

## PICOS de oro

*“El alza del euro no se debe a declaraciones del BCE y si de alguien que reconoció en Davos que un dólar débil favorece sus intereses”*

**Mario Draghi**  
Presidente del BCE

*“La nueva recesión podría llegar antes de lo que muchos creen. Será mucho más difícil pararla porque a ambos lados del Atlántico los márgenes de maniobra presupuestaria y monetaria serán muy limitados”*

**Jean-Claude Trichet**  
Ex-gobernador del BCE

*“La deuda española es tan relevante que lógicamente no necesita pagar a ninguna agencia de rating”*

**Luis de Guindos**  
Ministro de Economía y Finanzas

*“La descarbonización de la energía es imparable. No se puede hacer política con la energía”*

**Ignacio Galán**  
Presidente de Iberdrola

*“Sin industria no hay futuro, ni para España ni para Europa”*

**Mario Armero**  
Vicepresidente Ejecutivo de Anfac

*“Hemos propuesto en el Pacto de Toledo que los trabajadores puedan elegir para calcular su pensión toda la vida laboral si los últimos 25 años les perjudica por haber sufrido ERES u otras circunstancias”.*

**Fátima Báñez**  
Ministra de Empleo

*“Es el momento de aplicar políticas de incentivo a la inversión. Bien con planes renove o con hiperamortizaciones, que tanto éxito han tenido en Italia.”*

**Antxon López Usoz**  
Presidente de AFM

## ANÁLISIS en do menor



Vicky López

El mejor cliente del A380, Emirates, ha logrado sacar las castañas del fuego del programa más ambicioso de Airbus, por lo menos durante diez años más. El avión comercial más grande del mundo ha estado a punto de morir 'de éxito'. Pero la apuesta dubaití animará a otros como British con la que ya negocia.

## Corriente arábica

Las empresas aeronáuticas españolas que participan en el programa A380 de Airbus pueden respirar tranquilas, “por lo menos hasta 2030”. El acuerdo con Emirates para adquirir hasta 36 aviones del modelo comercial más grande que surca hoy los cielos, “subraya el compromiso de Airbus de construir el A380 al menos durante diez años”, manifestaron desde el gigante europeo.

Desde que se hiciera con el primer A380 en 2008, la aerolínea dubaití ha conformado la mayor flota del mundo de A380, que ya alcanza el centenar de aeronaves. Y es que sus cualidades, en cuanto a “ingeniería, tecnología y las posibilidades que ofrecen sus interiores”, lo merecen. “Este modelo constituye la mejor manera de captar el creciente tráfico aéreo mundial, que se duplica cada 15 años”, señalan desde Airbus. El pajarito tiene capacidad para volar un total de 15.200 km sin repostar y puede albergar 575 pasajeros

en dos alturas y cuatro clases. Más de 200 millones de pasajeros han probado el superjumbo europeo. Y más de 300 vuelos comerciales por día han aterrizado o despegado de alguno de los 240 aeropuertos de todo el mundo, cada dos minutos.

A enero de 2018 se han entregado 222 A380 a 13 aerolíneas y el responsable del área comercial de Airbus se muestra “convencido de que más pedidos seguirán el ejemplo de Emirates”. El propio responsable de la aerolínea dubaití ha indicado que “el pedido procura-

rá estabilidad a la línea de producción del A380”. Así lo ansían las empresas suministradoras. Las máquinas de la guipuzcoana Juaristi, por ejemplo, se han encargado del mecanizado de todos los elementos que sustentan los motores a las alas de los aviones. Mientras que Aciturri participa en el desarrollo y fabricación de diferentes modelos Airbus entre los que se encuentra el A380. ITP y Aernnova se suman al elenco de empresas que participan en este programa, cuya pervivencia peligraba. El presidente de Airbus España,

Fernando Alonso, no pudo evitar reconocerlo a primeros de octubre de 2017: “Tenemos dificultades para encontrar nuevos clientes para el A380; aunque es el mejor avión, no convence a las aerolíneas y llevamos 4 ó 5 años sin vender ninguno”. Solo unos meses antes habían presentado el A380plus para ampliar la eficiencia y el ahorro de combustible, y reducir los costos por asiento. Tras haber tenido que reducir la producción para alcanzar un equilibrio en sus

márgenes, la entrada de los nuevos pedidos de este “icono moderno” es vital. Los pedidos comerciales totales de Airbus alcanzaron los 1.109 al cierre de 2017 (731 en 2016). A diciembre, el A380 totalizaba 317, y otros 222 aviones más en operación. Ahora, negocia con British para ampliar los doce que ya tiene, y poder maximizar sus rutas con América del Norte.



Vicky López  
v.lopez@grupoxxi.com

## LIBROS



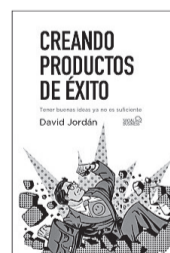
**Título:** Empresas con alma, empresas...  
**Autor:** Guillermo Echegaray  
**Edita:** Pirámide

El objetivo de este libro es encontrar el alma de las empresas con una perspectiva sistémica que ayude a ver el todo y no las partes, pero teniendo en cuenta a las personas que forman parte de ellas, creando contextos que les permitan potenciar sus virtudes individuales, sacar lo mejor de cada una de ellas y crear sinergias. Es una guía que recoge múltiples ejemplos.



**Título:** Capitalismo consciente  
**Autor:** John Mackey y raj Sidodia  
**Edita:** Empresa Activa

Los autores devuelven el capitalismo a su esencia en la presente obra. Ambos definen de forma convincente que el capitalismo es el sistema que más riqueza ha creado a lo largo de su historia, ya que entienden que el auténtico capitalismo es la única forma de crear una organización que beneficie a los clientes, empleados, comunidades, proveedores y medio ambiente.



**Título:** Creando productos de éxito  
**Autor:** David Jordán  
**Edita:** Social Business

Crear productos de éxito no es una tarea fácil. La buena noticia es que puedes recorrer de forma inteligente ese camino a través de esta guía práctica. En ella se ofrece al lector multitud de consejos, estrategias comprobadas y *workshops* para que pueda aplicarlas a sus casos particulares y, de ese modo, conseguir que su producto no sea uno más en el competitivo mundo digital.



**Título:** Marketing Turístico  
**Autor:** Francisco Javier de la Ballina  
**Edita:** ESIC

Ningún sector se encuentra tan a la vanguardia del cambio como el turismo. Nada es como era. Por esta razón, este libro pretende atender el nuevo marketing turístico que el mercado demanda. No es una cuestión de cuántas Ps, sino de disponer de herramientas modificadas o totalmente nuevas para gestionar, de forma más eficiente y valiente, el principal motor de la economía.