

El Corte Inglés pide colaboración pública para el turismo de compras

ESTRATEGIA/ El presidente del grupo, Dimas Gimeno, reclama mejorar la conexión de los aeropuertos con Asia para incrementar la llegada y el gasto de los turistas en España.

R. Ruiz. Madrid

El presidente de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, eligió ayer el Congreso Summit Shopping Tourism & Economy en Madrid, para llevar a cabo su primera intervención pública desde su nombramiento, en septiembre de 2014. En este foro, Gimeno pidió colaboración público-privada para crear una industria turística "sólida, competitiva, innovadora y sensible ante los cambios y las demandas sociales".

El presidente de El Corte Inglés, que estuvo acompañado en el acto por Cristina Álvarez, hija del expresidente Isidoro Álvarez y consejera del grupo, destacó la oportunidad que tiene España de desarrollar la industria turística más allá del modelo sol y playa, con el turismo de salud, de congresos, cultural, gastronómico y el de compras, en el que la situación de España es "manifiestamente mejorable".

"Hay alternativas muy rentables al turismo de sol y playa: pongámoslas en valor", señaló Gimeno.

"España solamente recibe el 3% del gasto en compras de viajeros de fuera de la Unión Europea, un porcentaje que no se corresponde en absoluto con el de las per-



Dimas Gimeno (dcha.), presidente de El Corte Inglés, junto a Cristina Álvarez, consejera de El Corte Inglés, y Luis Gallego, presidente de Iberia.

"Recibimos sólo el 0,2% del gasto que los turistas chinos hacen fuera de su país", según Gimeno

noctaciones. Hay una evidente desproporción entre la cantidad total de turistas que llegan a nuestra nación y el gasto en compras. En el caso del turismo de compras, sólo recibimos el 0,2% de lo que gastan fuera de su país", agregó.

Para mejorar estas cifras, el responsable de la cadena de grandes almacenes pidió la colaboración público-privada. "Creo que estamos ante una doble responsabili-

dad, de las administraciones públicas, porque les corresponde la regulación legal, la promoción del país como lugar de compras y la promoción de los creadores españoles; y de las empresas privadas -no sólo del sector de la distribución- porque del incremento de compras depende su vitalidad".

Entre las medidas que planteó Gimeno figuran la creación de un plan de promoción y adecuar los horarios comerciales a las necesidades de los clientes.

Turismo asiático

El presidente de El Corte Inglés puso el foco en los turistas de origen asiático. "China

"Hay alternativas muy rentables al turismo de sol y playa", aseguró Dimas Gimeno

y los países emergentes de Asia cambiarán el tablero turístico mundial por cantidad de viajeros y por calidad de su gasto. Quienes consigan atraer a Asia serán los ganadores de este reto".

Para ello, pidió mejorar la conectividad de los aeropuertos españoles con focos emisores como Pekín, Shanghái y Yakarta. "La lucha por los millones de nuevos viajeros ha comenzado y ganará quien ofrezca más

atractivos, pero también mejor promoción, mejor conectividad o más facilidad en la concesión de visados".

La importancia del turismo de compras chino es algo en lo que El Corte Inglés lleva años trabajando con medidas como viajes de promoción de España como destino de ocio y la atención al cliente en su idioma en sus centros comerciales. "El turismo de compras repercute en todos los ámbitos de la ciudad y estimula la actividad y el empleo", subrayó Gimeno.

El presidente de Iberia, Luis Gallego, también incidió en el impacto positivo en la economía de potenciar este negocio. "El turismo de compras tiene un impacto positivo transversal sobre la actividad económica. Promueve un gasto de mayor calidad, genera inversión, crea empleo estable, relanza el comercio local, facilita la recuperación de áreas urbanas", explicó Gallego en el mismo foro.

Además, el responsable de Iberia aseguró que la aerolínea, que tiene su *hub* en Madrid, trabaja en mejorar la conectividad con Asia. "Estamos trabajando en mejorar en los vuelos directos entre Madrid y Asia y redondear nuestra red de conexiones con América y África".

La auditora BDO se refuerza con dos nuevos socios

Expansión. Madrid

La firma de auditoría BDO ha reforzado su estructura en España con el nombramiento de dos nuevos socios: Rafael Ruiz Salvador en el área de Auditoría y Javier Espel, que ya dirigía la práctica de Forensic de la compañía.

Según la auditora, el fortalecimiento es fruto de la estrategia para acometer un ambicioso plan de crecimiento, que marca un objetivo de facturación a nivel mundial de más 10.000 millones de dólares en 2019. El plan tiene tres líneas de actuación: la consolidación en cada uno de los mercados en los que BDO está presente; ser el líder en su sector por servicio al cliente, e impulsar la multidisciplinariedad de su cartera de servicios apoyada en la experiencia internacional.

En España, BDO quiere potenciar las áreas de servicios que permitan a la firma acompañar a sus clientes en sus procesos de transformación: consultoría, asesoramiento en riesgos y asesoramiento financiero, *business process outsourcing*, entre otros.

