *El País* comentaba sobre la posible quiebra de Estados Unidos! En el peor de los casos, no es quiebra sino una suspensión de pagos. Y, más importante, no es el país quien suspende pagos, sino el Gobierno. El Gobierno español puede suspender pagos y renegociar la deuda (como hace cualquier empresa con problemas) y eso no quiere decir que todos los ciudadanos y las empresas del país suspendan pagos.

¿Qué pasó la semana pasada en Italia? Pues la verdad es que casi nada: disensiones en el Gobierno italiano (*as usual*) y subida de 0,25% en los tipos de interés del Banco Central Europeo. Nada como para que, de repente, suenen todas las alarmas.

Se comenta que Italia tiene mucha deuda pública. Cierto, un 120% del PIB (en España, un 65% más o menos). Pero esto ha sido así desde toda la vida... y no ha pasado nada. Además, el déficit público italiano no es demasiado grande (en torno al 4% y bajando, frente el 9% en España). Su gasto público no ha crecido desmesuradamente como en España. Se comenta que Italia tiene pobres perspectivas de crecimiento, cierto (o no, porque sobre perspectivas ya estamos cansados de oír a los analistas, expertos y organismos internacionales). La realidad es que, en la última década, Italia ha crecido un 0,5% anual, nada, y aún así ha podido pagar su deuda sin problemas. La situación de Italia no es óptima, pero lleva así muchos años, no es cosa de la semana pasada.

Creo que es prudente escuchar a los mercados. Pero cuidado con seguirles a pies juntillas y hacerles de altavoz. Las noticias negativas generan desconfianza y esta hace retraerse a los inversores, prestamistas y consumidores, con lo que la economía se debilita aún más todavía.

No soy muy partidario de las teorías conspirativas. Pero en este caso me gustaría saber quién está vendiendo deuda pública y quién está comprando CDS (seguros de impago de deuda pública). Me temo (no lo puedo demostrar con datos) que algunos se están forrando expandiendo el rumor de que ahora dos grandes (España e Italia) se van a hundir.

Profesor del IESE

CADA VEZ SON MÁS LAS MARCAS QUE DESVÍAN GASTOS EN PUBLICIDAD IMPRESA Y EN TELEVISIÓN A LA MAYOR RED SOCIAL DEL MUNDO, MOTIVANDO QUE EL COSTE POR CLIC HAYA AUMENTADO UN 74% EN EL ÚLTIMO AÑO.

El precio de la publicidad en Facebook se dispara

Tim Bradshaw, Financial Times

El coste de colgar anuncios en Facebook está aumentando con rapidez a medida que crece el número de grandes marcas que comienzan a desviar su gasto en publicidad impresa y en televisión a la red social más grande del mundo, según han revelado dos recientes informes.

El coste por clic de un anuncio en Facebook ha subido un 74% en el último año en cuatro de los mayores mercados mundiales de medios de comunicación, según TBG Digital, una firma independiente del mercado especializada en los medios sociales. El precio de la publicidad, que se cobra por cada mil impresiones o anuncios vistos, aumentó un 45% interanual en EEUU, Reino Unido, Francia y Alemania en el segundo trimestre.

En alza

El informe de TBG, basado en un análisis de 200.000 impresiones de anuncios de 167 clientes en el segundo trimestre, sigue a un estudio global similar de Efficient Frontier, otra firma de marketing digital. Efficient Frontier calculó que el coste por clic aumentó un 22% en el segundo trimestre de 2011 con respecto al primero. "A lo largo de 2011, esperamos que [el gasto en pu-



Mark Zuckerberg, fundador de Facebook.

El coste por clic crece un 22% en el segundo trimestre de 2011 con respecto al primero

blicidad en Facebook] haya crecido un 80% con respecto al año pasado", explicó Jonathan Beeston, director de marketing global de Efficient Frontier.

Los anunciantes, que durante mucho tiempo han destinado una pequeña fracción de su presupuesto para acciones de marketing en la Red, están ahora desviando fondos de los medios de comunicación tradicionales, según apuntó Mansell. Entre estas empresas, hay anunciantes de alimentos y bebidas como Coca-Cola, propietario de la página de marcas más popular

de Facebook, con 32 millones de seguidores, así como empresas minoristas, grupos de entretenimiento y firmas de automoción.

Estos datos se conocen mientras Facebook se prepara para lanzar una oferta pública de valores, prevista antes de la primavera de 2012. La empresa ha redoblado sus esfuerzos para conquistar a la industria de la publicidad en los últimos meses, creando nuevas plataformas de anuncios y un "consejo de clientes" que le asesore sobre cómo ofertarse mejor a su audiencia de 750 millones de personas.

renfe

1.500.000 plazas con grandes descuentos para el verano

902 320 320 www.renfe.com

EL TIEMPO		ESPAÑA			EUROPA			MUNDO		
MÁXIMA	MÍNIMA	Ciudad	Máx. Min.	Condiciones	Ciudad	Máx. Min.	Condiciones	Ciudad	Máx. Min.	Condiciones
37	10	A Coruña	21 15	Lluvioso	Sevilla	37 20	Despejado	Ámsterdam	21 11	Lluvioso
		Barcelona	26 18	Nuboso	Tenerife	27 21	Nuboso	Berlín	21 16	Lluvioso
		Bilbao	24 14	Lluvioso	Toledo	31 14	Despejado	Bruselas	20 13	Lluvioso
		Madrid	29 16	Despejado	Valencia	28 20	Despejado	Estocolmo	22 15	Despejado
		Málaga	28 21	Despejado	Valladolid	28 10	Despejado	Ginebra	18 10	Lluvioso
		P. Mallorca	28 21	Nuboso	Zaragoza	28 14	Despejado	Lisboa	20 16	Despejado
								Roma	24 19	Nuboso
								Viena	21 18	Lluvioso
								Zurich	15 12	Lluvioso
								Buenos Aires	12 5	Nuboso
								México	24 13	Lluvioso
								Miami	33 26	Nuboso
								Nueva York	32 23	Despejado
								Rabat	25 18	Despejado
								Tokio	27 25	Lluvioso

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO **EOI** Escuela de Ingeniería y Gestión Industrial

TU EXPERIENCIA

www.eoi.es

PROGRAMAS DE POSTGRADO

INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

MBA (full-time y part-time, con especialidades)
Madrid y Sevilla

- > MBA - Social Entrepreneurship
- > MBA - Marketing Entornos Digitales
- > MBA - Responsabilidad Corporativa
- > MBA - Dirección Financiera
- > MBA - Industria, Energía y Medio Ambiente
- > MBA - Dirección de Empresas Agroalimentarias
- > MBA - Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Intangibles

Global MBA Madrid

MBA Agroalimentario Sevilla

Master en Gestión de Calidad y Excelencia Empresarial Madrid - En colaboración con AENOR

MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

Master en Ingeniería y Gestión Medioambiental Madrid y Sevilla

Master en Ingeniería y Gestión del Agua Madrid

Master en Energías Renovables y Mercado Energético Madrid y Sevilla

International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility Madrid

CAMPUS MADRID
Avda. Gregorio del Amo, 6
Ciudad Universitaria
28040 Madrid
Tel: (+34) 91 349 56 00
informacion@eoi.es

CAMPUS SEVILLA
Leonardo da Vinci, 12
Isla de la Cartuja
41092 Sevilla
Tel: (+34) 95 446 33 77
infosevillaeoi.es

... Y ADEMÁS, UNA AMPLIA OFERTA FORMATIVA EN PROGRAMAS ONLINE Y EXECUTIVE

INICIO OCTUBRE 2011

estamos en: