



**El turismo reclama más colaboración público privada para impulsar el crecimiento** PÁG. 14-15

**La presidenta de RTVE disolverá su patrimonial** PÁG. 21

## Dia plantea ampliar capital sin desvelar si hay beneficio

La cadena se desprenderá del 20% de sus tiendas, incluida la venta de Clarel

Dia plantea una ampliación de capital sin dar el dato del beneficio neto a cierre del tercer trimestre –con lo que podría haber incurrido, incluso, en pérdidas– ya que la cadena estaría buscando algún otro agujero con-

table, como el reconocido ya hace unas semanas, que afectó a las cuentas de 2017. Según la firma, el dato de ganancias falta a la espera del resultado que arroje el “test de deterioro de los activos” que está realizando.

Desde la CNMV aseguran que las compañías no tienen la obligación de dar a conocer estos datos en sus informes trimestrales, aunque sí es la primera vez que Dia opta por hacerlo. La cadena además se desprende-

rá del 20 por ciento de su red, incluida la venta de las perfumerías Clarel, así como de las tiendas que no son rentables, para afrontar una subida de la deuda del 25 por ciento hasta septiembre. PÁGS. 9 y 10

## La empresa familiar pide a Sánchez más reformas

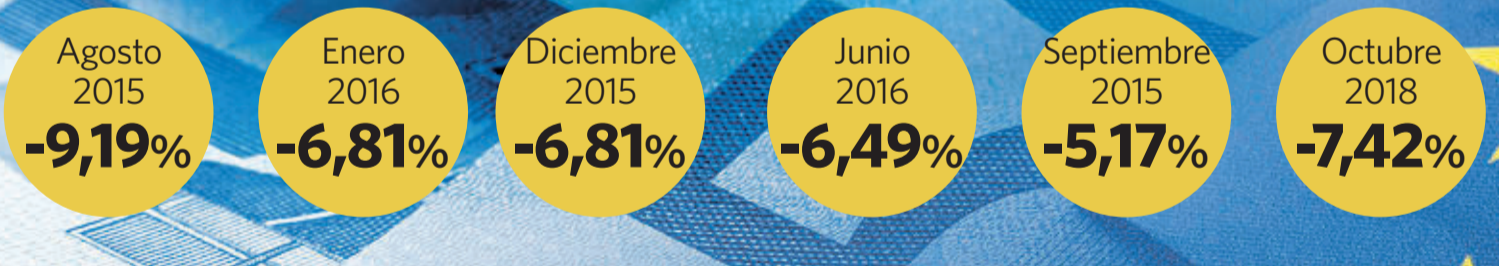
Asegura que estamos peor preparados ante una crisis

El presidente del Instituto de la Empresa Familiar, Francisco Riberas, pidió ayer a Pedro Sánchez menos política y más reformas. En su opinión, estamos peor preparados que en 2008 para la llegada de una crisis. PÁG. 28

## EL PEOR MES EN BOLSA DESDE LA DEVALUACIÓN CHINA DE 2015

Wall Street sufre pérdidas que no se veían desde la crisis financiera de 2008. PÁG. 25

### MAYORES CAÍDAS DEL EUROSTOXX DESDE AGOSTO DE 2015



## Cerberus, en la recta final para quedarse Solvia por 300 millones

PÁG. 19

Mercados	CaixaBank
Ibex 35	-0,17% 8.806,10
Eurostoxx 50	-0,25% 3.5147,13
Eco10	-0,71% 125,75
Eco30	+1,23% 1.717,01
Prima de riesgo	119 (+2)

## España tiene el impuesto más caro para la firma de hipotecas

En todos los países donde existe el pago lo asume el prestatario

España aplica el impuesto más caro de Europa para la constitución de las hipotecas, el mismo que estos días está generando polémica por la decisión del Supremo de eximir a los prestatarios de su pago e imponérselo a los bancos. La decisión,

eso sí, deberá ser ratificada el próximo lunes por el Pleno del Alto Tribunal, tras el cambio de doctrina tan trascendental para el mercado de los créditos para la adquisición de la vivienda. En los últimos días las entidades están argumen-

tando en su defensa que en los países de nuestro entorno lo sufragan los clientes que piden la financiación, por lo que de mantenerse la nueva jurisprudencia España sería el primero en el que lo asumiría el sector financiero. PÁG. 18