Experiencia

Javier Espel es el nuevo socio a cargo de la práctica de Forensic de BDO. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y miembro del Registro de Economistas Forenses, hasta su nombramiento como socio ha sido desde 2011 director de la práctica en BDO a nivel nacional. Antes de su incorporación a la firma desempeñó el cargo de executive director de investigación de fraudes y servicios de disputas en EY, con anterioridad, senior manager de Forensic en KPMG. Rafael Ruiz Salvador es un nuevo socio de la división de Auditoría de BDO. Licenciado en Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, auditor de cuentas, miembro del ROAC y de la Comisión técnica y de calidad del ICJCE, Rafael será el nuevo socio responsable del área de riesgo y control de calidad de la firma en España. Ruiz ha dirigido equipos de auditoría y proyectos para empresas del sector inmobiliario, tecnológico, ocio, asegurador y financiero, con especial experiencia en los últimos años en las energías renovables.

España, a la caza de 217.000 millones

R.R. Madrid

España quiere ir más allá del modelo de sol y playa que le ha hecho referente mundial en el sector turístico. Para ello, las empresas y la administración trabajan en fórmulas que atraigan otro tipo de turismo, como el gastronómico o de salud pero, sobre todo, el de compras, que mueve un volumen millonario en todo el mundo.

El pasado año, los turistas internacionales gastaron 217.000 millones de euros en compras de primeras marcas en sus viajes, según Deutsche Bank y la consultora Bain. "Tenemos que abrir la riqueza del turismo a otros sectores de la economía, así como acabar con la bipolaridad y la estacionalidad en un sector tan



Taleb Rifai, secretario general de la Organización Mundial del Turismo; Cristina Cifuentes, presidenta de la Comunidad de Madrid; Soraya Sáenz de Santamaría, vicepresidenta del Gobierno; Aldo Olcese, presidente del comité organizador del Summit Shopping Tourism & Economy; y David Scowhill, presidente de World Travel & Tourism Council, en la inauguración del congreso de turismo de compras en Madrid.

importante para la creación de empleo en el país", aseguró ayer la vicepresidenta del Go-

bierno, Soraya Sáenz de Santamaría, durante la inauguración del Summit Shopping,

Tourism & Economy. "El turismo de compras tiene que ser un acelerador de la

MAÑANA
MENSUAL DE BOLSA

EL PRÓXIMO SÁBADO

Película

Wall Street



por sólo 1€

P8

Inversor

¿Conviene invertir en depósitos ligados a acciones? **P19**

Hoy arranca la opa de **Abertis**

Ibex 35	9.971,30	+3,83%
EuroStoxx	3.190,39	+3,31%
Dow Jones	16.776,43	+1,85%
Euro/Dólar	1,1236	+0,68%
Riesgo País	123,49	-2,47%

EEUU y Japón crean la mayor alianza en el comercio mundial **P27/EDITORIAL**



BIANCA SHEN
Vicepresidenta y CEO de Burger King
"Sellar la paz con McDonald's fue una idea osada" **P43**

CaixaBank y Bankia, los que más reducen el peso del ladrillo **P15**

Movistar y Mediapro: sigue el pulso en TV por la Champions **P10**

Carmena rompe con Fitch y S&P **P24**

Expansión
¡AHORRE 124€ AL AÑO!
LLAME YA AL
91 275 19 88

20% DESCUENTO



Bruselas dice que España incumplirá el déficit y exige más ajustes

P25

Acciona se une a la alemana Nordex para ser líder eólico

Supera a Gamesa y desafía a Vestas y Siemens con la primera gran fusión del sector

Acciona agita el sector de fabricantes eólicos. El grupo español fusiona su filial Windpower con la alemana Nordex. Tras la operación –la primera concentración del sector–, Acciona será el primer accionista de Nordex, que se convertirá en el quinto grupo del mercado, superando a Gamesa y retando a Vestas y Siemens. **P3-4/LA LLAVE**



José Manuel Entrecanales es presidente de Acciona.

■ **Acciona será, con el 29,9%, el primer accionista de Nordex, que tendrá sede en Hamburgo**

■ **El grupo español pone en valor su filial de fabricación de turbinas con 675 millones de plusvalías**

La OCDE estrecha el cerco a la ingeniería fiscal de Apple, Google y Microsoft

P23 y 46/EDITORIAL

Dimas Gimeno: "El Corte Inglés impulsa el turismo de compras"

Empresas y representantes de la Administración se reunieron ayer para impulsar el turismo de compras. El presidente de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, pidió más colaboración público-privada y más vuelos con Asia. **P6**

■ **Los turistas chinos, que gastan 1.000 euros diarios, son el foco de atracción**

Dimas Gimeno intervino ayer en un congreso internacional sobre turismo de compras celebrado en Madrid.



Mauricio Skrzycki

El Ibex sube un 3,8% y acaricia el 10.000

P18

Las 10 mayores alzas del día En porcentaje

ABENGOA	10,91%	REPSOL	6,88%
ACCIONA	9,57%	FCC	6,68%
ARCELORMITTAL	8,15%	TELEFÓNICA	6,23%
ACERINOX	7,89%	ACS	5,86%
BANCO DE SABADELL	7,87%	DIA	5,58%

The New Generation of Cloud Computing

gigas

El Cloud más potente

Powered by:

