



**Enfocados**

**José Luis Gascó**

► Catedrático de Organización de Empresas y director del Instituto de Investigaciones Turísticas

Recientemente **Exceltur** publicaba el *Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles* durante el periodo enero/abril de 2016.

También en rentabilidad 2016 será un año excelente para el conjunto de las actividades que conforman el sector turístico: alojamiento, hostelería, transporte, agencias de viajes, ocio, cultura y la parte proporcional del comercio minorista asociado al turista.

La mejora en los *ingresos por habitación disponible* (RevPAR, acrónimo de *Revenue per Available Room*) se sitúa en estos meses por encima del 10% sobre el mismo periodo de 2015, con un incre-

## LA RENTABILIDAD EN TURISMO

mento del 6,5% en el empleo.

Este incremento del RevPAR –ratio financiero fundamental en alojamiento y referencia en turismo– está motivado principalmente por la mayor ocupación, como consecuencia de «turistas desplazados» desde destinos competidores (sobre todo Turquía, Egipto y Túnez) en turismo vacacional, así como por el crecimiento del turismo de negocios y congresos en turismo urbano, y menos por el incremento de precios.

Pero seguimos teniendo trabajo por hacer y buenas oportunidades para crecer, especialmente en nuestra provincia. Para ello hay que primar la calidad sobre la cantidad, creando las bases para captar progresivamente a turistas de mayor contribución económica. Esto exige el desarrollo de inversiones imprescindibles que el sector está demandando desde hace tiempo, entre las que está el corredor mediterráneo; así como propiciar el aumento de los enlaces aeroportuarios, tal como apuntaba el presidente de AVE en

las conclusiones de la reciente Jornada de Turismo de Benidorm.

Tenemos una buena oportunidad porque pese a la mejoría global de la rentabilidad de nuestros destinos, aún estamos lejos de los mejores. Y mejorar la rentabilidad es una obligación de todas las empresas que quieran permanecer en el tiempo y, no nos olvidemos, esta es la única forma de crear empleo y mejorar su aportación social.

En destinos urbanos, frente a un RevPAR de 79,9 € en Barcelona; 60,1 en Las Palmas; 0 59,3 en Madrid; en Alicante estamos en 31,1 € y en Elche 24,0; con una media nacional de 50,9 €.

Y en destinos vacacionales, frente a un RevPAR de 100,8 € en Adeje (Tenerife); 97,2 en San Bartolomé de Tirajana (Las Palmas); 50 en Calviá (Mallorca); 48,6 en Sitges o 41,2 en Torremolinos; en Benidorm estamos en 39,0 € y en Dénia en 33,7; con una media nacional de 58,0 €.

Es cierto que no nos podemos comparar estrictamente en este primer cuatri-

mestre con Canarias en el ámbito vacacional por las diferentes temporadas; o con destinos como Barcelona o Madrid en el urbano, por las expectativas diferentes de los turistas; pero sí podríamos compararnos con Calviá, Sitges, Eivissa, etcétera, en todos los casos con un RevPAR en torno al 25% superior a nuestro destino más consolidado, Benidorm.

Tenemos, por tanto, trabajo pendiente y muchas oportunidades colaborando empresas, asociaciones, universidades, CDT's y administraciones en poner en valor los importantes recursos que, además del sol y playa, tenemos como destino; así como mostrando a nuestros conciudadanos la importancia del turismo como motor de la economía alicantina; e implantando la mejora continua como modo de gestión, tanto en lo que afecta a procesos, productos e infraestructuras, como a personas, adaptando su cualificación a las exigencias de los clientes más exigentes.

Tenemos trabajo, sí, pero aún tenemos mejores expectativas.