

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

El gasto diario de los turistas aumentó un 1,7% en abril

J. SALVATIERRA, Madrid
Los 6,1 millones de turistas que visitaron España en abril gastaron en conjunto 5.647 millones de euros, un 4,3% más que en el mes de abril del año pasado. Sin embargo, cada turista gastó una media de 927 euros en su viaje, un 6,2% menos que en 2015. ¿Por qué se reduce el desembolso? Aunque el gasto por día sube ligeramente (129 euros, un 1,7% más), la estancia media se reduce a 7,2 días (un 7,8% menos), según la encuesta de Gasto Turístico publicada este lunes por el INE.

Es decir, en abril llegaron más turistas pero gastaron menos en su viaje completo, porque sus estancias fueron más cortas, probablemente debido al efecto del calendario: el año pasado las estancias fueron más largas en abril porque la Semana Santa cayó en ese mes.

Si se tienen en cuenta los cuatro primeros meses del año, el gasto de los turistas ascendió en conjunto a 17.900 millones de euros, un 6,4% más que en el mismo cuatrimestre del año pasado, lo que hace augurar un verano de récord de visitas y de ingresos en el sector.

La mayor parte de los turistas llegó a España por su cuenta, reservando vuelos y hoteles sin contratar un paquete turístico. Solo un 30% del gasto, unos 1.600 millones, corresponde a aquellos que vinieron con un pack contratado, mientras que siete de cada 10 euros salieron de los bolsillos de quienes viajaron por libre, reservando por separado cada servicio.

Partida de transporte

La estadística del gasto del INE incluye todos los desembolsos desde que los visitantes salen de casa hasta que llegan. Así, la mayor partida de presupuesto de los que visitaron España sin paquete turístico fue la de transporte internacional. Destinaron 1.175 millones de euros, un 10,14% más que el año pasado. En cambio, han gastado un 14% menos en alojamiento (767 millones) y un 3,3% menos en manutención, 901 millones. En ocio (incluye visitas a museos), los turistas han gastado 980 millones, un 1,79% más.

Reino Unido sigue siendo el principal país de origen de los turistas: son un 23,1% del total y su gasto aumentó el 14% respecto al año pasado. En Cataluña los turistas dejaron 1.230 millones de euros, un 21,8% del total, aunque supone un descenso del 6,3% respecto a abril de 2015. Le sigue Canarias, con 1.128 millones, un 9,25% más que el año pasado, y Andalucía, con 1.024 millones, un 17% más.



Vista parcial de la Unidad de Gestión de Seguridad de Indra en Madrid. / JULY MARTÍN

LAURA DELLE FEMMINE, Madrid
Adolfo Pedraza no es un directivo cualquiera. Unas pequeñas calaveras piratas, entramadas en una corbata de fondo oscuro, quitán solemnidad a su traje y delatan su pasado. El actual director de operaciones del CyberSOC —centro especializado en la gestión de ciberataques— de la consultora Deloitte procede del *hacking ético*, el arte de desmenujar los sistemas informáticos para descubrir sus vulnerabilidades y arreglarlas. "Detectamos unos 30.000 ataques al mes dirigidos a nuestros clientes", comenta, una cifra que no ha parado de crecer, precisa. Por ello, las empresas están apostando fuerte por la ciberseguridad, un negocio que en 2015 movió más de 60.000 millones de euros en el mundo y que se estima alcance los 150.000 millones en 2020, según las previsiones de la firma de análisis Gartner.

También en España, ante un aumento de los incidentes de ciberseguridad del 200% el pasado ejercicio, las empresas se están dando cuenta de que resulta vital apostar por la protección informática. En 2014, este capítulo de gasto se situó en 744 millones de euros y la previsión es que en 2019 alcance los 1.014 millones, un 36,3% más, según el último informe del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información y el Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe).

