

OPINIÓN

SOTO VOCE

Por Toppo Giggio

Copenhague, un decepcionante principio. Moral, lo que se dice moral, no le falta a Morán, don Hugo, el secretario de Medio Ambiente y Desarrollo Rural de la Ejecutiva del PSOE. Cuando acabó la cumbre sobre el cambio climático, el diputado socialista le dijo a sus compañeros que, tras el pobre acuerdo al-

canzado, "Copenhague no es un desastroso final, sino más bien un decepcionante principio". ¡Toma ya! El dirigente socialista ha concluido que el acuerdo al que se ha llegado está lejos de lo que España y la Unión Europea hubieran deseado porque finalmente han podido más los intereses económicos y geopolíticos de determinados países, que las conclusiones de la comunidad científica internacional y las evidencias de agotamiento que presentan algunos de los ecosistemas más sensibles del Planeta. Todo un sabihondo.

◆◆◆◆
Andorra pierde el interés por un aeropuerto internacional.

Cuenta el diputado de CIU **Pérez Maciás** que el Gobierno le ha dicho que Andorra ha perdido el interés en dotarse de un aeropuerto internacional que se pretendía hacer en Seu d' Urgell (Lérida). El Ejecutivo afirma que el Principado le trasladó ese interés en 1997 y hasta se hizo un Plan Director con el fin de dar viabilidad al proyecto mediante un Tratado Internacional hispano-andorrano. Sin embargo, la propuesta no llegó a materializarse por el elevado volumen de inversiones necesarias y no existe constancia de una renovación del interés andorrano. En consecuencia, se decidió construir el aeropuerto de Lleida-Al-

guaire en la comarca leridana de Segriá, con vocación de atender el tráfico para la comarca de los Pirineos y de la Seu d' Urgell.

◆◆◆◆
Los feos detalles de Aitor Esteban. Cuentan por los pasillos del Congreso que un tal Aitor Esteban anda manipulando en el grupo parlamentario vasco, haciéndole la cama al portavoz Josu Erkoreka hasta el punto de tener detalles muy feos con los amigos de éste. Esteban, nombrado por Urkullu, ha considerado dejar fuera del tradicional regalo navideño a aquellos periodistas por el mero hecho de ser amigos de Erkoreka. Poderosas razones.

◆◆◆◆

UP/DOWN



Sacar provecho

▲ **El presidente de las cámaras catalanas, Miquel Valls, pidió ayuda a las administraciones y a la banca para que faciliten la creación de empresas ya que en épocas de crisis éstas aportan más ocupación.**



Munición recurrente

▼ **El presidente de Venezuela, Hugo Chávez, ha dado orden al Ejército de disparar contra los aviones no tripulados que lleguen desde otros países. Nueva carga contra sus enemigos recurrentes.**

POR CIERTO...

Los fondos simularán

Una de las consecuencias más perversas que ha tenido la crisis para los inversores ha sido comprobar cómo algunas gestoras se han visto impotentes a la hora de atender las peticiones de reembolso o de valorar a precio de mercado los activos que tenía en cartera el fondo por la imposibilidad de contrapartida para dichos activos. Con la circular 6/2009 de la CNMV que entra en vigor hoy se pretende que esta situación no vuelva a repetirse. A partir de ahora será obligatorio que las gestoras de instituciones de inversión colectiva realicen test de stress o pruebas de simulación de situaciones adversas de los mercados para verificar su capacidad de reacción. Una buena noticia para los inversores particulares, aunque habrá que esperar a futuras crisis para comprobar si resultan eficaces. Esta búsqueda de la disminución del riesgo se refleja también en la exigencia de que las gestoras cuenten con una unidad independiente específica dedicada a valorar el impacto de cualquier incidencia negativa en los fondos de inversión. Además, un departamento de auditoría interna deberá velar por que se cumplan las medidas adoptadas sobre el riesgo operativo que se pue-



de afrontar. Estas medidas, junto a otras sobre cumplimiento normativo, conllevarán un coste añadido a las firmas, que se encuentran en pleno proceso de reestructuración del sector, pero son necesarias para devolver la confianza a los inversores. Y esta confianza será más que necesaria si se tiene en cuenta que posiblemente las entidades financieras empiecen a comercializar en 2010 los fondos de inversión como la forma más adecuada de captar pasivo, la única forma de que las cuentas les cuadren en un momento en que también pasarán su particular travesía del desierto. **P18**

Los vehículos industriales lo tienen negro

Los mercados mundiales del automóvil han experimentado un ligero repunte que, sin ser significativo porque han de comprarse con un mal 2008, muestra ya los signos inequívocos de una recuperación leve, pero sostenible. En este particular han desempeñado un papel esencial las ayudas directas para comprar vehículos de turismos eficientes que han aplicado las principales potencias económicas. Ese tapiz de incentivos no ha tenido en cuenta a los vehículos comerciales e industriales, ni en España ni en la práctica totalidad de los países del mundo. Parece claro que las ayudas para comprar coches han coadyuvado a movilizar una demanda privada atascada por el temor a la incertidumbre, en un sector en el que la confianza del consumidor es vital. Los vehículos industriales y comerciales no pertenecen a ese ámbito, sino al de la esfera empresarial. Y bajo este esquema parece complicado justificar las ayudas, al menos desde el ámbito público, a un sector que

genera riqueza, pero que no está enganchado a la realidad que sí representa el comercio de turismos, el segundo bien en la cesta de los españoles y un producto que, por fortuna, ya no se considera un bien de lujo. **P8**

Los problemas del turismo van más allá de la crisis

Es una cuestión de falta de competitividad": desde la Alianza para la Excelencia Turística (Excelltur) lo tienen claro. Los expertos de este sector clave de la economía española invitan a llevar los análisis más allá de los datos de 2008, cuando la crisis avanzaba hacia su cénit y el turismo vio reducido su peso en el PIB español y la facturación cayó casi un 3%. El problema se venía manifestando desde hace nada menos que ocho años. "¡Pero si entonces aún registraba crecimientos!", podrán alegar algunos. Sin embargo el quid radica en que esos avances eran un tercio inferiores a los que mostraba el conjunto de la economía española. Expresado en cifras, un 1,1% para el turismo frente a un 3,1%. Sin duda, cifras elocuentes. **P19**

EDITORIAL

Un proyecto así era más que necesario

Cuando el promotor de Spain Investors Day, la consultora Steinberg y Asociados, propuso a NEGOCIO su colaboración en este evento, no titubeó ni un segundo. Hace falta recordar a los mercados internacionales que España ha sido capaz de crear líderes mundiales o europeos en el terreno empresarial, a base de trabajo, esfuerzo, capacidad de competir y visión. La posibilidad de reunir de manera mancomunada a compañías domésticas con los grandes responsables de decisiones de inversión del mundo es algo que, más allá de un evento mediático o un simple producto marketiniano, tiene fuertes dosis de responsabilidad social. Así lo han interpretado las grandes empresas, que han apoyado este proyecto en todos los contactos formales o informales celebrados al respecto, aunque sólo sea con palabras de aliento. Mención aparte merece el Consejo Rector, que se ha formado con una inesperada rapidez, gracias al compromiso de sus miembros por este proyecto, a pesar de que al principio se tratara tan solo de una idea. España debe recuperar su autoestima y para ello hay que recordarle a los grandes inversores internacionales que las empresas españolas tienen mucho valor que debe aflorar. La salida de la crisis pasa por este tipo de iniciativas. Spain Investors Day permitirá a las principales corporaciones privadas locales tener un contacto directo con los grandes inversores institucionales del mundo, que son los que dan estabilidad a las empresas en Bolsa. Sin duda, es una plataforma muy válida y que no tiene parangón a la hora de maximizar "la parte buena de nuestra economía", como muy bien ha calificado a nuestro tejido empresarial Blas Calzada. España necesita de esa innovación y capacidad de liderazgo de nuestras compañías para salir de la recesión. ◆

Negocio & Estilo de Vida

Director: Manuel López Torrents
Subdirectores: Miguel Humanes (Economía y cierre), Eva Ruiz-Hidalgo (Actualidad).
Adjuntos al director: Raúl Pozo, Israel

García-Juez, Ana Franco, Ignacio Alonso-Villalobos, y Raimundo Castro.
Jefes de sección: Vanessa Sanchidrián (Energía y Telecomunicaciones), Juan Arús (Automoción), Ramón Roca (Profesionales), Ignacio Flores (Economía), Eladio del Prado (Opinión), Yoana Novoa (Arte), Álvaro J. Sanmarti (Maquetación), Amaya Verde (Infografía).

DELEGACIONES:
Andalucía: Marta Osés.
Cataluña: Joaquim Marqués.
Castilla y León: Javier Hernández.
Castilla-La Mancha: Olalla Plaza
REDACCIÓN: Pedro de Valdivia, 16. 28006 Madrid Email: redaccion@negocio.com
Teléf.: 915 121 760. Fax: 915 189 730.
PROYECTO GRÁFICO: Miguel Buckenmeyer.

Tumbo de Privilegios, S.L.

Editores: José María Sayago, Fernando Sánchez
Subdirector General: Gregorio Cortés.
Director de publicaciones: Antonio Pérez Henares.

Adjunta Presidencia: Mar Lizana
Directora Financiera: Jimena Uranga
Director de Marketing y Distribución: Alejandro González
Director Comercial: Víctor Cifuentes
Jefes de Publicidad: Fernando Sánchez y Jesús Moriano
Coordinador: Luis Marco
OFICINA CENTRAL: Pedro de Valdivia 16, 28006 Madrid. Tlf: 917 818 981/2 Fax: 915 769 067. **DELEGACIONES:** Andalucía: Rioja, 25-1ªB. 41001 Sevilla. Tlf: 954 500 136.

Fax: 954 501 237
Cataluña: Pl. Tetuán, 40-41, 2º, ofics 29. 08010 Barcelona. Tlf: 932652619.
Fax: 932440855 **Castilla y León:** Alicia Serna: publicidad@negociocyl.com 660 73 85 42.
Aragón: Metha Gestión & Medios C/ Inocencio Jiménez, s/n50001 Zaragoza Telf: 976 765 014 Fax: 976 765 083 **Levante:** Tlf: 917 818 981/2 Fax: 915 769 067. **Castilla La Mancha:** publicidad@negocioclm.com