**Isabel García Tejerina** Vicesecretaria sectorial del PP

## “Este Gobierno pretende convertir el CIS en una herramienta de propaganda”

Isabel García Tejerina se ha mostrado preocupada por el CIS, una institución que asegura está utilizando el Gobierno como herramienta de propaganda y reivindicó la rebaja de impuestos del Partido Popular de los años 2011 y 2012. PÁGS. 32 y 33



**Alantra refuerza su banca de inversión**

Aumentará el ticket de sus operaciones PÁG. 16



**BBVA entra en pérdidas en Argentina**

Mejora sus cuentas al vender Chile PÁG. 17



**La UE ralentiza su crecimiento a la mitad**

El tercer trimestre solo creció un 0,2% PÁG. 35



**REVISTA**  
España se queda sola al ligar pensiones con IPC PÁG. 34



# Opinión

## Protagonistas



**Antonio Coto**  
CONSEJERO DELEGADO DE DIA

### Genera incertidumbre

Coto reincide en errores de la anterior etapa de Dia y, lejos de presentar una hoja de ruta, toma medidas aisladas y oculta el resultado. Con ello, crea incertidumbre, lo que impedirá recuperar la confianza de los inversores.



**Héctor Gómez**  
DIRECTOR GENERAL TURESPAÑA

### Unidad para el turismo

Gómez considera con acierto que el turismo debe ser un eje central de las políticas públicas. Además, defiende una acción armonizada entre las diferentes administraciones para potenciar al sector en un contexto más competitivo.



**Manuel Menéndez**  
CONS. DELEGADO DE LIBERBANK

### Abandona las pérdidas

Liberbank gana 108 millones hasta septiembre, frente a los 270 millones de pérdidas de 2017. La entidad eleva todos los márgenes en su cuenta de resultados, tras limpiar su balance de ladrillo tóxico y mejorar el negocio bancario.



**Francisco Riberas**  
PTE. INST. EMPRESA FAMILIAR

### Acertada crítica a Sánchez

Riberas alerta de que España está en peor estado que en 2008 para afrontar una recesión. De ahí que hable claro y critique a Pedro Sánchez por anteponer su continuidad en el Ejecutivo a las reformas que la economía necesita.



**Gonzalo Lardiés**  
GESTOR EN A&G FONDOS

### El peor fondo del año

DIP Spanish Equities, gestionado por Lardiés, se deja más de un 18 por ciento en el año y se convierte en el fondo con mayores pérdidas de la bolsa española. Su excesiva exposición al Ibex y al sector bancario pasan factura al producto.

## Quiosco

EL TIEMPO (COLOMBIA)

### El precio del barril de petróleo sigue en caída

El dólar rompió la barrera psicológica de los 3.200 pesos y alcanzó un promedio de 3.202,34 pesos. Según información de la Bolsa de Valores de Colombia (BVC), la divisa estadounidense se cotizaba en promedio de 3.202 pesos, 14 pesos por encima de la TRM del día definida en 3.188 pesos. La moneda no alcanzaba este valor desde marzo del 2016 y se espera que durante la semana el dólar siga al alza. Por su parte, los precios del petróleo se hundieron por las preocupaciones que suscita la disputa comercial entre China y Estados Unidos, además existen señales de un incremento de la oferta global, pese a las inminentes sanciones contra Irán.

LES ECHOS (FRANCIA)

### Repunta el crecimiento en el tercer trimestre

El PIB creció un 0,4 por ciento entre junio y septiembre, por lo que el crecimiento en Francia durante el tercer trimestre ha repuntado de forma muy positiva. Después de una primera mitad de año decepcionante en la que el crecimiento fue de solo el 0,2 por ciento por trimestre, por primera vez desde principios de 2017 el desempeño del país galo ha sido mejor que el de la zona euro, cuya media ha bajado hasta el 0,2 por ciento por el mal desempeño de Italia. Sin embargo, los riesgos para el próximo año siguen siendo altos, principalmente debido a la desaceleración que experimentan algunas de las economías europeas.

## CAFÉ CON LECHE



Estadístico

### La columna invitada

**Joaquín Leguina**

La llegada de la sociedad suiza Nestlé a la provincia de Santander, hoy Cantabria, al inicio del siglo XX cambió allí muchas cosas. Entre otras menos relevantes, trajo consigo la revolución ganadera, es decir, el cambio radical de la raza vacuna que pasó de ser autóctona, es decir, local y con productividad muy baja (pocos litros de leche al día), a mucho más alta con las vacas que allí se siguen llamando holandesas, aunque su raza se denomina charolesa. Vacas pintas blanquinegras de una gran producción lechera.

