

El gasto de los turistas en hoteles cae a niveles del año 2000

- Los hoteleros alertan de la escasa rentabilidad y piden más protagonismo
- **“El turismo ha demostrado ser el gasto prioritario de los europeos”**

EZEQUIEL MOLTÓ Benidorm **14 ABR 2014**

Ante la catarata de mensajes triunfalistas por parte de los responsables políticos en materia turística, los empresarios del sector se sentaron ayer en el diván de un hotel de [Benidorm](#) para hacer un diagnóstico mucho más realista. Y es cierto que [el turismo](#) va bien, pero necesita reinventarse urgentemente antes de morir de éxito.

Pero ¿se trata de llenar hoteles o se debe analizar la rentabilidad, la fidelidad del cliente o el incremento de gasto medio por turista? Sobre estas y otras cuestiones reflexionaron ayer en voz alta unos doscientos empresarios y expertos del sector que, sin apenas representantes políticos, participaron en la jornada *El turismo: un motor en continua evolución*, que organizó la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), la Cámara de Comercio, la patronal Coepa y la Asociación de la Empresa Familiar.

José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur, se preguntó si en realidad “somos una potencia” en turismo”. El sector ha crecido un 4%, pero aumenta debido a los “graves problemas de nuestros competidores”, en alusión a la inestabilidad en el norte de África o Egipto. Sin embargo, el sector pierde peso en la economía y los ingresos reales de los turistas extranjeros que visitan la Comunidad se sitúan “al nivel del año 2000, [vienen más pero gastan menos](#)”, aseguró Zoreda.

“Hace tiempo que no éramos tanta gente hablando de turismo”, se felicitó Antoni Mayor, presidente de Hosbec. Vicente Boluda, presidente de AVE, en el discurso de apertura exigió “estrategias consensuadas” que se puedan aplicar. El presidente de la Cámara de Comercio de Alicante, José Enrique Garrigós, en un tono más complaciente dijo que el éxito del turismo es “la constatación del inicio de la recuperación económica”.

Boluda exige “estrategias consensuadas” para el sector turístico

Y el presidente de Coepa, Moisés Jiménez, lamentó que el sector estuviera “denostado, como un jugador de tercera”, durante los últimos años. Pero todos coincidieron en la necesidad de tener más protagonismo en la gestión. “Hay que influenciar más en lo público para que nos hagan caso”, dijo Mayor.

Las cifras que se dieron son apabullantes. La Comunidad Valenciana batió récords el año pasado al recibir 7,2 millones de turistas, que realizaron 25 millones de pernoctaciones, de las que un 45% fueron en Benidorm. El turismo emplea a 14.000 personas, y la estancia media de los turistas es de 3,5 días. Los datos referentes a Benidorm (con 5.000 empleados y una estancia media de 5,7 días) confirman su peso como destino turístico.

Mayor, que desgranó estas cifras, incidió en que Benidorm es un destino excepcional que ha logrado romper con la estacionalidad y alcanzar una ocupación media del 75%, cuando la media valenciana es de 56%. En su diagnóstico, el presidente de la patronal hotelera admitió problemas de rentabilidad. Ya que la tarifa media diaria por habitación es de 60 euros en el conjunto de la Comunidad Valenciana (Benidorm 57,4 euros, Valencia 65,5, Alicante 59,8 y Castellón 62,8). Y los ingresos por habitación disponible son de 34,2 euros de media en la Comunidad y de 43,9 euros en Benidorm.

Por su parte, Zoreda cuestionó un modelo basado en el turismo residencial, que genera diez veces menos ingresos que los hoteles, y criticó el entreguismo a las compañías de bajo coste. “El turista que ahorra en transporte no está claro que gaste más, hay muchos estudios que confirman que consumen menos”, concluyó el representante de Exeltur que animó a los empresarios a controlar más los canales de distribución y posicionarse en la red Internet.

Y la parte teórica a la reflexión la aportó el sociólogo José Miguel Iribas, que recordó cómo el destino es más importante que el hotel para un turista, y por eso instó a mejorar la oferta de ocio. Iribas lamentó el constante “deterioro de la escena urbana de unas ciudades turísticas que son viejas, con una pobre oferta comercial y con una hostelería cada vez más uniforme”, alertó el experto.

Un turismo a la carta y posicionado en la red

“Algo falla cuando en el siglo XXI ofrecemos al turista lo mismo que el siglo pasado”, comentaba con un veterano hotelero en un corrillo en la pausa de esta jornada que se celebró en el hotel Levante Club de Benidorm.

Y es que ahora el cliente es mucho más sofisticado, está muy bien informado y sus vacaciones las planifica a su aire, a la carta. Por eso es clave que el destino y la oferta estén bien posicionados en Internet.

El sector del turismo afronta muchos retos y la mayoría son urgentes. Zoreda, en nombre de Exeltur, animó a los empresarios a ofrecer “experiencias exclusivas con las que se pueda aspirar a aumentar el gasto”, ya que la oferta complementaria es fundamental. Y puso como ejemplo, el complejo de la playa d’En Bossa en Ibiza que ha situado a la isla a la cabeza en gasto medio por visitante.

Los expertos consideran que tras años de urbanismo desaforado ahora toca rehabilitar lo construido y aprovechar las oportunidades que les brinda la nueva Ley de Costas. “Vender de todo para todos es muy difícil y bajar los precios es suicida”, aseguró Zoreda. El sociólogo Iribas también insistió en la necesidad de recuperar el espacio urbano para el turista y reconoció que uno de los problemas del sector es que el turismo “sigue en manos de los políticos que aplican criterios mediáticos y perjuicios personales”.

El presidente de los hoteleros de Benidorm aseguró que el turismo es “un todo, y no una parte solo”. “No podemos tener buenos hoteles y luego calles malas”, se quejó Mayor, que lamentó que en los años que había posibilidad de realizar inversiones no se aprovecharan para mejorar las infraestructuras y las comunicaciones. El presidente de los hoteleros se refirió también a la competencia “desleal y alegal” de algunos apartamentos turísticos que corren el riesgo de “ensuciar la imagen del destino”, y recordó que estos portales de alojamientos no reglados ya están moviendo más turistas que los cauces tradicionales. “Es como Internet, este modelo ha venido para quedarse pero deben pagar impuestos y cumplir con las normas”, dijo Mayor.