

Lloret recupera terreno, pero el nivel turístico de 2019 sigue fuera de su alcance

Opini3 | 27-07-2026 | 12:45



Lloret de Mar

Autor: Miguel Moreno, expresidente PP Lloret de Mar

2019, año prepandemia, sigue siendo un hueso duro de roer. Los esfuerzos de Lloret Turismo y de la regiduría de Turismo se muestran claramente insuficientes a fin de alcanzar como mínimo el número de pernoctaciones que hubo en el segundo trimestre acumulado de 2019

El Instituto Nacional de Estadística (INE) acaba de emitir los datos oficiales y Lloret pese a haber mejorado las pernoctaciones de 2025 (+75.868), se ha quedado a -31.716 con respecto a 2019

Para eludir el problema, la administración ha comentado en diversas ocasiones que lo importante no es cuántas pernoctaciones se produzcan, sino que los ingresos están siendo más elevados. Deberían anteponer el vocablo presuntamente, a esas aseveraciones, ya que no se corresponden con lo que el comercio en general sufre en vivo y en directo: turistas de bajo nivel económico, en su mayoría, que seguramente se mueven a golpe de bocadillo y litrona, con todos los respetos a esas viandas gastronómicas, cuya aportación económica a la restauración debe cubrir exiguamente los gastos y poco más.

Asimismo, en los comercios, no fluye el número necesario de turistas y los que compran tampoco son generosos.

No hay que elucubrar con los hechos, es suficiente salir a la calle y preguntar a los comerciantes.

El modelo turístico de Lloret se forjó hace años en volumen, no en valor, siendo uno de los

destinos con más capacidad hotelera de España. Esto significa que se primó en volumen en detrimento de la calidad. De ahí que los problemas actuales sean el resultado de los errores y decisiones que se adoptaron en el pasado: necesidad imperiosa de llenar camas, margen muy bajo por turista y dependencia absoluta del turismo masivo.

La trampa estructural está servida: hay que bajar precios para poder llenar y eso conduce inevitablemente a captar turistas de bajo poder adquisitivo. La marca se va degradando, la voz se divulga en el mercado y de nuevo hay que bajar precios. Una rueda devastadora que a su vez canibaliza a turistas del perfil que Lloret necesita.

En este período hemos podido leer en varios medios de prensa:

Altercados en zonas de ocio nocturno.

Grupo violento accedió a un local público, que estaba cerrado en ese horario, y causó daños materiales en las instalaciones siendo necesaria la intervención policial.

La práctica del 'balconing' sigue presente y pese a ser casos aislados tienen un gran altavoz.

Grupos numerosos de turistas incontrolados causan destrozos en el mobiliario urbano y su desvergüenza causa temor en los autóctonos.

La paz de los vecinos y vecinas pasa de sobresalto a susto y la convivencia es una palabra desconocida por los turistas. El Ayuntamiento dice que ha promovido acciones encaminadas a conseguir que haya armonía y respeto de los turistas hacia los vecinos y vecinas, en el espacio que comparten. pero ese logro brilla por su ausencia, año tras año.

?

Presumiblemente la oferta de Lloret está orientada a captar turistas jóvenes de Europa por lo que se promete el consumo intenso de alcohol, noches sin fin y supuestamente llegar a extremos que en otros lugares están prohibidos. Diversión por cuatro monedas al alcance de bolsillos paupérrimos. ¿De esos barrotes estos lodos.?

Escenas que se van reproduciendo año tras año. se convierten en virales y las imágenes dan la vuelta al mundo dejando una visión lamentable del municipio en el exterior.

Lloret NO tiene turismo de borrachera por casualidad. Lo ha generado su sistema económico: la oferta de ocio nocturno implica un precio bajo que a su vez necesita un volumen masivo de lo que resulta un perfil de turista de bajo valor.

Lloret tiene hoy un problema de modelo económico que hay que replantear de manera urgente auto preguntándose: qué vende: a quién lo vende y cómo lo vende. NO cambiar de modelo significa seguir atrayendo el mismo perfil de turista.

Algunos han perdido de vista que la ciudad se ha degradado y su economía es frágil. El bajo valor del turismo actual no solo genera menos ingresos, sino que acrecienta los problemas. La presión sobre los servicios públicos se incrementa; los conflictos de convivencia son una constante diaria; el espacio urbano sufre deterioros innecesarios y la consecuencia es la reducción de la calidad de vida de los lloretenses.

Con los mimbres de ahora, la economía es estacional, poco resiliente y de una precariedad extrema.

El riesgo que corre Lloret es convertirse en un destino que recibe mucho, pero gana poco. Y eso, a medio plazo, no es sostenible.

?Zapatero a tus zapatos?, dice el refrán, y en un silencio atronador los ciudadanos piden a la administración municipal, por enésima vez, que se ponga las pilas, sea humilde y lleve a cabo sesiones de trabajo efectivas y prácticas con los que más saben de este negocio, por experiencia, y que son los profesionales de la hostelería, restauración y comerciantes.

Se trata de establecer un plan estratégico potente, entre todos los que saben, dotándolo de los recursos económicos necesarios para hacerlo viable y recuperar el Lloret de Mar de antaño, rescatando su esencia indiana, marinera y de apacible villa de verano que teníamos antes del boom turístico de masas.

Lloret de Mar fue el icono turístico internacional de la Costa Brava y tenemos la necesidad imperiosa de que lo vuelva a ser.

Autor: Miguel Moreno, expresidente PP Lloret de Mar