Miguel Rego, director general de Incibe, apunta, sin embargo, que la inversión en ciberseguridad en España podría, ya en 2015, haber alcanzado los 1.000 millones de euros: "Este negocio no está clasificado como actividad económica y es difícil recopilar los datos". Por otro lado, lamenta que faltan profesionales para satisfacer las necesidades del mercado y que las empresas todavía no asignan a la seguridad informática el peso que se merece.

Lo que sí está claro es que es necesario pisar el acelerador porque el futuro ya ha llegado. El

La inversión de las empresas españolas en ciberseguridad crecerá un 36% hasta 2019. En el mundo se duplicará en cuatro años

1.000 millones para la protección de datos

ataque al gigante tecnológico Sony Pictures en 2014 o los recientes asaltos a la plataforma bancaria SWIFT suponen solo la punta del iceberg: en apenas cinco años, el número de dispositivos conectados a la Red cuadruplicará la población mundial y alcanzará los 28.000 millones de aparatos, según el Ericsson Mobility Report. "La nevera se encargará de hacerte la compra y la televisión grabará automáticamente los programas que más te gustan", ejemplifica Gianluca D'Antonio, director del servicio de seguridad de la información del grupo FCC y presidente de ISMS Forum Spain, la asociación española para el fomento de la seguridad de la información.

La UE ha aprobado un reglamento que priorizará el gasto en este ámbito

En cinco años, 28.000 millones de dispositivos estarán conectados a la Red

Falta de concienciación de empresarios e internautas

El principal objetivo de los ciberataques es el dinero, y los ciudadanos son las presas más indefensas. Sin embargo, no parece haber cuñado en el imaginario colectivo la necesidad de proteger los datos. "La tecnología no nace segura y las empresas no se lo toman en serio", lamenta Raúl Siles, fundador y analista de seguridad de DinoSec. Adolfo Hernández, subdirec-

tor de THIBER, explica que solo en algunas grandes compañías existe un responsable de ciberseguridad que reporta directamente a la dirección general, síntoma de que falta mucho por hacer. Además, los escasos recursos con los que suelen contar las pymes, que en España suponen más del 90% del tejido empresarial, vuelven el sistema todavía más endeble.

El problema es que todas las monedas tienen doble cara: lo que nace para facilitar la vida actual puede a la vez destruirla. "A través de las redes, cualquiera se te puede meter en casa y generar un incendio", recuerda D'Antonio. En este mundo conectado, la responsabilidad de las empresas es cada vez más delicada, y los legisladores ya trabajan para evitar escenarios apocalípticos.

El pasado mayo, la UE publicó un reglamento, cuya entrada en vigor está prevista para 2018, relativo al tratamiento y circulación de los datos de las personas físicas, que obliga a poner la ciberseguridad en primera fila entre las prioridades empresariales. En particular, impone que todas las compañías que operen en el Viejo Continente cumplan con la ley europea y notifiquen eventuales incidencias y fugas de datos —lo que se conoce como *data breach notification*, ya obligatorio en otros países— a los usuarios afectados y a la autoridad competente. "El problema es que las empresas no están acostumbradas ni quieren hacerlo, porque saben que notificar un ataque tiene un coste de reputación brutal", dice Carlos Saiz, socio de Eciix y vicepresidente de ISMS Forum Spain.

Todos los expertos coinciden en que las empresas evitan presumir de sus medidas de ciberseguridad. "No es solo un fenómeno español", indica Eden Shochat, experto de la Fundación Innovación Bankinter. "Estamos mucho más orgullosos del coche que compramos que del seguro que hemos contratado para protegerlo", añade.

Para D'Antonio, la razón está en el miedo que tienen las compañías a recibir más ataques tras desvelar sus esfuerzos en seguridad. La contrapartida, sin embargo, es que se postergue aún más la concienciación acerca de un asunto que afecta a todos. "Estamos en la cultura de 'a mí esto no me va a pasar', lamenta Rosa Díaz, directora general de Panda Security para España. "Pero este mundo es digital".