

La lucha de precios entre hoteles lastra su rentabilidad

● El ingreso por habitación disponible se sitúa en 28 euros ● La igualdad de tarifas beneficia a los cuatro estrellas que suben un 10% su ocupación

MARTA CASADO BURGOS

La guerra de precios entre los hoteles parece no tener fin en Burgos capital. El objetivo es llenar y desde el inicio de la crisis, con la caída del turismo nacional, mercado potencial de la ciudad, los precios se desplomaron en una ciudad con una oferta que supera las 3.000 plazas hoteleras. Esas tarifas han empezado a recuperarse en el año 2015, según el 'Barómetro de la Rentabilidad de los Destinos Turísticos Españoles' elaborado por **Excetur**.

Según este estudio la tarifa media diaria (ADR) por habitación ha subido un 1,3% en el último trimestre del año respecto a 2014. Pero no es suficiente. La rentabilidad media de habitación disponible se sitúa en 28 euros por plaza. Esta cifra es la 38 del país y la cuarta más baja de la región. Por debajo de la rentabilidad de los hoteles burgaleses están Soria (23,8 euros), Palencia (27 euros) y Ávila (27,9 euros). La provincia de la región donde la hotelería obtiene un mayor rendimiento por habitación es Segovia con 33,2 euros. «Burgos es una ciudad atípica por la

A día de hoy a penas hay diferencia entre los hoteles de cuatro estrellas y lo de menos categoría en la capital burgalesa en lo que a precios se refiere pero sí atendiendo a la calidad. De ahí se explica que los establecimientos hoteleros de cuatro es-

trellas sean los que han tenido un mejor comportamiento el pasado ejercicio. De esta manera han mejorado sus precios en el último trimestre un 4% en la tarifa diaria por plaza al situarse en una media de 58 euros. Han experimentado un aumento

de la ocupación del 10,2% llenando un 54,6% de plazas de media durante el pasado año. Los hoteles de mayor categoría han incrementado además la rentabilidad por plaza en un 14,6%, por encima de la media provincial, y que asciende a 36,1 euros.

LOS DATOS

28,1 €

Rentabilidad media por habitación alcanzada en los hoteles burgaleses en 2015. Sube un 12,4%, por encima de la media nacional, respecto al año 2014.

53,5 €

Precio medio por habitación de hotel en la capital burgalesa. Esta tarifa oscila entre los 57 euros de un cuatro estrellas a la media de 47 de un tres estrellas.

52,7%

Nivel de ocupación de las más de 3.000 plazas hoteleras existentes en Burgos. Oscila entre el 62,2% de un cuatro estrellas y el 54% de uno de tres.

La tarifa diaria varía en diez euros entre los hoteles de cuatro y tres estrellas

competencia de tarifas que hay entre hosteleros que deberían tratar de superar», señala el presidente de la Federación de Hostelería de Burgos, José Luis López. Señala que la caída de precios por plaza es la solución a la que se vio abocada el sector en una capital bien conectada, con recursos turísticos de sobra pero a quien se le van los turistas a pernoctar a otro lugar.

Para evitarlo, la fórmula en los años de la crisis fue ajustar al máximo los precios. Dando lugar a «una rentabilidad más que discutible porque mientras se bajan los precios de la oferta, los intermediarios no han hecho más que subir los suyos». Para José Luis López estos bajos precios no enganchan al visitante. «No creo que ninguno elija venir a Burgos porque las tarifas son bajas, sino que es la promoción la que les hace venir y luego aprovecha la buena oferta hotelera de la que dispone por la mitad de lo que estaría dispuesto a pagar en otra ciudad como San Sebastián», resume.



La rentabilidad por habitación sube hasta los 36 euros en hoteles de cuatro estrellas pero baja en 26,5 euros en los de tres. ISRAEL L. MURILLO

La reserva on line, con comisión

El peaje de los hoteles para poder estar presentes en las reservas que los turistas hacen a través de internet está entre el 10% y el 20% del gasto

MARTA CASADO BURGOS

El turismo ahora se la juega el todo por el todo en internet. «Si no estás en la red no existes» reconoce el presidente de la Federación Provincial de Hostelería de Burgos, José Luis López. Estas alertas de ofertas de habitación permiten alargar la visita a la ciudad, a los restaurantes y comercios de la zona y generar actividad. Pero estar

ahí no es gratis. Los portales de internet se llevan una comisión por la intermediación on line realizada entre el establecimiento hotelero y el cliente que oscila entre un 10 y un 20% del gasto realizado a través de la reserva on line. Una cantidad, que según López, abona solamente los hoteleros que están ahí presentes. «Es una comisión que tenemos que realizar porque tienes que

estar pero que beneficia a todos no sólo a los hoteles», señala. Una cantidad que los hoteleros piden que «se considere ya como un aportación que los hoteleros realizamos a la promoción en la red de la ciudad porque se nos pide implicación económica pero esto no se tiene en cuenta», destaca.

En cuanto a las herramientas de promoción, como la integración de

El precio en hoteles de menor categoría apenas difieren en diez euros, según el indicador de **Excetur**, pero refleja un incremento de la ocupación del 5,3% ascendiendo al 54% y una rentabilidad por habitación que apenas supera los 26 euros de media experimentando una mejora del 3%, 11 puntos porcentuales menos que los hoteles de mayor calidad.

A pesar de esta situación cabe destacar que la rentabilidad media ha subido un 12,4%, por encima de la media nacional (11,5%). Es el vigésimo cuarto mejor resultado de un ranking de RevPar que está encabezado por Ávila donde el aniversario del Nacimiento de Santa Teresa ha permitido incrementar el beneficio por habitación en un 44,5%.

Esta ligera mejoría experimentada en Burgos en precios ha permitido que la plantilla dedicada a este sector haya crecido un 8,1% hasta situarse en 1.894 puestos de trabajo activos en la capital. Una situación de empleabilidad que va ligada al incremento de cuota de negocio que empieza a encajar números positivos y «esperemos que la situación internacional que es mala, la nacional que no es mejor, no nos rompa la racha», sentencia José Luis quien confía en seguir creciendo en 2016.

un Convention Bureau en el que la Federación de Hostelería realizaría aportaciones económicas y en la que se quiere implicar a más sectores profesionales que se benefician del turismo, no hay problemas. «Todo sigue según nos confirmaron en la reunión con todos los partidos políticos a principios de año». Respecto a su puesta en marcha, «es algo que no corre prisa puesto que la Oficina de Congresos sigue funcionando, también los entes de promoción y cómo se ha prorrogado el presupuesto de 2015 de forma automática tienen sus fondos para seguir trabajando», señala José Luis López.