

## LA VANGUARDIA

**Presidente-Editor:**  
JAVIER GODÓ,  
CONDE DE GODÓ

**Director:**  
Màrius Carol

**Vicedirector:**  
Jordi Juan

**Directores adjuntos:**  
Lola García  
Miquel Molina

Enric Juliana  
Àlex Rodríguez

**Subdirectores:**  
Manel Pérez  
Isabel García Pagan  
Llàtzer Moix

Enric Sierra  
Lluís Uría  
Joel Albarrán

**Adjunto al Director:** Pedro Madueño

**Redactores jefes:** Ramon Aymerich (Internacional), Jaume V. Aroca (Política), Susana Quadrado (Tendencias), Ramon Suñé (Vivir), Ignacio Orovio (Cultura), Sergio Vila-Sanjuán (Cultura(s)), Joan Josep Pallàs (Deportes), Elisenda Vallejo (Economía), Celeste López (Redacción Madrid), Mariàngel Alcázar (Casa Real y Gente), Josep Maria Calvet (Última Hora), Sílvia Colomé (Última Hora), Núria García Arenas (Diseño), Fèlix Badia (Magazine), Jordi Marqués (Marketing Digital) y Javier Martínez (Audiencias y Estrategia Digital)

**Secciones:** Plàcid Garcia-Planas (Internacional), Santi González (Política), Marga Soler (Opinión), Francesc Bracero (Tendencias), Sílvia Angulo (Vivir), Maricel Chavarría (Cultura), Juan B. Martínez (Deportes), Dolors Álvarez (Economía), Rafael Lozano (Edición), Xavier Mas de Xaxàs (Corresponsal diplomático), José María Brunet (Corresponsal judicial), Pau F. Rodríguez (Vídeos y Redes Sociales), Álvaro Mazariegos (SEO) y Màrius Fort (portadista). **Defensor del lector:** Suso Pérez  
**Consejeros de Dirección:** Lluís Foix y Josep Maria Sòria

## Repensar el modelo turístico

**E**L sector turístico español, la primera industria del país, que supone cerca del 12% del PIB, está dando señales de alerta. Aunque el 2018 ha sido el mejor año de la historia (82,8 millones de turistas que han generado casi 90.000 millones de euros), el crecimiento da muestras de agotamiento, puesto que sólo ha aumentado en un 1,1%, cuando venimos de cifras del 8,6% en el 2017 o del 10,3% en el 2016. Las causas, según los expertos, son la desaceleración de los mercados emisores (especialmente los europeos) y la mejora de los competidores de sol y playa (sobre todo Turquía y Grecia). Conclusión: es el momento de invertir para ganar en competitividad y apostar por los mercados lejanos (China, Rusia y EE.UU.) con un potencial de gasto muy superior.

¿Solamente? La idea de acabar con el turismo de sol y playa de los sesenta, que sigue siendo el modelo básico, provoca el temor de matar la gallina de los huevos de oro, aunque la mayoría ve conveniente dar un paso al frente si se quiere evitar morir de éxito. No sólo en España hay muestras de cansancio por el modelo turístico. También en ciudades tan cercanas como Amsterdam o Venecia se están arbitrando soluciones para evitar la gentrificación, la turismofobia, el deterioro ambiental o que los beneficios vayan mayoritariamente a las multinacionales y sólo en unos porcentajes muy bajos a la economía local.

Son diversos los estudios que indican que los beneficios económicos de este tipo de turismo están sobrestimados y, al mismo tiempo, infravalorados los costes para la comunidad. Veamos, por ejemplo, el caso de Barcelona. Catalunya sigue siendo el primer destino turístico español, con 19,1 millones de turistas el año pasado (el 23,1% del total español), seguida a distancia por Baleares (16,7%) y Canarias (16,6%). Barcelona es la joya de la corona, con más de 15,8

millones de visitantes (más de 12 millones, extranjeros) el año pasado y un crecimiento del gasto del 6,9%, hasta 13.400 millones de euros, a pesar de los negros augurios por los atentados de la Rambla de agosto del 2017 y de los sucesos acaecidos en octubre por el *procés*. Sin embargo, este apabullante éxito ha suscitado cierto malestar vecinal que la mayoría de las fuerzas políticas han recogido en la reciente campaña electoral como uno de los retos de los próximos años en la ciudad. Así, la diversificación del turismo del sol y playa al cultural, gastronómico, de congresos o de compras; la búsqueda de fórmulas para revertir la tasa turística en inversiones para mejorar la convivencia vecinal con el turismo y para descentralizar la presión de los visitantes en determinados barrios, o el establecimiento de un salario mínimo barcelonés adaptado a las exigencias económicas de la capital catalana son algunas de las propuestas que parece que suscitan el consenso.

Es cierto que ha habido una diversificación del turismo en España, y en la última década han aparecido propuestas de tipo cultural, deportivo, comercial, científico, sanitario o universitario que han enriquecido la oferta y el crecimiento del gasto. Pero sigue siendo el sol y playa el planteamiento mayoritario. La cuestión es que el cambio es obligado. El sector apunta a explorar los mercados de mayor potencial económico, y se habla poco del turismo sostenible que ya marca tendencia en otros competidores. Un modelo que reduzca el impacto ambiental, que promueva el consumo responsable y un desarrollo equilibrado, con beneficios que lleguen a las comunidades locales y las zonas rurales, que promueva la mejora de infraestructuras y obras de interés comunitario, así como el consumo de productos autóctonos, que cree empleo local y el desarrollo de empresas, entre otros objetivos.