Nestlé instaló su fábrica en la provincia de Santander -muy cerca de donde yo nací y cerca también de otro pueblo, Castañeda, donde había de nacer quien es hoy cardenal de Madrid, **Carlos Osoro**-, concretamente en Santa María de Cayón. También Nestlé impulsó que el valle del Pas se acercara al Ferrocarril Santander-Meseta mediante una nueva carretera que unió el Valle del Pas

con Guarnizo. Aún recuerdo el agradable olor a café que provenía de aquella fábrica y que nosotros aspirábamos en nuestros largos paseos en bicicleta durante mi primera juventud. Mi abuelo, que era ganadero, dejó de vender la leche de sus vacas a Nestlé para hacerlo a la nueva cooperativa, la SAM (Sindicatos Agrarios Montañeses), creada precisamente para romper el monopolio de demanda que representaba Nestlé.

El lejano y juvenil recuerdo de la Nestlé, donde trabajaron varios parientes míos, me ha llegado al leer las declaraciones de **Mark Schneider**, el nuevo consejero delegado de la multinacional: "España es uno de nuestros mercados históricos, donde llevamos más de 110 años. Tenemos diez fábricas y, además de las marcas globales, tenemos algunas marcas icónicas locales. Se nos ve como parte del paisaje de la alimentación local, que es justo donde queremos estar". Schneider es, cómo no, un gran defensor del café, tan denostado a veces: "Idealmente, lo que hay que beber es agua. Pero el café tiene muchos antioxidantes

No es frecuente dar con ejecutivos con las ideas tan claras como las del nuevo directivo de Nestlé

y cero calorías. Y la cafeína no es preocupante para la salud salvo en dosis muy altas. Y además, está en auge en todo el mundo, incluso en Reino Unido o China, donde tradicionalmente se bebe té". Este señor, que, según se dice, es un gran empresario, se ha quitado de encima anteriores dis-

persiones productivas: "Nos hemos deshecho de algunas actividades que claramente no son nuestro fuerte. El negocio de seguros de vida, por ejemplo. No somos particularmente buenos en eso. También hemos anunciado la revisión del área de cuidado de la piel. Somos expertos en alimentación y así seguiremos. Así que concentrémonos en eso. Y dentro de la alimentación, entrar en negocios ganadores y salir de los perdedores. Por ejemplo, el negocio de confitería en EEUU, porque, a diferencia de Europa, nuestra cuota de mercado era muy baja, sin buenas marcas."

No es tan frecuente encontrar ejecutivos con las ideas tan claras y tan llanamente expresadas. Ojalá le vaya bien a él y a las diez fábricas que Nestlé tiene en España.

## El Tsunami

### Tezanos, muy nervioso con las críticas al CIS

Casi toda la oposición en el Congreso y muchos expertos demoscópicos critican el método (o *cocina*) que ha impuesto **José Félix Tezanos** desde su llegada al Centro de Estudios Sociológicos (CIS). Consideran "sorprendente" que los resultados siempre disparen al PSOE en intención de voto cuando otras encuestas demuestran justo lo contrario. Pues bien, cuentan que a Tezanos no le sientan bien las críticas que recibe. Buena muestra de ello es un reciente artículo publicado en la *web* de la Fundación Sistema, que está vinculada al PSOE y dirigida por el socialista **Rafael**



José Félix Tezanos. EE

**Simancas**. En dicho comentario, Tezanos ataca a los que dudan de la fiabilidad del CIS, acusándolos de falta de conocimientos. "Los que critican no son científicos ni tienen formación en sociología ni

estadística", dice Tezanos en el artículo. Desde su entorno cuentan que la virulenta defensa que Tezanos realiza de su trabajo irá en aumento. "Las críticas le han puesto muy nervioso y planea contraatacar con fuerza", comentan en el CIS. De ahí que el artículo en la Fundación sea solo un anticipo de los muchos que, dicen, Tezanos prepara.

