



**Balance de la ocupación y la actividad turística durante
los meses de julio y agosto**

La facturación hotelera en Barcelona cae un 14% este verano

La institución alerta que Barcelona está perdiendo reputación internacional

El Gremi d'Hotels reclama que las Instituciones trabajen para relanzar la marca Barcelona

La entidad lamenta los episodios incívicos de este verano, que han contribuido a proyectar una imagen negativa de la ciudad

El presidente del **Gremi d'Hotels de Barcelona**, Jordi Clos, ha presentado los datos de ocupación de los hoteles de Barcelona correspondientes a los meses de julio y agosto. Durante el mes de julio, la ocupación fue del 91%, lo que representa una disminución del 0,7% respecto al año 2017. El precio medio de las habitaciones fue de 150 euros, cantidad que supone un descenso del 7 % en relación al año anterior. Y durante este mes, la facturación cayó un 7,31%.

Con respecto al mes de agosto, la ocupación se situó en el 88%, lo que representa un descenso del 1% en relación al año 2017. El precio medio de las habitaciones fue de 135 euros, lo que significa una reducción del 19% respecto al año anterior. Y la facturación sufrió un descenso del 20%.

Durante los meses de julio y agosto, la media de pérdida de facturación fue del 14%, viéndose especialmente afectadas las categorías de lujo, con una caída que se situó en el 18,5%.

En el acumulado del año, de enero a agosto, la ocupación se sitúa en un 81,5%, lo que representa un 2,5% menos que el año 2017. Y el precio medio es de 134,47 euros, un 7,3% menos que el mismo período del año pasado y, con una disminución de la facturación del 9,6%.

Barcelona pierde reputación turística

Para el presidente del **Gremi d'Hotels de Barcelona**, Jordi Clos, las cifras registradas este verano y otros factores confirman el diagnóstico que la institución ya hace meses que está haciendo. Clos ha señalado que Barcelona está perdiendo su reputación turística basándose en tres indicadores importantes: los artículos en medios internacionales que se hacen eco de los conflictos relacionados con la actividad turística; las advertencias de países como EEUU, Reino Unido, Alemania y Canadá sobre los riesgos de viajar a Barcelona durante los próximos meses y la pérdida de posiciones de la capital catalana entre las ciudades mejor valoradas del mundo, tal como queda reflejado en el informe anual de City Recibe Trak, donde Barcelona ha pasado del octavo lugar al decimoquinto.

El presidente del **Gremi d'Hotels de Barcelona** ha explicado que esta pérdida de reputación es fruto de la suma de diferentes factores. Por un lado, en el marco de la actuación municipal se concretan en el posicionamiento negativo del consistorio hacia la actividad turística de la ciudad; en el incremento de la inseguridad; en la proliferación de las actividades ilegales; en el aumento de las actitudes incívicas en las calles y en la falta de limpieza en diferentes espacios públicos.

Aparte de estos elementos, Clos ha apuntado otros factores que también han contribuido a la pérdida de reputación de la capital catalana, como la inestabilidad política, las huelgas del aeropuerto de este verano y los atentados de hace un año.

Repaso de los incidentes de este verano

Jordi Clos ha repasado los incidentes más destacados que han tenido lugar este verano en Barcelona, reafirmando que han sido hechos que se podían haber evitado. Episodios como la agresión de un vendedor del top manta a un turista estadounidense, el aumento de los robos de relojes de lujo a las puertas de los hoteles, el incremento de las bandas de ladrones organizadas y la proliferación de comportamientos incívicos han contribuido a dar una imagen negativa de Barcelona a los ojos de la opinión pública internacional.

El **Gremi d'Hotels de Barcelona** también ha lamentado la situación insostenible, producto del incivismo que se ha vivido este verano en diversos barrios de la ciudad, especialmente en la Barceloneta. En este sentido, Jordi Clos ha destacado que "las movilizaciones que se han producido en este barrio han sido contra los comportamientos incívicos y no contra el turismo".

El reto de relanzar la marca Barcelona

Ante este escenario, el **Gremi d'Hotels de Barcelona** ha hecho un llamamiento al Ayuntamiento de Barcelona y al resto de instituciones para relanzar la marca Barcelona. En opinión de Jordi Clos "no hay que inventar nada, lo único que hay que hacer es gestionar bien la ciudad con una estrategia y un proyecto claro y ambicioso, imponiendo un cambio de criterio respecto a los sectores turísticos y de ocio, para ayudarles a desarrollar su actividad".

En opinión de Jordi Clos, "la ciudad ha de generar una oferta de alta calidad, intentando no aumentar la oferta turística de nivel bajo, que conlleva el crecimiento de turismo que no nos interesa".

El presidente del **Gremi d'Hotels de Barcelona** insta a que el 100% del impuesto turístico se destine a la promoción de la ciudad de Barcelona. Según Clos, "esto no significa sólo ir a buscar gente sino también utilizar los recursos para tener ordenada la ciudad".

Para más información:

INTERPROFIT

Montse Fernández Molas / Benito Badrinas

montse.fernandez@interprofit.es / benito.badrinas@interprofit.es

Tel.: 93 467 02 32