

LA SEMANA ECONÓMICA

LUNES 16

Los diésel, a un paso de perder la guerra con los vehículos de gasolina

● Lenta, aunque a la vez de forma aparentemente inexorable, los motores diésel han ido cediendo terreno a sus rivales directos de gasolina en los últimos ejercicios. Tras dos décadas consecutivas de crecimiento, y bastante fuerte -su cuota de mercado prácticamente se multiplicó por cinco-, pasando del 14,2% que tenía en 1990 al 70,6% en 2010-, por vez primera ven cerca el fantasma de volver a situarse por debajo de su competidor, lo que no ocurría desde finales de los años 90.

MARTES 17

La Cambra de Tarragona hace 'lobby' en Bruselas por el Corredor

● Tras no conseguir una interlucación directa con el Ministerio de Fomento que desencalle el proyecto del tercer carril ferroviario, una delegación tarraconense viajó ayer a Bruselas para intensificar la presión delante de las instituciones europeas. La comitiva la encabezó la Cambra de Comerç de Tarragona que, acompañados por el eurodiputado Francesc Gambús, consiguieron trasladar las inquietudes del territorio en materia de infraestructuras y sobre el precio de la energía.

MIÉRCOLES 18

Bruselas exige a España ajustes por más de 8.000 millones en dos años

● Tendrá muchas virtudes y otros tantos defectos, pero nadie, ni su peor enemigo (incluso dentro del PP), podrá negar que Mariano Rajoy tiene un don que muy pocos poseen: la supervivencia. Lo suyo es de tesina doctoral. La CE decidió aplazar a principios de julio la decisión de iniciar el histórico procedimiento sancionador a España por incumplir el déficit en 2015. El próximo Gobierno deberá hacer un ajuste extra de 8.000 millones en dos años.



BCN World y el turismo sostenible

Montse Martínez



Profesora de la URV - Abogada Grupo Gispert Abogados y Economistas

Cuando hace más de 25 años surgió el proyecto de PortAventura, recuerdo perfectamente, las palabras de mi padre, en medio de todo el revuelo que provocó la idea en el territorio y la expropiación de terrenos para una iniciativa privada: «este proyecto será bueno para Tarragona y para nuestro turismo».

Yo en aquel entonces era demasiado joven para entender y valorar aquellas palabras. Hoy y, tras el transcurso del tiempo, a pesar de todos los avatares que supuso PortAventura, puedo afirmar y creo que toda la población de Tarragona, en mayor o menor medida, afirmaría que el proyecto PortAventura ha sido bueno para el impulso de las comarcas de Tarragona; ha generado empleo directo e indirecto, ha dinamizado el turismo de la Costa Daurada y en definitiva ha ayudado a potenciar la economía de la zona.

¿Podremos decir lo mismo dentro de unos años del proyecto BCN World o como finalmente acabe llamándose?

Cuando BCN World se anunció a la opinión pública en el último trimestre de 2012, pensé que las comarcas de Tarragona tenían de nuevo la oportunidad de revitalizar su economía, turismo y empleo.

Han pasado ya casi cuatro años desde entonces y BCN World sigue siendo un proyecto. ¿Qué ha pasado?

Parece evidente que el concepto de BCN World tal como se concibió con seis complejos turísticos, cada uno con su respectivo hotel, casino, oferta lúdica y de restauración, -lo que suponía 12.000 plazas hoteleras y seis casinos- no ha gustado al territorio, y los dos gobiernos autonómicos que ha habido desde entonces no han sido capaces de encontrar el consenso necesario de los diversos grupos parlamentarios para tirar adelante este proyecto. Muestra de ello ha sido la imposibilidad de aprobar el Plan Director Urbanístico de dicho proyecto, a pesar de la modificación de la Ley del Centro Recreativo y Turístico que permitía la actividad de juego y apuestas. Con todo, sigue en pie el interés por invertir en BCN World por parte de Melco y Hard Rock, dos de



los grupos adjudicatarios del concurso público de seis autorizaciones para la instalación y explotación de casinos de juego en el ámbito del Centro Recreativo y Turístico.

