

En este número

»» Primer plano

UN VERANO ESPERANZADOR PARA EL TURISMO

Arranca la campaña turística. El sector espera recuperar parte del terreno perdido con la crisis. La mayor afluencia de visitantes extranjeros por factores coyunturales será el principal motor de este negocio. **PÁGINAS 4 A 6**

CRISIS, RECUPERACIÓN Y ATERRIZAJE

Por JUAN ANTONIO DURO **PÁGINA 5**

ALIANZAS HOTELERAS

Las cadenas hoteleras españolas han firmado alianzas con grupos extranjeros para poder crecer. **PÁGINA 8**

CRUCEROS A TODO TREN

Los cruceros son la actividad que más crece dentro del sector turístico en Europa. **PÁGINA 9** >>>

»» Empresas & sectores

EL MANÁ DE LOS FESTIVALES

En los últimos años proliferan los festivales de música. Estos eventos están salvando los ingresos para el sector. **PÁGINA 10** >>>

ADIÓS, TARJETAS, ADIÓS

El desarrollo de modelos de pago a través del móvil amenaza la supervivencia del dinero de plástico. **PÁGINA 12** >>>

REPSOL, CAPITAL CARTAGENA

La petrolera invierte 3.195 millones de euros en el desarrollo de una refinería en la ciudad murciana. **PÁGINA 14** >>>

INDRA K. NOOYI, PRESIDENTA DE PEPsiCO

La primera ejecutiva de la multinacional dice que su objetivo es llevar el gazpacho Alvalle a EE UU. **PÁGINA 16**

UN REGISTRO PARA LAS MATERIAS PRIMAS

Remapri registra 'online' los acuerdos de compraventa de materias primas. **PÁGINA 17**

»» laboratorio de ideas

GRECIA Y EL EURO

Por JOSÉ LUIS LEAL **PÁGINA 20** >>>

LA FRAGILIDAD DE LA POLÍTICA MONETARIA

Por ÁNGEL UBIDE **PÁGINA 21**

INCENTIVANDO Y OBLIGANDO A SER EFICIENTES

Por ERIC SUÑOL **PÁGINA 23** >>>

»» Economía global

INSPIRACIÓN URUGUAYA PARA GRECIA

Uruguay llevó a cabo con éxito en 2003 una reestructuración de su deuda. **PÁGINA 24**

LA GOBERNANZA QUE LA UE NECESITA

Por GUY VERHOFSTADT **PÁGINA 25** >>>

VIDA SANA Y EJERCICIO, LA RECETA DEL FMI

Por ÁNGEL LABORDA **PÁGINA 26**

»» Dinero & sectores

LA BOLSA SE LLENA DE OSOS

Los fondos que apuestan por la caída de la Bolsa española acumulan inversiones por valor de 2.000 millones. **PÁGINA 28**

»» Carreras & capital humano

VUELCO EN LA CADENA DE MANDO

Las nuevas tecnologías ponen al empleado de base en el centro de la innovación. **PÁGINA 32** >>>



Negocios

Más calidad turística

La economía española crece gracias al buen comportamiento del sector exterior. Las exportaciones de bienes y servicios están compensando el debilitamiento de la demanda interna, afectada por el descenso en el consumo de las familias, producido a su vez por una erosión de la confianza que, también, impide la recuperación de la inversión empresarial. Además, la inversión acusa el largo periodo de contracción del crédito bancario. El resultado es un ritmo de crecimiento inferior al previsto por las autoridades. Los resultados favorables de la demanda exterior se fundamentan sobre todo en los ingresos por turismo. De las estadísticas conocidas en los cinco primeros meses puede deducirse que tanto el número de visitantes como los ingresos probablemente cerrarán el ejercicio 2011 con los mejores resultados desde el inicio de la crisis, hace casi cuatro años. Los buenos resultados se explican por dos razones: la evolución favorable de la renta en las economías que son las principales emisoras de turistas a España, Alemania, de forma destacada (en menor medida, Francia, Italia, países escandinavos), y el desvío desde otros destinos. El norte de África y Oriente Medio siguen sin ofrecer seguridad suficiente a los turistas europeos. La caída de entradas en Túnez y Egipto continúa siendo importante.

