

La otra cara del turismo en Lloret: los clientes siguen llegando, pero dejan menos dinero

Opinió | 25-10-2026 | 21:46



Turistas / GN

Autor: Miguel Moreno ? Expresidente del PP Lloret de Mar

Las pernотaciones alcanzan el nivel de 2019

Ahora que se ha conseguido alcanzar el punto de inflexión con 2019, en lo que a pernотaciones se refiere, el gobierno municipal de Lloret de Mar defiende que la ciudad ha dejado atrás la carrera por aumentar el número de visitantes y que en este momento su prioridad es mejorar la calidad del turismo y generar más prosperidad para la población. Perfecto, aunque una cosa no está reñida con la otra.

El gobierno de Lamelas reconoce, por fin, que el perfil de los turistas que desde hace varios años recalán en Lloret de Mar no es el que la ciudad necesita y por lo tanto es urgente cambiar el modelo actual de borrachera por el turismo familiar y de poder adquisitivo más elevado.

Los negocios en dificultades

La restauración se ha pronunciado describiendo las dificultades económicas por las que atraviesan las cuentas de una parte del sector y muchos se preguntan, ¿de qué sirve mantener la actividad turística si los negocios locales cada vez obtienen menos beneficios?

Restaurantes, bares y cafeterías sostienen que este año el volumen de clientes ha sido similar al del año pasado, pero aseguran que la rentabilidad ha empeorado.

No faltan necesariamente visitantes, sino la capacidad para transformar esa afluencia en mejores resultados económicos.

Más clientes no garantiza más riqueza

Los turistas han reducido su gasto medio. En cambio, los costes de los establecimientos siguen aumentando. Alimentos, suministros, salarios e impuestos se han encarecido de manera desorbitada y presionan las cuentas de los establecimientos reduciendo sus beneficios.

Combinación diabólica que pone de manifiesto una realidad que no puede ignorarse: tener las calles llenas no significa, por sí solo, que la economía local funcione mejor.

El número de visitantes es un indicador, pero no el único. Importa mucho cuánto dinero gastan, cuánto de ese dinero se queda en Lloret, qué rentabilidad obtienen los empresarios y qué estabilidad económica consiguen los trabajadores.

Por eso, el debate sobre el modelo turístico no debería quedarse en declaraciones, sobre la calidad o la transformación de la destinación. El gobierno municipal está obligado a controlar y analizar también sus resultados concretos sobre el terreno.

Del discurso institucional a los resultados

Si el objetivo municipal es conseguir un turismo que genere más prosperidad, resulta necesario comprobar si esa estrategia está dando los frutos esperados. ¿Se está haciendo? Si es así, ¿dónde están publicados?

La restauración necesita condiciones que permitan mantener sus negocios, afrontar el aumento de los costes y obtener una rentabilidad suficiente. También necesita que la actividad se desestacionalice y no se concentre casi exclusivamente en los meses de mayor afluencia.

En este contexto, sería razonable que el Ayuntamiento ofreciera datos sobre la evolución del gasto turístico, la duración de la temporada, la rentabilidad del sector y el impacto económico real de las políticas que está aplicando.

No basta con afirmar que Lloret quiere crecer en valor. Hay que demostrar que ese cambio se traduce en mejores resultados para quienes mantienen abierta la persiana de sus negocios y que son el auténtico motor de la economía de la ciudad.

La riqueza es el verdadero éxito turístico

Una vez más, porque no lo consigue, Lloret tiene por delante el reto de consolidar un modelo que atraiga turismo familiar y visitantes con mayor poder adquisitivo como único formato que producirá un mayor gasto en la economía local y generará actividad durante más meses al año. La economía, los negocios y el empleo no pueden seguir supeditados a cuatro-cinco meses de actividad en el año.

La cuestión central es si la transformación anunciada, en el caso de que se esté aplicando, está mejorando realmente la situación del tejido empresarial o si, por el contrario, persisten problemas que requieren nuevas medidas por parte del gobierno municipal.

El éxito turístico debe medirse por la riqueza que generan las personas que llegan, los negocios que pueden mantenerse abiertos y las oportunidades que quedan en Lloret durante todo el año.

Porque un destino puede mantener su atractivo y registrar una gran afluencia, pero si esa actividad no se traduce en rentabilidad y prosperidad para su economía local, el modelo todavía tiene cuestiones importantes que resolver.

Es muy preocupante que cada año cuando finaliza la temporada alta el gobierno municipal despierte de su letargo y anuncie ¿qué? va a hacer, pero no ¿cómo? piensa hacerlo.

Los negocios están al límite por lo que no basta con buenas intenciones.

Acción inmediata para asegurar la certeza de futuro

El gobierno municipal, con el alcalde en primera línea, y Lloret Turismo, deben de inmediato establecer un plan de acción con una estrategia depurada que sea capaz de lograr lo que el Ayuntamiento acaba de defender ¿Un modelo turístico basado en generar más valor y prosperidad.?

Es al gobierno municipal y a Lloret Turismo a quienes corresponde hacer lo necesario con el fin de conseguir que Lloret de Mar genere negocio durante al menos diez meses al año. La economía de la ciudad, el tejido empresarial y el empleo no pueden sobrevivir trabajando cuatro-cinco meses al año. Lloret debe recuperar el esplendor y la imagen de marca que tuvo hace años cuando fue el icono del turismo internacional de la Costa Brava.

En ene26, en FITUR, Adrià Lamelas presentó el plan estratégico de Lloret de Mar con las líneas maestras que iban a definir el futuro de la ciudad. Los resultados de turismo 2026, ¿responden a las líneas estratégicas contempladas en el plan?

El tejido empresarial se ha pronunciado, ¿por primera vez?, lanzando un SOS lastimero que se puede interpretar como: o esto cambia o posiblemente habrá que bajar persianas en breve.

Autor: Miguel Moreno ? Expresidente del PP Lloret de Mar