

Expertos en turismo colocan la escena urbana y la oferta complementaria como claves para ganar competitividad

- La capital turística acoge la jornada jornada 'El turismo: un motor en continua evolución' organizada por seis de las organizaciones empresariales más potentes de la Comunitat
- Para el presidente de Hosbec, la escena urbana sigue siendo una de la asignaturas pendientes de Benidorm

Sin una buena escena urbana y sin una oferta complementaria bien gestionada los destinos turísticos tienen poco que hacer, al menos a medio y largo plazo. Esa es una de las conclusiones que expertos en turismo y empresarios de este sector y de otros han sacado este lunes en Benidorm, donde se han dado cita en una jornada para hablar del turismo y de su capacidad como motor de la recuperación económica.

Una jornada refrendada por seis de las organizaciones empresariales más potentes de la Comunidad Valenciana (Asociación Valenciana de Empresarios, Asociación de la Empresa Familiar, la Cámara de Comercio de Alicante, COEPA, la patronal hotelera Hosbec y la Escuela de Empresarios) y que ha atraído la atención de personajes tan relevantes dentro de la economía regional y nacional como el presidente de Mercadona, Juan Roig.

Benidorm tiene esa oferta complementaria, como "no la hay en todo el Mediterráneo", según el presidente de Hosbec, Toni Mayor. Claro que lo de la escena urbana sigue siendo una asignatura pendiente. De hecho, es algo de lo que los empresarios turísticos llevan años lamentándose, porque mientras la planta hotelera se ha renovado, la escena urbana de la ciudad sigue siendo la misma que hace años o décadas, salvo excepciones muy puntuales como el Paseo de Poniente.

Pero que Benidorm no haya cambiado su cara en mucho tiempo no son los únicos *peros*. Porque según el sociólogo José Miguel Iribas en los últimos años la ciudad ha perdido y mucho. Ha perdido oferta comercial, el municipio ha sido "invadido" por tiendas de productos "chinos" y la calidad ha caído. Tampoco, a su juicio, se salva la restauración, ya que "hay muchos establecimientos" pero "uniformes". Y en la oferta de ocio "hay que hacer mucho", pero en la que hay potencial. De hecho el sociólogo considera este punto como de "importancia capital" a la hora de planificar el territorio y que en esta cuestión deberían primar los criterios técnicos sobre los políticos.

Todas estas cuestiones, según los expertos, acaban pasando factura a un destino, porque "el turismo no es una cuestión de hoteleros, sino un conjunto de servicios", según indicó Zoreda en su intervención, y si alguno falla, el destino cojea. De ahí que el vicepresidente ejecutivo de Exceltur haya incidido en la importancia de "rehabilitar" los destinos turísticos, para lo que la nueva Ley de Costas es "una gran oportunidad, y de tener una oferta complementaria "bien gestionada" que cada día "más esencial". Así, ha puesto como ejemplo las actuaciones empresariales para redefinir la oferta y concepto de las playas de Magaluf en Mallorca y En Bossa en Ibiza, que han hecho que ambos puntos mejoren de forma importante en sus índices de rentabilidad. A esta cuestión también se refirió Iribas en su turno de palabra, quien aseguró que el problema de las ciudades turísticas "es que no son maduras, sino viejas".

La jornada 'El turismo: un motor en continua evolución' dejó sobre la mesa otros temas para intentar rehabilitar los destinos turísticos que reciben al año millones de visitantes pero que no han hecho que se mantenga la rentabilidad.