

# Opinión

## Buenas señales en el turismo

Los datos oficiales de turismo, conocidos ayer, confirman las perspectivas de recuperación que maneja el sector para toda la temporada estival. Según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en julio llegaron a España como turistas, principalmente a las costas, casi siete millones de extranjeros, un 4,5% más que en julio de 2009 y el mayor incremento en 26 meses, desde mayo de 2008. Es halagüeño por lo que significa de recuperación frente a los dos años anteriores, en los que la caída en julio presentó cifras dramáticas como reflejo de la crisis. Si, como parece, la recuperación se consolida, es la mejor noticia para la primera industria nacional, muy intensiva además en mano de obra.

Los síntomas de recuperación económica en muchos países europeos, con Alemania a la cabeza, han ayudado a esta evolución favorable. En definitiva, los europeos son los principales clientes de la oferta turística española. Sin embargo, tanto o más ha pesado la rebaja de los precios. En ese sentido, la depreciación del euro ha servido tam-

bién para reactivar la llegada de turistas de Reino Unido –principal mercado emisor hacia España–, de EE UU o de los países nórdicos, que pagan en divisas distintas a la moneda única. Pero también ha influido de manera determinante la reducción de las tarifas de los hoteles, que suman 21 meses consecutivos de rebajas, aunque con una tendencia a la moderación. Lo que explica que se hayan recuperado los índices de alojamiento hotelero tras 20 meses seguidos en retroceso. Los visitantes vuelven a decantarse por pernoctar en hoteles frente a otros alojamientos de menor valor añadido.

Es evidente que el precio sigue siendo un componente competitivo indiscutible en el sector, en el que la oferta mundial crece cada día con nuevos destinos. Sin embargo, precios más ajustados no deben implicar menor calidad ni de la oferta ni del entorno. La apuesta por un turismo de mayor nivel significa mejorar las instalaciones y el servicio sin subir necesariamente las tarifas. Algo que no siempre se ha respetado, especialmente en los años anteriores a la crisis, cuando los precios se dispararon muy por encima de una inflación que, de por sí, ya era más alta que la media europea.

Que nos visiten más turistas es una buena noticia, pero no es la panacea de un sector que debe apostar por aumentar los ingresos por visitante. La última *moda* del *balconing* (pasar de una habitación de hotel a otra por la terraza o saltar desde éstas a las piscinas de los hoteles), practicada por grupos de turistas jóvenes, lejos de quedarse en anécdota debe ser una seria señal de alarma sobre lo que algunos viajeros esperan de España y sus instalaciones turísticas. Calidad y cantidad no deben estar reñidas, pero siempre es preferible decantarse por la primera.

## La formación no es un castigo

No se entiende bien que haya desempleados que se nieguen a mejorar su formación o que desprecien un empleo cuando uno de cada cinco trabajadores en España está en el paro. Sin embargo, los hay, y el Gobierno amenaza con arrebatarles la prestación si rechazan una cosa u otra. Hará bien. Los sindicatos, en una interpretación sesgada, acusan al ministro de Trabajo, Celestino Corbacho, de criminalizar por ello a los parados. Pero la mayoría de los inscritos en el Servicio Público de Empleo aceptan los empleos y asisten a los cursos, y lo hacen porque su pretensión es vivir del salario por su trabajo, no de un subsidio. Hay una minoría que debe comprender que la prestación no funciona como un seguro, sino como una ayuda hasta encontrar empleo.

Agentes sociales, Gobierno y comunidades autónomas –las responsables de las políticas activas de empleo– han de centrarse más en cómo colocar a la mayoría que en cómo sancionar a esa minoría. Mejor sería desarrollar un plan de formación adecuado a las necesidades actuales y futuras del mercado, porque la realidad es que muchos de los cursos que se ofertan a los parados son un mero trámite sin objetivos eficaces. No se trata de ayudar a los parados a pasar el tiempo, sino de ayudarlos a que encuentren nueva ocupación cuanto antes.

## Crisis y liderazgo femenino



**ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ**  
ASESOR DE COMUNICACIÓN PÚBLICA Y POLÍTICA

La crisis financiera es la crisis de la testosterona. Diversas investigaciones independientes han identificado el exceso de esta hormona (propia del género masculino) en los brókeres y gestores financieros como una de las razones que inhiben y bloquean razonamientos más sensatos, equilibrados y prudentes. La testosterona es una poderosa química natural que aumenta la agresividad y la inconsciencia ante el riesgo al estimular comportamientos irracionales, que buscan el placer y la autoafirmación en una escalada constante. Nunca es bastante. El hombre se reta a sí mismo y a otros hombres. La avaricia es, pues, una consecuencia lógica..., y muy varonil. Y sus efectos son desgarradores en términos de cohesión, sostenibilidad y seguridad.

Quizás por ello, cada vez más, tomamos consciencia de la importancia de la igualdad, la pluralidad y la diversidad de hombres y mujeres en los órganos directivos como una de las bazas más solventes para garantizar el éxito a largo plazo. Según el informe *More women in senior position*, elaborado por la UE en enero de 2010, y que incluye un apartado específico sobre entidades financieras, la

presencia de más mujeres en puestos de decisión es clave para el crecimiento económico. Sin embargo, las mujeres siguen infrarrepresentadas en la toma de decisiones económicas. Sólo el colapso financiero ha supuesto un cambio radical en la hegemonía masculina del liderazgo financiero, como sucedió hace meses en Islandia cuando altas ejecutivas asumieron la dirección financiera del país recuperando la senda de la prudencia y la estabilidad.

Y no sólo pueden reparar los daños o evitarlos, en la concepción más paternalista y androcéntrica de nuestra cultura empresarial, sino que el liderazgo de las mujeres en la alta dirección financiera es garantía de buen gobierno y buenos resultados. Hay presidentas o primeras ejecutivas de bancos, como Ana Patricia Botín en Banesto o como lo fue Zoe Cruz en Morgan Stanley, pero todavía ninguna mujer ha gobernado ninguno de los bancos centrales más importantes del mundo, sean entidades clásicas e históricas como el Banco de Inglaterra o de nuevo cuño como el Banco Central Europeo (BCE).

Debemos ir mucho más allá si se quiere, precisamente, mejorar la ren-

tabilidad a través de la igualdad en todos los niveles de la organización, como han podido comprobar en forma de cuentas de resultados aquellas empresas del Ibex 35 que intentan cumplir con los planes de igualdad –que sugieren los códigos y obligan leyes, como la Ley de Igualdad de 2007– y que son las más rentables.

Algunos bancos, como el Scotiabank, el BNP Paribas, o como Caixa Galicia, que ha impulsado su plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, parece que han comprendido que la feminización de sus estructuras de dirección y de gestión les acerca a la sociedad y a la excelencia, al mismo tiempo. Quizás así podremos romper las barreras negativas que impiden el acceso a las mujeres empresarias en España, que aunque ya suponen el 32,5% del empresariado, sólo reciben el 8% de los créditos bancarios para emprendedores, según datos ofrecidos por el Banco Mundial de la Mujer en España (WWB).

Los datos son abrumadores. Quizás por eso nos debería escandalizar tanto ignorarlos como despreciarlos. Las conclusiones de otro reciente informe internacional *Paths to the*

power elaborado por la consultora Deloitte, confirman que las mujeres son un recurso nacional crítico para el crecimiento económico. El progreso de las mujeres tiene implicaciones vitales para la salud y el crecimiento de los Gobiernos, empresas y naciones. Ambos sectores públicos y privados deben continuar alimentando y promoviendo la diversidad de talento –incluyendo diversos de alto potencial– si desean mantenerse competitivos y crecer.

También es abrumadora la constatación de las dificultades que en forma de graves discriminaciones y fuertes prejuicios –absolutamente injustos, míopes y necios– están sólidamente instalados en nuestra sociedad. Como lo es que el sueldo medio de las mujeres en España fue en 2008 un 21,8% inferior al de los hombres, según los datos de la Encuesta Anual de la Estructura Salarial recientemente publicada por el Instituto Nacional de Estadística.

Más que nunca, el buen gobierno de nuestras empresas y bancos debería empezar en la igualdad. Así como el desarrollo de nuestro futuro. No hay tiempo que perder. La justicia y “el interés” son inaplazables.

“Sólo el colapso financiero ha supuesto un cambio radical en la hegemonía masculina del liderazgo femenino”

### CincoDías

Director Jorge Rivera

Subdirectores José Antonio Vega y Juan José Morodo

Redactores Jefe Fernando Sanz (Especiales), Ángeles Gonzalo (Finanzas), Rafaela Perea (Diseño), Nuño Rodrigo (Mercados-5D)

Secciones Cecilia Castelló y Ana Perona (Empresas), Carmen Monforte (Energía), Antonio Ruiz del Arbol (Telecomunicaciones), Marimar Jiménez (Cinco Red), Bernardo Díaz (Economía), Natalia Sanmartín (Vida Profesional), Juan Ferrari (Opinión), Miguel Rodríguez (Mercados-5D), Federico Castaño (Política), Paz Álvarez (Empleo y Directivos), Kirru Artea (País Vasco) y Oscar Laguarda (Infografía)

Corresponsales Ana B. Nieto (Nueva York) y Bernardo de Miguel (Bruselas)

Director [Cincodias.com](http://Cincodias.com) Jorge Chamizo. Jefe de sección Arantxa Corella

Gerente Marta Moldes

Operaciones José Luis Gómez Desarrollo Digital Iciar Moscoso del Prado  
Producción Ángel Martín Distribución Mónica Roldán Marketing Eduardo Díaz  
Suscripciones Alberto Alcantarilla Sistemas Javier Álvarez

Depósito legal: M-7603-1978. Difusión controlada  
Edita Estructura, Grupo de Estudios Económicos, S.A. Miguel Yuste, 42. 28037. Madrid. Teléfono 915 386 100.