### ¿Qué es 'la revolución social' de Robles?

Cuando **Margarita Robles** accedió a la cartera de Defensa explicó que su intención era llevar a cabo una "revolución social" en el departamento. Tal afirmación generó unas dudas que ya se han disipado. Por lo visto, y según cuentan, en el Ejército, la idea de Ro-

bles es desarrollar un Plan de Infraestructuras en el que invertirá más de 1.200 millones. Pero ese dinero no irá destinado a comprar nuevos sistemas de armamento sino a mejorar las condiciones de vida de los militares. Así, Robles realizará una reforma integral de los cuarteles, de los alojamientos y de las instalaciones deportivas para adaptarlos al siglo XXI. "También habrá Wifi y se construirán guarderías en los cuarteles", reiteran desde el entorno de la ministra. Desde el ámbito militar aplauden este plan de Robles. "El deterioro en las instalaciones es evidente. Desde hace años piden a gritos un plan de modernización. Así que el plan de Robles parece adecuado, aunque habrá que ver si arranca", dicen fuentes del Ejército.

## En clave empresarial

## Los beneficios de diversificar inversiones

La peor racha del Ibex desde agosto de 2015 hace que todos los fondos de bolsa española estén en negativo. Estos productos pierden de media un 9,12 por ciento en el año frente al 9,7 por ciento del selectivo nacional con dividendos. No obstante, existen fondos que aguantan mejor este contexto de incertidumbre para la renta variable. Así, el *Gesconsult Renta Variable A* cede solo un 2,2 por ciento, mientras que *Mutuafondo España*, de Mutuactivos pierde un 2,9 por ciento. El mejor desempeño de estos productos frente a, por ejemplo, *DIP Spanish Equities* (-18 por ciento), es que sus carteras se encuentran descorrelacionadas del Ibex. Esta característica permite a sus gestores encontrar oportunidades en compañías baratas del Mercado Continuo con buena evolución en bolsa, como Cie, CAF o Talgo. Se demuestra, por tanto, que invertir en un fondo capaz de diversificar las inversiones permite una mejor defensa ante el mal año del Ibex.

## Atinada estrategia de Sabadell con Solvia

Cerberus se postula como favorito para adquirir Solvia por unos 300 millones. Si finalmente el fondo estadounidense compra la inmobiliaria propiedad del Banco Sabadell se fortalecería en un sector ahora dominado por Blackstone. Con todo, Cerberus vería limitado su impulso en nuestro país, ya que la transacción contempla exclusivamente la venta de la gestión de Solvia, pero no el traspaso de sus activos inmobiliarios. Sabadell se reserva así la posibilidad de obtener unas plusvalías mayores por el *ladrillo* que aún conserva. La estrategia del banco es prometedora, debido al interés que los fondos de inversión internacionales tienen en el sector inmobiliario español.

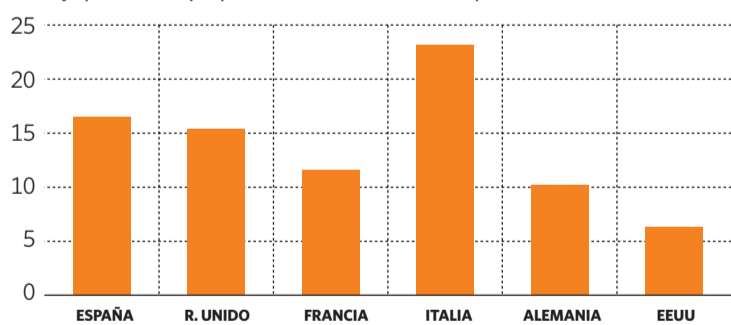
## Necesario impulso exterior de Aena

Aena eleva un 5,5 por ciento el beneficio, hasta superar los 1.000 millones. No obstante, el alza de los ingresos se ralentiza ante el enfriamiento de la llegada de pasajeros. Las cifras muestran la importancia que para la compañía tiene impulsar facetas como su internacionalización. La reciente adquisición de un aeropuerto en Jamaica y el hecho de que pujan por otro aeródromo en Bulgaria evidencian que Aena da pasos adecuados para impulsar su expansión exterior. Con todo, está por verse la capacidad real de maniobra con la que el gestor cuenta por culpa de la aún presencia mayoritaria del Estado en su capital.

## El gráfico

España, entre los países con más autónomos

Trabajo por cuenta propia en 2017 sobre % del empleo total



Fuente: Instituto de Estudios Económicos.

elEconomista

**LA TASA VARÍA DE FORMA CONSIDERABLE ENTRE LA OCDE.** En un rango que va desde el 34 por ciento (Grecia) al 6 por ciento (EEUU). En España la proporción de trabajadores autónomos alcanza un 16,5 por ciento. Entre los países de la UE que pertenecen a la OCDE ocupamos el séptimo lugar y estamos en el puesto 12 de la clasificación global, cifras que demuestran la importancia de este colectivo en nuestro país.