Llegados a este punto, en que existe un potencial proyecto en la provincia para dinamizar económica y turísticamente la zona y la existencia de inversores interesados todavía en BCN World, creo sinceramente que sería un despropósito dejar perder la oportunidad para un territorio en que la tasa de paro alcanza el 21%.

Ahora bien BCNWorld no puede desarrollarse a cualquier precio: cabe parar y reflexionar; dimensionar el proyecto evitando usos intensivos del suelo que desnaturalicen el territorio y su

modelo turístico, pensar en qué tipo de turismo queremos en la zona que permita incrementar su calidad y desestacionalizar la temporalidad. Todo ello es



Hay que salvaguardar las modalidades de turismo existentes y hacerlas compatibles con nuevas formas

necesario hacerlo y hacerlo con cierta premura antes que los inversores que están interesados

en el desarrollo del proyecto pierdan totalmente el interés y perdamos así una buena oportunidad para el territorio.

Tarragona ha sabido hasta la fecha potenciar el turismo y hacerlo convivir con la industria química de la provincia; un reto harto complicado que se ha conseguido con la implicación de todos los actores. ¿Por qué no seguir con esa tenacidad e intentar compatibilizar el proyecto BCN World con otras formas de turismo ya existente en el territorio? Me refiero al turismo cultural que propician la Tarraco Romana o la Ruta del Cister, al turismo familiar que ha conseguido Port Aventura, al turismo gastronómico y al del vino que tanto ha contribuido a la dinamización del Priorat.

Cabe hacer un esfuerzo e intentar salvaguardar las diversas modalidades de turismo existente en nuestras comarcas y hacerlas compatibles con nuevas formulas como puede ser BCN World, que no las desnaturalice sino más bien lo contrario, las potencie, consoliden. Hay que intentar que convivan en perfecta armonía de tal forma que se consiga un equilibrio y el modelo turístico deseado que permita dinamizar y revitalizar la economía de nuestra zona.

ESTA SEMANA EN LA PRENSA ECONÓMICA

Expansión

Nintendo negocia su entrada en el sector cinematográfico

● El gigante japonés de los videojuegos Nintendo ha iniciado negociaciones con varias productoras de cine para iniciarse en el sector cinematográfico en un intento por compensar la caída de ventas en su negocio de consolas domésticas. Con este movimiento, Nintendo trata de diversificar los medios para publicitar exitosas franquicias como «Super Mario Bros.», con el objetivo de que más gente juegue a sus títulos, según los medios nipones. Una de sus primeras producciones podría ser una película de animación de Mario o de «The Legend of Zelda».

CincoDías

Apple invierte en otra fruta en China

● Apple ha invertido 1.000 millones de dólares (unos 900 millones de euros) en la aplicación de transporte Didi ChuXing, cuyo nombre en chino significa naranja pequeña. Puede que el gigante tecnológico estadounidense pueda permitirse el lujo de echar una mano a Didi en la costosa batalla contra su rival Uber, pero no está tan claro si eso le ayudará de alguna forma. Cuando la presidenta de Didi se reunió por primera vez con el consejero delegado de Apple, Tim Cook, en abril, bromeó diciendo que «una empresa que lleva el nombre de una fruta siempre puede lograr algo grande».

eEconomista

Elecnor abre un centro para vigilar los asteroides y la 'basura espacial'

● Elecnor Deimos acaba de poner en funcionamiento el centro de vigilancia de asteroides y basura espacial más importante de Europa tras la presentación de su complejo Deimos Sky Survey. La puesta en marcha de este centro, así como los dos satélites (Deimos 1 y 2) que se han ensamblado en el centro de Puertollano y vendido a Uthercast han supuesto una inversión superior a los 100 millones. El nuevo centro cuenta con los avances para desarrollar actividades de evolución, fragmentación y catalogado de asteroides además de hallar la basura existente en el espacio.

