



Turismo cultural y de altura

Santiago MATEO SAHUQUILLO (*)

Toledo se ha convertido en la capital cultural por excelencia esta semana. La llegada de la exposición de Carolus y todos los actos que se han organizado en torno a él han conseguido poner en el punto de mira a esta ciudad, Patrimonio de la Humanidad.

Pero como lo que en estas páginas color sepia nos interesa es la perspectiva económica de todo gran evento, voy a centrarme principalmente en la importancia que este tipo de certámenes tienen para ciudades como Toledo, que durante un trimestre se convierte en un referente cultural que le da prestigio internacional.

La riqueza cultural de la que tanto pueden presumir ciudades como Toledo o Cuenca, debe ser aprovechada sobre todo por el sector hostelero. Pero además de hoteles, restaurantes y bares, los comercios también pueden notar este efecto de llegada de turistas que aunque no pasen en nuestras ciudades demasiados días, sí que necesitan realizar compras.

El efecto de la publicidad internacional que tienen actos como la exposición de Carolus es otra de las vertientes económicas que consiguen este tipo de eventos. Toledo, o por lo menos yo lo pienso así, es bastante conocida como una ciudad digna de ser visitada para aquellos turistas que se acercan a nuestro país, pero el aliciente de contar con montones de cámaras de televisión le vuelven a dar la publicidad que necesita para recordar a ese posible turista cultural que podrá disfrutar de unas buenas vacaciones en Toledo.

El turismo cultural que no siempre es de masas, a excepción de casos como el que estamos hablando en el que posiblemente sí que se pueda notar una mayor afluencia en el último trimestre de este año, ofrece sobre todo prestigio a la ciudad que lo recibe.

Y hablando de turismo no quisiera olvidarme de la Fundación de Congresos de Cuenca que ha presentado sus estatutos recientemente. La organización de congresos y por tanto, el turismo de congresos, ofrece un importante flujo económico que las ciudades castellano-manchegas tienen que explotar más porque tienen capacidad para albergar esta clase de eventos.

**Santiago Mateo Sahuquillo, editor de ECONOMIA Y EMPRESAS DE CASTILLA-LA MANCHA*

La manipulación en Bolsa y los peces de colores

JOSÉ MANUEL PLAZA
ANALISTA INDEPENDIENTE



En la imagen, José Manuel Plaza.

Hace unos días conocíamos la noticia de un joven estadounidense, menor de edad, que había ganado muchos millones en bolsa en pocos días mediante el sistema de filtrar rumores falsos en Internet sobre valores que previamente había comprado a bajo precio. Cuando sus rumores impulsaban a los internautas a comprar, el precio se inflaba artificialmente y el joven tiburón vendía haciendo su agosto. ¿Puede ocurrir esto en España?

Una pescadilla puede conseguir engañar a un banco de sardinas para que se dirijan a aguas favorables para ella y, en un momento dado, darse la vuelta y comerse a un par de ellas. Por el camino, algunas habrán encontrado alimento suficiente y habrán abandonado al resto, mientras que se han incorporado otras nuevas que buscan beneficios.

Pero si un tiburón de cierto tamaño escucha a la pescadilla mientras grita sus promesas, sólo tiene que esperar a los pececillos por el camino con la boca abierta y tragarse desde la pescadilla hasta el último pez del banco (o de sus sucursales o de las agencias) con lo que consigue saciar su hambre.

Si el tiburón ve a cada pececillo por un lado simplemente los ignora. Sólo le hacen cosquillas en el estómago. El que se trague de vez en cuando a uno mientras nada con la boca abier-

ta no es más que un mero accidente (mortal para la infortunada sardina).

O dicho de otra forma: hay valores que, por su escaso volumen de negociación son susceptibles de ser manipulados por algún listillo cazando en el camino a algunos incautos. Pero, en mi opi-

nión, hay dos factores que impiden que esa manipulación llegue a tener un éxito importante. El primero es precisamente el escaso volumen de negociación, lo que dificulta la rapidez en deshacer las posiciones asu-

midas si tienen un volumen de cierta consideración y podría empujar al precio de ese valor a los niveles de compra antes de terminar la especulación.

El segundo es que, si bien normalmente los dealers de las agencias no se fijan en ese tipo de valores con pequeño volumen puesto que no son de ninguna importancia para su cuenta de resultados, si se tiene cierto éxito en la manipulación de un valor y

se consigue alcanzar un cierto volumen entonces la jugada se convierte en un exquisito bocado para los grandes depredadores, los cuales tienen la capacidad de llevarse por delante a todos los implicados en la jugada. Luego viene el llanto y el crujiir de dientes.

Los timados se quejan de que han sacado sus ahorros del banco para comprar estampitas que resultaron ser recortes de periódico.

El timador se queja de que pensaba que la policía nunca le iba a atrapar.

Por tanto, en mi opinión, este tipo de jugadas sólo pueden tener éxito ocasionalmente y a costa de aprovecharse de los que son más ignorantes, pero con el mismo ansia de ganar dinero de

manera "fácil y rápida". Pescadillas y sardinas, o timadores y timados, con la policía-tiburón observando el panorama e interviniendo sólo si merece la pena.

Sobra decir que este tipo de prácticas son ilegales, en España hemos visto varios intentos de organizarse en Internet para aprovechar una acción coordinada sobre un determinado valor de escasa capitalización y que han sido extraordinariamente rentables, hasta que un día, el gran tiburón blanco se dio la vuelta y se trago a la pescadilla. El valor elegido era Bami, a mediados del 98 con pérdidas cercanas al 50%.

“ ”
Hay valores que, por su escaso volumen de negociación, son susceptibles de ser manipulados

“ ”
En España hemos visto intentos de organizarse en Internet para una acción coordinada sobre un valor