## Lastres para la economía europea

Octubre de 2018 está a punto de terminar con un comportamiento en los mercados que recuerda a una crisis. Por un lado, debido a los desplomes de la bolsa. En Europa, son los peores desde el miedo que provocaron las bruscas devaluaciones del yuan en 2015. En EEUU, hay que remontarse incluso a los momentos previos a la Gran Recesión. En paralelo, el precio del crudo experimentó su mes más bajista desde 2016, debido a la disminución de la demanda mundial. Por si fuera poco, los activos refugio como el oro experimentan avances del 3 por ciento. Resulta difícil explicar a qué se deben todas estas tensiones en los mercados, pero sí se puede afirmar que la situación actual de la economía mundial no las justifica. Las más recientes cifras de EEUU reflejan cómo el consumo interno, el principal motor de su PIB, crece un 4 por ciento, sin contar aún el impulso que la recién iniciada campaña de fin de año reportará. Por tanto, no existe base para predecir una inmi-

**Resultará difícil corregir el decepcionante dato de crecimiento que el PIB de la eurozona mostró en el tercer trimestre**

nente recesión mundial. Con todo, existen áreas que presentan claras debilidades, en especial la eurozona. El decepcionante avance de su PIB en el tercer trimestre, 0,2 por ciento, es el más bajo desde 2014 y nada permite augurar que se vaya a corregir en el corto plazo, ahora que se han perdido algunos de los vientos de cola de los últimos años como la baja inflación o el alto ritmo de exportación. A todo ello, hay que sumar las tensiones que provocan fenómenos tan impredecibles como las negociaciones del *Brexit* o el auge de los populismos. Son múltiples, por tanto, los lastres que afronta la economía europea. En este contexto, el mercado del Viejo Continente tiene imposible cerrar 2018 en positivo pero, además, afronta un 2019 con perspectivas difíciles.

## Día: medidas aisladas y sin hoja de ruta

Día cerrará en España las tiendas que no sean rentables y venderá las perfumerías *Clarel* y la mayorista *Max Descuento*. En concreto, se desprenderá de hasta el 20 por ciento de su red. Además, Día abre la puerta a una ampliación de capital. Sin duda, la compañía tiene que reaccionar ante su profunda crisis financiera y bursátil. No obstante, estas medidas no eliminan las incertidumbres del mercado, sino todo lo contrario, ya que la firma esconde información tan básica como el alcance de dicha ampliación e incluso los beneficios del tercer trimestre. Con ello, genera confusión a los inversores. Aunque lo grave es que la firma carece de una hoja de ruta para subir ventas y márgenes y se limita a anunciar una serie de medidas aisladas, que son insuficientes para revertir su debacle.

## Carga inasumible en la Seguridad Social

El reciente acuerdo de la Comisión del Pacto de Toledo para volver a vincular las pensiones al IPC de modo indefinido ha causado sorpresa en las principales instituciones internacionales. Bruselas expresó su preocupación sobre el efecto que tendrá en el ya abultado déficit de la Seguridad Social. También el FMI y la OCDE se muestran preocupados por el impacto de una medida costosa por sí sola, pero que, además, llega en un momento de clara reactivación de la inflación. Como el dato adelantado de octubre revela, los precios ya acumulan seis meses creciendo más del 2 por ciento. Si una cifra así se suma al 3 por ciento que el gasto en pensiones sube cada año, solo por efecto del envejecimiento demográfico, el resultado es una carga inasumible para el sistema de pensiones.

## La imagen



**'ECONOMISTA' CELEBRA SU JORNADA EMPRESARIAL SOBRE 'LA FORTALEZA DEL TURISMO'.** La industria turística reclama a las Administraciones que fomenten la colaboración público-privada en esta actividad. La mesa redonda de 'elEconomista' reunió a los principales representantes de este importante sector. ELISA SENRA

EDITORIAL ECOPRENSA SA Dep. Legal: M-7853-2006

PRESIDENTE-EDITOR: Alfonso de Salas.  
VICEPRESIDENTE: Gregorio Peña.  
DIRECTOR GENERAL: Julio Gutiérrez.  
DIRECTORA RELACIONES INSTITUCIONALES: Pilar Rodríguez.  
DIRECTOR GERENTE DE INTERNET: Rubén Santamaría.  
DIRECTOR GENERAL MÉXICO: Jaime Sánchez.  
DIRECTOR DE MARCA Y EVENTOS: Juan Carlos Serrano.  
SUBDIRECTORA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL: Nieves Amavizca.  
DIRECTOR DE CONTROL DE GESTIÓN: David Atienza.  
DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN: Marisa Fernández.

elEconomista

DIRECTOR: Amador G. Ayora.

