El lujo 'made in Spain' rebajará su crecimiento al 5%

El sector también se está viendo lastrado por la inestabilidad de Cataluña

EFE
Madrid

El sector de productos y servicios de lujo español cerrará el año con unas ventas de unos 6.300 millones y un aumento interanual del 5%, casi un punto menos que el año pasado, debido, fundamentalmente, a la inestabilidad política en Cataluña, su principal plaza de ingresos con Barcelona a la cabeza. Así, en esta ocasión, el avance del sector estará apoyado en el consumo nacional, aunque la mayor parte del gasto corresponderá, un año más, a turistas y exportaciones.

Según datos de la asociación Luxury Spain, que agrupa a más de 80 compañías, el 52,5% de la facturación del sector provendrá de exportaciones, medio punto menos que en 2016; mientras que el consumo nacional aportará el 26%, un punto más, y las ventas a turistas el 21,5%, 1,5 puntos menos, a pesar de que se espera un año récord en la llegada de visitantes del extranjero.

Menos turistas

El sector crecerá un año más pero su avance no será tan notorio como en años anteriores porque se espera una bajada del turismo en en el último trimestre, dijo la presidenta ejecutiva de Luxury Spain, Cristina Martin. Detrás de ese descenso en la llegada de turistas extranjeros estarían la inestabilidad política en Cataluña y, en menor medida, los atentados terroristas registrados en agosto pasado en Barcelona y Tarragona.

Este efecto se notará, sobre todo, en Barcelona, ciudad que en los últimos años ha liderado en España el comercio de productos y servicios de alta gama y que en 2017 rebajará su cuota tres puntos, del 32 al 29% con una caída de las ventas a turistas en el tercer trimestre de un 3%.

Por su parte, Marbella (Málaga) concentrará el 26% de las ventas, el mismo porcentaje que en 2016, y Madrid el 20%, frente al 17% de un año antes. Ibiza se mantendrá en el 9% y Mallorca pasará del 6 al 8%.

Por segmentos, los artículos que mayor volumen de ventas concentrarán son los productos *gourmet* y de belleza, con 2.800 y 1.758 millones de euros, respectivamente.

Por detrás se situarán el turismo y los servicios de calidad; y moda, accesorios, joyería y marroquinería, sectores que cada vez cobran un mayor peso dentro del lujo *made in Spain*.

En todo el mundo, el 20% de las ventas de lujo se harán a través de internet, un canal que en España aún presenta gran recorrido, pues sólo el 33% de las firmas nacionales vende sus productos a través de la red, frente al 64% en el caso de las marcas internacionales.

"Cada vez más, el consumidor internacional visita nuestro país en busca de los productos españoles. De las firmas nacionales valoran su calidad, innovación y tradición", subrayó Martín.

Gasto medio de 48.000 euros

El 53,2% de las compras corresponderán a hombres y el 46,8% a mujeres, según Luxury Consulting, que en un informe revela que las renta media anual del comprador de artículos y servicios de alta gama ronda los 150.000 euros.

De media, cada comprador se gastará unos 48.329 euros, principalmente en automóviles (35.200 euros), gastronomía (2.950 euros), arte (2.842 euros), joyería (2.590 euros), moda (2.259 euros) y belleza (2.052 euros).

Las comisiones impulsan un 2% los ingresos recurrentes de la banca española

Las entidades bancarias facturaron por este concepto 6.133 millones de euros entre enero y septiembre

EFE
Madrid

La política de cobro de comisiones de la banca española, que entre enero y septiembre facturó por este concepto 6.133 millones de euros, un 8,3% más, ha impulsado los ingresos puramente bancarios de las principales entidades un 2%, hasta los 18.786 millones.

A pesar de que los ingresos por intereses de los seis grandes bancos -Santander, BBVA, CaixaBank, Bankia, Sabadell y Bankinter- en los nueve primeros meses del año se redujo un 0,8%, hasta 12.653 millones, el crecimiento de las comisiones hizo posible que los ingresos recurrentes del sector avanzaran ese 2%.

Especialmente significativo fue la mejora del 11,7% del margen de intereses más las comisiones de Bankinter, seguido del 7,1% que crecieron los ingresos propios del negocio bancario de CaixaBank.

En un informe sobre los resultados de las grandes entidades financieras españolas, la consultora Neovantas, que recopila estos datos, explica que en un entorno de tipos de interés en mínimos históricos y márgenes de rentabilidad muy bajos, la política de cobro de comisiones llevada a cabo por las principales entidades se ha convertido en un "factor determinante".

