

«El lujo es un valor refugio; son compañías que sufren menos»

Entrevista

Xandra Falcó Presidenta del Círculo Fortuny

► La empresaria priorizará la digitalización y el turismo de calidad

CARLOS MANSO CHICOTE
MADRID

Xandra Falcó (Madrid, 1967), hija mayor del marqués de Griñón, Carlos Falcó –fallecido por Covid-19 el 20 de marzo–, asumió el pasado 1 de junio la presidencia del Círculo Fortuny, la asociación de las marcas de alta gama fundada por su padre en 2011. Falcó se formó en marketing y Empresariales en centros como ESIC y ESCP, y suma una dilatada trayectoria en la bodega familiar, Marqués de Griñón (2001-2018), de la que llegó a ser directora general y CEO. En la conversación con ABC marca sus prioridades en el Círculo: la digitalización y la promoción de España como un destino de primer orden para el turismo de calidad.

—¿Con qué ánimo asume el reto de suceder a su padre al frente del Círculo Fortuny?

—Mi padre era una persona con enorme liderazgo, innovador y enormemente culto. Por lo tanto, no hay nada que le fuera mejor que el Círculo Fortuny. Él lideró una etapa de creación en un momento difícil porque empezamos a reunirnos en 2009 y el Círculo Fortuny se funda en 2011. Al principio, solo con ocho miembros fundadores, pero él consiguió una repercusión enorme. Ahora, son 56 marcas las que forman el Círculo Fortuny. Además consiguió que entraran grandes instituciones que le dan el peso cultural al que aspirábamos como el museo del Prado. Es muy emotivo sustituir a mi padre y creo que es un momento de retos, pero también de oportunidades.

—¿Qué planes tiene para esta nueva etapa del Círculo Fortuny?

—Lo que queremos es que se identifique, a medio y largo plazo, a España como un país de excelencia y que la marca paraguas de España acompañe a todas las marcas e instituciones como pasa en Francia e Italia. En el mundo del vino, por ejemplo, Francia suma: vendes más caro por ser un vino francés. Eso es lo que queremos, que las marcas de excelencia intenten fomentar la excelencia de la Marca España en hoteles, moda y otros productos. Por



MUY PERSONAL

Lugar y fecha de nacimiento
Madrid, 28 de agosto de 1967

Orígenes familiares

Xandra Falcó es la segunda hija del marqués de Griñón, Carlos Falcó, (su madre es Jeannine Girod), fallecido el 20 de marzo por Covid-19.

Curriculum Vitae

Estudió marketing y ADE entre Madrid, París y Oxford. Directora comercial y CEO de la bodega Marqués de Griñón, entre 2001 y 2018.

Xandra Falcó

ABC

ejemplo, tenemos a personas como Fernando Caruncho que hace jardines por todo el mundo, y se le reconoce fuera, pero muchas veces dentro de España no son muy conocidos.

—Ahora que lo menciona, ¿por qué cree que pasa esto?

—No sé por qué pasa exactamente, pero es verdad que el refrendo exterior hace que triunfes más en casa,

pero creo que eso hay que intentar cambiarlo. En España podemos estar orgullosos de lo nuestro y ser los primeros en difundirlo por el mundo. Cuando representas a una marca y viajas por ahí, te das cuenta de que no tenemos nada que envidiar a las marcas internacionales.

—¿Cree que está en juego la marca país de España y su rol como destino turístico?

—El turismo es uno de los grandes retos de este año y el que viene. El Gobierno ha puesto medidas muy impor-

tantes y algunas son muy buenas. Desde el Círculo queremos potenciar más el turismo de excelencia y de valor añadido, porque es el que más deja en el destino. Es muy importante, debido a que el turista se gasta cuatro veces más per cápita en Francia que en España. —Precisamente, Madrid viene apostando por el «turismo de compras».

¿Qué va a pasar ahora?

—Creo que el lujo es un valor refugio y, dentro de lo que cabe, son compañías que sufren menos que otras. Todos estos proyectos tienen que salir adelante y Madrid, que lo está haciendo muy bien, debe seguir apostando por el turismo de calidad. Igual que Barcelona, por ejemplo.

—¿Echa de menos algo en el plan de recuperación del turismo aprobado recientemente por el Gobierno?

—Una de las cosas que faltan es el apoyo al turismo de largo recorrido. Esto es muy importante, porque creo que ahora es una de las oportunidades para reponer la imagen de España en países emisores como China. Este tipo de turismo no se va a recuperar, por lo menos, hasta mediados de 2021.

—El Círculo agrupa a un colectivo muy heterogéneo. ¿Cómo ha impactado el Covid-19?

—Lo que dicen los datos es que la caída de la facturación será de media entorno al 25%, y que no se van a recuperar las cifras de ventas de 2019 hasta 2022 o 2023 en función de cómo sea la salida de la crisis. El cuarto trimestre es fundamental para todas estas industrias.



«No se van a recuperar las cifras de facturación de 2019 hasta 2022 o 2023»

—¿Cree que está en juego la marca país de España y su rol como destino turístico?

—El turismo es uno de los grandes retos de este año y el que viene. El Gobierno ha puesto medidas muy impor-