ADJUNTOS AL DIRECTOR: Juan Carlos Lozano, Juanjo Santacana, Rubén Esteller. DIRECTOR DE MERCADOS Y PRODUCTOS DE INVERSIÓN: Joaquín Gómez.  
JEFES DE REDACCIÓN: José Luis Fraile, Isabel Acosta, Javier Romera y Cristina Triana. COORDINADORES: DISEÑO: Pedro Vicente. NORMAS Y TRIBUTOS: Xavier Gil Pecharrómán.  
OPINIÓN: Ignacio Flores. BOLSA E INVERSIÓN: Isabel Blanco. FOTOGRAFÍA: Pepo García. REVISTAS DIGITALES: Virginia Gonzalvo. INFOGRAFÍA: Clemente Ortega.  
DELEGACIONES: ESTADOS UNIDOS: José Luis de Haro. CATALUÑA: Estela López. PAÍS VASCO: Maite Martínez. COMUNIDAD VALENCIANA: Olivia Fontanillo. CASTILLA Y LEÓN: Rafael Daniel.

elEconomista.es

DIRECTOR DE DISEÑO, PRODUCTO Y NUEVOS DESARROLLOS: Javier E. Saralegui. PLANIFICACIÓN ONLINE: Mario Fernández.

elEconomistaamerica.com

DIRECTORA: Carmen Delgado. DELEGACIONES: MÉXICO: Ana Gabriela Jiménez. COLOMBIA: Francisco Rodríguez. ARGENTINA: Pedro Ylari. CHILE: Rodolfo Nieto. PERÚ: Fernando Chevarría.

PARA CONTACTAR

C/ Condesa de Venadito, 1.  
28027. Madrid.  
Telf: 91 3246700  
www.economista.es/opinion

Las cartas al director deben incluir: nombre y apellidos, localidad, DNI y una extensión entre 800 y 1.100 caracteres, espacios incluidos.

## Empresas & Finanzas Jornada 'elEconomista': La fortaleza del turismo en coyunturas adversas



Jorge Schoenenberger (Deloitte), Antonio Catalán (AC Hoteles by Marriott), Susana Ibáñez (Junta de Andalucía), Héctor Gómez (Turespaña), Jaime de los Santos (Comunidad de Madrid), Francesc Colomer (Comunidad Valenciana), José Luis Zoreda (Exceltur), Juan José Hidalgo (Globalia), Ángel Benguigui (Econocom), Amador G. Ayora ('elEconomista'), y Fernando García (N26). ELISA SENRA

# El sector turístico pide la colaboración de la Administración para crecer más

Aboga por seleccionar los mercados prioritarios y acudir a ellos para buscar los clientes de calidad

J. M. / A. B. MADRID.

El sector turístico reclamó ayer a las Administraciones que fomenten la colaboración público-privada para sostener la pujanza del turismo en España. Representantes del ámbito empresarial urgieron al Gobierno y a los distintos entes públicos a reforzar estrategias comunes que no entiendan de colores políticos y que ayuden a atraer clientes de calidad. Para ello, abogan por seleccionar aquellos mercados prioritarios y acudir a ellos para buscarlos. Esta petición la realizaron en el marco de la Jornada Empresarial *La fortaleza del turismo en coyunturas adversas*, organizada por *elEconomista* con el patrocinio de Deloitte, Econocom y N26 y la colaboración de Ibercaja.

En una mesa redonda, el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, incidió en la necesidad de implementar "una nueva gobernanza interadministrativa" que derive en una mayor colaboración pública-privada, "fundamental" para enfrentar un horizonte de cambio en el que se vislumbra una cierta desaceleración. Es por ello que "tenemos que poner algunos



“Cataluña se está suicidando directamente en el ámbito del turismo”

**Antonio Catalán**  
Presidente de AC Hoteles by Marriott



“Hay que ir a buscar al cliente e invertir donde hay rutas”

**Juan José Hidalgo**  
Presidente de Globalia



“Debemos compartir las decisiones en el ámbito del turismo”

**Francesc Colomer**  
Secretario autonómico de Turismo de la Generalitat Valenciana



“Cada vez existe una clientela más global, más diversa y más exigente”

**Jorge Schoenenberger**  
SocioTransport, Hospitality & Services EMEA de Deloitte



“Se ha hecho un esfuerzo con el Ayuntamiento por conciliar intereses”

