

OPINIÓN

Hoteles de interior: calidad y rentabilidad

JUAN ARAGONÉS SIGNES *

Todas las tendencias apuntan hacia el desarrollo del turismo de interior. El turismo de *sol y playa* está en crisis, al menos en su modelo y concepción tradicional. Parece ser que con el devenir de los años la geografía valenciana se poblará de hoteles de interior: instalaciones hoteleras de dimensión reducida que siendo respetuosas con el medio ambiente, aprovechan sus fortalezas y ofertan un producto singular y personalizado, en donde el viajero se siente como en su casa.

Las instituciones públicas están por la labor de fomentar el desarrollo del turismo de interior. El ITVA está construyendo un buen número de instalaciones hoteleras en enclaves con atractivos turísticos claros y a través de ellos pretende fomentar una oferta turística que dé respuesta y favorezca una demanda creciente de turismo *diferente*. Día a día se incrementa la inquietud por este tipo de oferta turística singular. Tanto es así que en los últimos años hemos podido observar un buen número de escritos y manifestaciones en defensa del desarrollo del turismo no convencional: agroturismo, turismo cultural, turismo de interior, senderismo, turismo de aventura, etc. Sin embargo, muchos olvidan que cada una de estas instalaciones turísticas debe funcionar como una empresa y como tal, hacer compatible la necesaria calidad, consustancial con la oferta, con la no menos importante rentabilidad. Y aquí nos encontramos con el primer problema importante a resolver: cómo rentabilizar un hotel de 25 habitaciones, con un nivel de ocupación del 50% en el marco de una instalación impecable (150 millones de inversión), con una calidad esmerada y a un precio por habitación y días de 5.000 pesetas... Es difícil. A corto plazo los turistas de interior no están dispuestos a pagar precios superiores por una mayor diferenciación. Son turistas acostumbrados a convivir tan en contacto con la naturaleza que no les importa



El turismo de «sol y playa» está en crisis, al menos tal y como se entiende el modelo tradicional

dormir en la tienda de campaña... Si el inversor desea mantener niveles adecuados de calidad en la oferta y en la instalación, los números no salen para remunerar al gestor y recuperar la inversión... Por esta razón, entre otras, el ITVA fomenta la creación de instalaciones hoteleras de calidad, en sustitución del inversor privado. Cediendo con buen criterio, la explotación del hotel a un gestor privado.

No obstante, si se desea permanecer en el sector y que la oferta privada crezca en consonancia con la demanda, es necesario hacer más

atractiva la oferta para el inversor o gestor privado. Hoy los números no salen. Un buen número de hoteles de interior promocionados por inversores privados están teniendo dificultades para mantener sus instalaciones porque no son rentables. Es lógico, un hotel de 25 habitaciones no puede pagar el suelo de un director... Ni soportar una inversión superior a los cien millones si se financia con recursos ajenos... Los números no dan para tanto. ¿Cuál es la solución? La están experimentando en otros países y en algunas áreas del Estado español: que la gestión de la instalación hotelera esté en manos de una familia que resida en el hotel e integrar el hotel en una red hotelera que permita economizar costes y obtener servicios diferenciales a un coste competitivo. *La familia* aporta singularidad a la oferta turística, favorece la reducción de costes al compartir la vivienda con el hotel y hace de contrapeso a la tendencia que suele tener la cadena de intentar estandarizar la oferta. *La red hotelera* aporta dimensión, servicio, y favorece la gestión del coste. Siendo de suma utilidad para obtener la dimensión crítica necesaria para subsistir en un mercado que a corto y medio plazo no está dispuesto a pagar más precio por una oferta diferencial de calidad superior. La red hotelera es eficaz, sobre todo, si es capaz de integrar, y por ende estandarizar, sólo aquellos aspectos de la gestión interna que no afectan a la oferta turística: central de reservas, marcas, actividades para el viajero, formación, compras de productos no perecederos, servicios empresariales, etc.

El resto está en hacer rentables estas instalaciones para que con el tiempo puedan subsistir por sus propios medios: que sean atractivas para el inversor privado e interesantes para el gestor profesional que puedan ver en ellos una fuente de enriquecimiento profesional, económico y social.

*Presidente de Naturhotel Corporación G&C.

EC

N

JUAN CAR

El proce:
bros de la
Hacienda a
IVA que inc
tas afectar
puestos o
los interese
las agencia

En el ca
compras q
las tiendas
munitarios.
(unas 14.00
la facturaci
tes intracor
servicios de
entre paíse
mite elimin
IVA fuera de

En la nu
proveedor
bio del pag
to al impue
Esta cantic
aplazamien
con los inte
estarán suje

Por últim
fuertemente
cienda que
operadores
agencias de
paquetes de
tual en los d
tas, y así e
aunque no l

varlas. Por
mento que
se trasladar
ley para evi
ventaja con
que el turis
vendría apo

Es una pé
errores no s
y que lo nor
judicial en c
de impuest
a proveedor
que esperar
Luxemburg
*Pte. Asoc

CONSULTORIO FISCAL Y LEGAL Servicio de asesoramiento de la firma Aster Corporación



C/ GORGOS, 9 · 46021 VALENCIA
TEL 96/ 393 40 00 FAX 96/ 360 11 11

es el caso de la consulta planteada, tiene la consideración de retribución en especie del trabajo. Así se desprende del artículo 26 de la ley 18/1991, de 6 de junio, reguladora del impuesto sobre la renta de las personas físicas, que define como tales «la utilización, consumo u obtención, para fines particulares de las

este último, a no ser que se traten de rendimientos obtenidos en Ceuta o Melilla, en cuyo caso el porcentaje mínimo sería del 7,5%.

Para el trabajador, el incremento de patrimonio que le supone la entrega de acciones, tendrá la consideración de renta irregular ya que, según establece el artículo 50 de la Ley de

estar disponibles en la delegación de Hacienda que me corresponde. ¿Qué hay de cierto en todo ello? Por otra parte, si en un trimestre no tengo cuota a ingresar, ¿debo presentar el modelo de pago a cuenta independientemente de ello?—C. J. T.

Respuesta: La ley 24/1992 de 22 de octubre

ejercicios anteriores completar un período de doce meses.»

«Dos. Los cuenta... también realizarse, a objeto pasivo, sobre la base imponible del período de los nueve y once períodos de cada uno de los