## Más medios contra el delito fiscal

**L**OS delitos fiscales en España, a juzgar por los expedientes concluidos por la Agencia Tributaria, han descendido en los últimos años. Entre el 2012 y el 2017 Hacienda llevó a los tribunales a 2.413 particulares o empresas, por haber defraudado más de 120.000 euros, cifra a partir de la cual la elusión fiscal es considerada delito por el Código Penal. Dicho número es sustancialmente inferior a los 4.095 expedientes que Hacienda había trasladado a la justicia cinco años antes.

¿A qué se debe el acusado descenso de delitos fiscales en los últimos años? Para la Agencia Tributaria la explicación es que hay menos delincuentes fiscales como consecuencia de los efectos de la crisis económica y el pinchazo de la burbuja inmobiliaria.

Para la Asociación de Inspectores de Hacienda del Estado (IHE), en cambio, ello se debería a que la Agencia Tributaria pone principalmente el foco en las infracciones que no alcanzan los 120.000 euros, que son más fáciles de perseguir y de cobrar, junto con el apoyo a las grandes operaciones contra el crimen organizado. En esa tesis coincide la Asociación de Técnicos de Hacienda (Gestha), que denuncia que el 80% de la plantilla está destinado a investigar a los autónomos y a las pequeñas y medianas empresas.

La Agencia Tributaria, pese a todo, es consciente de que las bolsas de fraude más importantes se concentran en las

grandes empresas y los grandes patrimonios, para cuyo control y persecución, mucho más difícil y sofisticado, dispone de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes. En el 2017, último año del que hay datos públicos, el 42% de las actuaciones nominales de comprobación e investigación de la Agencia Tributaria fueron realizadas desde ese departamento. El resto de las actuaciones se centró fundamentalmente en la lucha contra el fraude en el IVA, clave en la detección de la economía sumergida, y en una masiva campaña contra los alquileres no declarados.

En cualquier caso, el hecho de que en el 2018 por cuarto año consecutivo la Agencia Tributaria haya ingresado 15.000 millones de euros por su labor de lucha contra el delito y el fraude fiscal, cifra ligeramente superior a la del 2017, refleja dos cosas. De entrada, la eficacia de la inspección fiscal, pese al déficit de efectivos que arrastra desde la crisis. Y, luego, que dicha cifra es la demostración más fehaciente de que hay una importante bolsa de defraudación en el país, tanto entre grandes contribuyentes como entre pequeños y medianos, contra la que hay que redoblar los esfuerzos para combatirla. Es necesario, por tanto, que desde el Gobierno, en esta nueva legislatura, se destinen los máximos medios posibles contra el delito y el fraude fiscal, tanto por la injusticia que supone como para disponer de un mayor margen de gasto público.

Joaquín Luna



## ¿Hemos venido al mundo a correr?

**Q**ué mañanita me dieron ayer las televisiones públicas! ¿Es justo que con el dinero de los contribuyentes TV3 y TVE hagan semejante apología del trote un domingo de junio? Hemos pasado de la santa misa, retransmisión que tenía su audiencia, a la liturgia del correr, tan sublimada que entran ganas de correr y no por un fin benéfico.

TV3 se pasó tres horas –se dice pronto– retransmitiendo una carrera de montaña *ligerita*: L'Olla de Núria, a buen seguro “carrera emblemática”, en cuyo trazado cubierto por medios técnicos dignos de mejor causa se mezclaban familias de domingueros con un corredor por aquí, otro por allá, hasta una meta sin épica de no ser por la entrada de la ganadora, Clàudia Sabata, con una estelada al viento.

¡Mira que les gusta la montaña a los independentistas! Yo creo que si pudieran borran el Mediterráneo...

Por su parte, TVE dedicó espacio generoso a una carrera urbana madrileña –la VI Carrera contra la Violencia de Género– en la que participó Pedro Sánchez, supongo que para “dar visi-

## Trotar por una causa y delante de las cámaras, por Madrid o las montañas catalanas, es lo más

bilidad” al drama y, de paso, mostrar su solidaridad con las mujeres que ya no participarán en este tipo de actos porque igual el Estado no hizo todo lo que debía.

Correr con causa es lo más.

Y lo mínimo, porque a ver cómo justifica uno esta moda de enfundarse unas prendas artificiales espantosas y presumir de superioridad moral por las calles asfaltadas y las montañas sin asfaltar a ritmo de trote y cara de estar cambiando el curso de la humanidad, entre ditirambos de los colegas obligados a cubrir estos actos domingueros que sólo interesan al que gana y a sus cuatro amigos y simpatizantes.

Correr es saludable. Lo que no es saludable es equiparar un ejercicio físico que provoca enajenación colectiva con las grandes gestas de la humanidad. A este paso, dentro de cinco años, alguien organizará una carrera por las verdes praderas de Normandía para celebrar los 80 años de la carnicería que salvó a Europa y en la que los corredores vendrán a ser aquellos muchachos carne de cañón. O una ultratrail en la estepa rusa en honor de los millones de muertos que frenaron el avance de los alemanes...

Un corredor es entrañable. Son hijos del viento que dan color a la Diagonal o se cascan las articulaciones subiéndolo y bajando montañas, tan místicas y patrióticas sin luz ni taquígrafos. Cuando el asunto se vuelve colectivo y se ampara en grandes causas, adquiere un regusto agrídulce. Si todo lo que vamos a hacer por la patria o la violencia de género es correr un rato y colgar en las redes las selfies de rigor...

Yo, ya me insultarán, no sentí ayer por la mañana más confort moral del que hubiese tenido si nuestras teles hubiesen plantado sus cámaras en la playa de Benidorm adornada con cartelones en la arena: “Un baño de mar solidario con el Cuerno de África”.●