Los datos hasta septiembre muestran un perfil muy parecido a los del primer semestre, lo que "revalida la tendencia positiva del presente ejercicio", que se ha visto apoyada por la mejoría de la situación económica nacional.

Pese al desafío independentista de Cataluña, que de momento ha afectado considerablemente a la evolución del principal indicador de la bolsa española, el IBEX 35, los esfuerzos por normalizar la situación y al cambio de sede fiscal de algunas entidades está haciendo que la confianza en el sector bancario vuelva a niveles anteriores al conflicto.

Bankinter, en cabeza

Poniendo el foco exclusivamente en el repunte de las comisiones, destaca el crecimiento interanual en entidades como Bankinter, un 14,2% hasta 313 millones de euros, o de Santander España, un 13,2% más, con lo que alcanza los 1.506 millones de euros.

El presidente de Neovantas, José Luis Cortina, cree que la banca sigue con su objetivo de reducir los gastos de explotación, para conseguir así una mejora en la rentabilidad de su actividad.

La reducción de las provisiones en activos de baja calidad y el aumento de la calidad crediticia, añade, están favoreciendo positivamente la mejora del margen de explotación, que en el conjunto de los seis bancos crece un 2,3%, hasta 10.991 millones.

Destaca el esfuerzo realizado por BBVA España, que ha reducido sus gastos de explotación un 6%, y por Santander España, que lo ha hecho un 3,1%, aunque en el caso de ambas entidades sus márgenes de explotación caen un 3,3 y un 1,5%, respectivamente.

El informe llama también la atención sobre la reducción de las pérdidas por deterioro, un 8,6% agregado, hasta 2.825 millones, lo que hace que la banca haya conseguido reducir la pérdida de valor de los activos en cartera, debido a las menores previsiones para sanear crédito moroso y activos adjudicados.

Solo el 42% de las mujeres españolas cobran pensión

Su cuantía media se sitúa un 37% por debajo de la de los hombres

Emma Pons Valls
Barcelona

Solo el 42 % de las mujeres cobra pensión en España, frente al 87% de los hombres, y es de media un 37% inferior a la de éstos, denunció la doctora en Economía Júlia Montserrat en una jornada sobre pensiones dignas organizada por el Centro de Estudios Cristianismo y Justicia en Barcelona.

La economista abundó, además, en que del total de las pensiones que cobran las mujeres, dos terceras partes son inferiores al salario mínimo interprofesional, que es de 707,60 euros.

Montserrat, que es miembro del comité científico del informe FOESSA, atribuye este agravio al "papel de cuidadora" que ha tenido la mujer tradicionalmente.

La economista recordó que en 2019 entrará en vigor el llamado factor de sostenibilidad, un coeficiente que se utilizará para reducir las pensiones "en función de la esperanza de vida", un hecho que la economista considera de "injusticia total y absoluta".

"El desplazamiento de las pensiones públicas a las privadas es el objetivo", apostilló, ya que será la consecuencia lógica de mantener constante el gasto público en pensiones, en una situación de envejecimiento de la población y, por lo tanto, de aumento de los pensionistas.

El también doctor en Economía Miquel Puig augura que en 20 años en España "la población en edad de trabajar se reducirá un 7%, y la población por encima de la edad de jubilación subirá el 35%", por lo que vaticinó: "No podemos imaginar que las pensiones se mantengan".

Pese a ello, matizó que esta tendencia se podría revertir si mejora la situación económica y enumeró tres elementos que podrían hacerlo: un aumento del PIB, una disminución de la población "madura" que se prejubila, y un incremento de la productividad por trabajador.

Asempleo prevé un millón de contratos en la campaña navideña

EFE
Madrid

La campaña navideña, que comienza a finales de noviembre y se prolonga hasta enero, generará un millón de contratos, cifra un 10% superior a la de 2016, según las previsiones de la patronal de agencias de empleo Asempleo.

El presidente de Asempleo, Andreu Cruañas, explicó que el pistoletazo de salida lo dará el Viernes Negro o *Black Friday* -último viernes de noviembre- y durará hasta después de las rebajas, con el puente de la Constitución y las fiestas de Navidad y Reyes de por medio.

Un periodo, explicó, en el que empieza tirando del empleo la industria manufacturera (textil, perfumería, paquetería) para sumarse después la logística, la distribución y el empleo en comercio y hostelería. En todos los casos, se mantiene la necesidad de perfiles que apliquen herramientas digitales al puesto de trabajo.