**Jaime de los Santos**  
Consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Com. de Madrid



“No entendemos salir fuera y no estar referenciados por la marca España”

**Susana Ibáñez**  
Secretaria general de Turismo de la Junta de Andalucía



“La manera de contratar un viaje hoy es totalmente diferente”

**Ángel Benguigui**  
Consejero delegado del Grupo Econocom España



“No sentimos que España vaya a tener un problema de demanda”

**José Luis Zoreda**  
Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur

mimbres distintos". Remarcó que "no sentimos que España vaya a tener nunca un problema de demanda", ahora bien, sí subrayó el reto de "saber qué demanda es la que más nos interesa". Y, por tanto, "cómo buscar esa demanda es clave", abundó.

Sobre esta cuestión, Juan José Hidalgo, presidente de Globalia, apostó por "ir a buscar al cliente" e "invertir donde hay rutas". Criticó que en muchos países ofrezcan ayudas por abrir nuevas líneas de conexión "y en Madrid ni me preguntan". "Para que un país crezca tiene que estar comunicado", advirtió el empresario, quien arremetió contra el Gobierno de la Comunidad de Madrid. "No está actuando bien", dijo.

Mientras, el presidente de AC Hoteles by Marriott, Antonio Catalán, agregó sobre los problemas relatados por Hidalgo en Madrid que "tener un ayuntamiento de un color y un gobierno autonómico de otro es muy complicado". Eso sí, "lo más importante de la ciudad es el alcalde, es el director comercial", añadió. "Una ciudad necesita un ayuntamiento muy potente que tenga sentido de la responsabilidad sobre el turismo", apostilló.

Las críticas a Madrid las vertieron en presencia del máximo responsable de turismo del Gobierno

### Las empresas privadas apuestan por poner el foco en el cliente y en la calidad

regional, Jaime de los Santos, quien también participó en la mesa redonda organizada por *elEconomista*. Admitió "fallas" y "déficits", pero recalzó que "se ha hecho un esfuerzo por conciliar los intereses de ambas administraciones". En este punto, recordó como ejemplo que ya no existen dos oficinas independientes en el aeropuerto Adolfo Suárez.

Catalán defendió ante los nuevos escenarios que se abren que España se debe apostar por el cliente y por la calidad. "En *low cost* España no tiene nada que hacer", indicó. Por ello, a su juicio, "ir por el camino típico de bajar los precios es un error de bulto". Una filosofía compartida por Jorge Schoenenberger, socio responsable de la Industria Transport, Hospitality & Services (THS) EMEA de Deloitte, que indicó que "tenemos un sector donde cada vez existe una clientela más global, más diversa y más exigente" y "las compañías que tienen éxito ponen en el eje de su gestión al consumidor". "Y España lo hace bien", destacó.

El presidente de AC Hoteles alertó, por otra parte, que "Cataluña se está suicidando directamente" en el ámbito del turismo por la inestabilidad política. En este sentido,

Barcelona ya ha padecido este verano una contracción y aunque este año "no va a ser malo porque hay muchos congresos contratados", avisó de que las consecuencias se dejarán notar con mayor incidencia a partir del próximo ejercicio. Señaló sobre esta situación la contraparte que supone para otros destinos, como la Comunidad Valenciana, donde la hotelera registra relevantes crecimientos.

Los representantes del sector privado hicieron hincapié también en la relevancia del marketing digital para potenciar el turismo en España. El consejero delegado de Grupo Econocom en España, Ángel Benguigui, recalzó tres ámbitos "fundamentales" en los que la tecnología "ayuda a desarrollar la satisfacción del cliente" a través de la mejora del servicio y la calidad. Así, se refirió a su aplicación en la comercialización, que se traduce en que "la manera en que se contrata un viaje hoy es totalmente diferente a hace 20 años"; la mayor eficacia en los procesos de producción; y su papel para mejorar la experiencia del servicio, del usuario, con una conectividad perfecta, cartelería digital, domótica para mejorar el confort, *smart tv*, etc.

### Relación interadministrativa

La demanda de una mayor colaboración público-privada la lanzaron en presencia de los responsables de turismo de tres de las Comunidades Autónomas que más visitantes reciben cada año y que igualmente participaron en la mesa redonda de la jornada. Además de De los Santos, de la Comunidad de Madrid, intervinieron la secretaria general de Turismo de la Junta de Andalucía, Susana Ibáñez, y el secretario autonómico de Turisme de la Generalitat Valenciana, Francesc Colomer.

Ibáñez quiso enfatizar la colaboración existente entre Andalucía y el Estado español para potenciar el turismo en la región: "No entendemos salir fuera y no estar referenciados por lo que significa la marca España". No obstante, lamentó que "ha habido épocas en las que ha sido muy difícil trabajar" con la Administración Central.

Una situación que, según afirmó, ha cambiado en la actualidad, toda vez que "estamos estableciendo unos diálogos donde estamos poniendo en común muchísimas de las estrategias".

Colomer, por su parte, abogó por no entrar en ningún caso en la zona de confort a pesar de las positivas cifras de turismo que la Comunidad Valenciana está registrando. Por ello, incidió en mantener la ambición de mejorar y crecer y, para cumplir con esta tarea, ha valorado la necesidad de "codecidir, cogestionar y enfocar, compartir en definitiva lo que son las decisiones en el ámbito del turismo". "Las luces cortas del sectarismo partidario estorban", remachó el político valenciano.

HÉCTOR GÓMEZ, DIRECTOR GENERAL DE TURESPAÑA

## "El turismo debe ser un eje central de la política pública"

Defiende una acción armonizada entre las diferentes administraciones para potenciar España y sus territorios

J. M. / A. B. MADRID.

El director general de Turespaña, Héctor Gómez, abogó ayer por que el turismo, que presenta una situación "extraordinaria" en España, se erija en "un eje central y transversal" de las políticas públicas en un escenario de "extrema competitividad" y de recuperación "a una velocidad importante" de determinados destinos. "Obliga a perfilar aún más si cabe la gestión pública y potenciar la colaboración público-privada", subrayó durante la inauguración de la jornada empresarial *La fortaleza del turismo en coyunturas adversas*, organizada por *elEconomista* con el patrocinio de Deloitte, Econocom y N26 y la colaboración de Ibercaja.

Gómez incidió en la importancia de implicar en materia turística a las Administraciones Públicas "a todos los niveles, no solo desde una rama, una concejalía, una consejería, un ministerio o una dirección general". En esta línea, llamó a la participación de Fomento, Transición Ecológica o Trabajo, dentro de una acción de Gobierno que busque "un equilibrio para un desarrollo armonizado del destino España y de los diferentes destinos territoriales". Sobre esta premisa "tenemos que liderar también y condicionar el desarrollo de los Presupuestos en el resto de consejerías y de ministerios", agregó. El director general de Turespaña demandó, asimismo, desde una perspectiva política, "poner al turismo fuera de lo que es el espectro arrojado de la política". "Debemos debatir y poner sobre la mesa los diferentes puntos de vista, pero siempre intentando puntos de encuentro, no podemos establecer dinámicas dubitativas", advirtió durante su intervención.

Para Gómez el impulso de la colaboración público-privada debe ir más allá de "las estrategias exitosas en la mejora del espacio público", como las que se han dado en Mallorca o Canarias. "Es el momento de avanzar en el intercambio y en la interconexión permanente con el sector en materia de conocimiento", explicó el máximo responsable de Turespaña. "La iniciativa privada tiene mucho que decir", abundó. En este sentido, apostó por que la gestión pública, "capaz de llevar a cabo prospección del mercado", debe ser compartida para dotar al sector en España de "mucho más fortaleza".



Héctor Gómez, director general de Turespaña. NACHO MARTÍN

### Hay que atraer nuevos mercados

El director general de Turespaña señaló que "debemos proyectar a España toda acción de Gobierno no solo a consolidar los mercados que hoy ocupan porcentajes mayoritarios, sino también trabajar en mercados lejanos". Se refirió a redoblar los esfuerzos para solventar la barrera de la celeridad en la tramitación de los visados, como ocurre con China. Además, apuntó la importancia del plan de marketing digital que lanzarán en los próximos meses.

"Es imprescindible para acometer los retos en el futuro inmediato", apostilló.

### Desafíos

Entre los desafíos, citó la situación política en Estados Unidos, la guerra comercial con China o el *Brexit*. Sobre este último punto, señaló la importancia de ser "muy proactivos en hacer un seguimiento para ver de qué manera se articula la salida del Reino Unido de la Unión Europea, porque esto tiene consecuencias" y "desde el Gobierno de España hay que trabajar para que el impacto sea el menor posible y las condiciones sean favorables para que el flujo de turistas no sufra ninguna merma en nuestro territorio", sostuvo.