A la seguridad, los destinos españoles añaden la existencia de infraestructuras aceptables, a pesar de la insuficiente mejora en la calidad de la oferta de ese binomio "sol y playa" en el que sigue basándose de forma casi dominante la oferta española. Los ingresos por turismo crecen, a pesar del relativo abandono de las autoridades españolas de una política turística bien articulada. La degradación administrativa de la Secretaría de Estado es una muestra, pero la ausencia de puesta en valor de la oferta complementaria es el hecho que mejor revela el descuido de la industria principal generadora de ingresos exteriores. Esas limitaciones son impropias de la segunda potencia turística del mundo. También es difícil de entender, a la vista del potencial que ofrecen los visitantes procedentes de algunos países asiáticos.

El aumento de los entrantes provenientes de Japón y, muy especialmente, de China, requiere en primer lugar dar a conocer suficientemente los destinos culturales e históricos que conforman las preferencias de esos visitantes. En no menor medida, velar por las condiciones de seguridad de los mismos. A diferencia de países como Francia o Italia, el nuestro no parece valorar suficientemente la mayor calidad de esos visitantes, y prima aquellos otros mucho menos generadores de ingresos y más demandantes de servicios baratos, no siempre suficientemente rentables en términos agregados.

Esa adecuación de la oferta, aumentando servicios y destinos complementarios a los tradicionales, tendría la virtud de neutralizar la competencia de destinos en otros países más baratos, sin menoscabar las ventajas comparativas del litoral español. España debe dejar de ser la referencia mundial de un sector turístico más cercano a la especulación inmobiliaria y al descuido del medio ambiente, y hacerlo mucho más dependiente de los valores culturales y la calidad de vida. Estos atributos de la oferta no es necesario inventarlos; es suficiente con que se conviertan en prioridades de una política sectorial. ■

Relación de empresas

ABENGOA	29, 32	BANKINTER	29	LA POLAR	13	PESCANOVA	29
AC HOTELES	8	BLING	12	LIBERTY SEGUROS	36	REPSOL	14
ACCIONA	29, 32	BOKU	12	MACY'S	12	ROOM MATE	8
ACERINOX	29	CAJA MADRID	8	MARRIOTT	8	ROYAL CARIBBEAN	9
ACS	29	CEMENTOS PORTLAND	29	MASTERCARD	12	RUMBO	4, 5
ALMIRALL	32	CITIGROUP	12	MEDIASET	29	SACYR	11
AMADEUS	29	EBRO FOODS	29	MELIÁ HOTELS	8	SHACKLETON	19
ANTENA 3 TV	29	FCC	29	NH HOTELES	8	SPRINT	12
APPLE	19	GAMESA	29	NHA	8	STARBUCKS	12
AT&T	12	GOOGLE	12	NORWEGIAN CRUISE LINE	9	TELFÓNICA	32
AZUREBIO	34	GRIFOLS	29	OBOPAY	12	TELVENT	29
BANCO POPULAR	29	GRUPO BARCELÓ	4, 5, 8	OCCIDENTAL	8	VISA	12
BANCO SABADELL	29	IBEROSTAR	8	Ogilvy & Mather	19	WHYNDHAM	8
BANKIA	11	INDRA	29	PEPSICO	16	ZELTIA	32

EL PAÍS

EDICIONES EL PAÍS, SOCIEDAD LIMITADA

PRESIDENTE

Juan Luis Cebrían

CONSEJERO DELEGADO

José Luis Sainz

DIRECTORES GENERALES

Jesús Ceberio y José Ángel García Olea

DIRECTOR

Javier Moreno

DIRECTOR ADJUNTO

Vicente Jiménez

SUBDIRECTOR EDICIÓN DOMINICAL

Jan Martínez Ahrens

EDICIONES EL PAÍS SL. es una sociedad del GRUPO PRISA

PRESIDENTE: Ignacio Polanco CONSEJERO DELEGADO: Juan Luis Cebrían

CONSEJERO DELEGADO ADJUNTO: Fernando Abril-Martorell

Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1, párrafo 2, de la Ley de Propiedad Intelectual, quedan expresamente prohibidas la reproducción, la distribución y la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición de la totalidad o parte de los contenidos de esta publicación, con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin la autorización de Diario EL PAÍS, SL.

MIGUEL YUSTE, 40. 28037 MADRID. 91 337 82 00