



Vista del W Hotel de Barcelona. / CARLES RIBAS

Los hoteles de lujo lideran la recuperación del sector

LUCA COSTANTINI, Madrid
 El sector hotelero español vive una clara recuperación. El crecimiento del número de reservas en segmentos de alta gama atestiguan un cambio de tendencia respecto a un modelo turístico anterior enfocado hacia las ofertas y los bajos precios. En

ocho años, el número de reservas de clientes extranjeros en hoteles de cinco estrellas creció casi un 50%, pasando de las 450.000 de enero de 2008, a las 896.000 de este enero. En el lado contrario, los hoteles de inferior categoría registraron cifras negativas.

El turismo depende de la macroeconomía, y la crisis padecida en los principales países emisores de visitantes —sobre todo Francia, Alemania, Inglaterra e Italia— obligó a los hoteleros a responder con fuertes descuentos. Esta estrategia sirvió para salvar los muebles, pero ahora la meta es recuperar clientes y el nivel de ingresos anterior a la crisis. Por ello, los grupos hoteleros intentan repositionarse, a la vez que señalan la necesidad de atraer turistas dispuestos a quedarse más y a pagar más como una de las asignaturas pendientes.

En cuanto a las reservas, los datos son positivos. En 2015 llegaron a España más de 69 millones de turistas y solo en enero de este año el conjunto de los hoteles españoles logró la mayor subida en un mes de enero desde 1999, encadenando 18 meses al alza. Respecto al volumen de pernoctaciones, en particular en el caso del público foráneo, los hoteles de lujo tiran del sector con crecimientos de un 50% respecto a 2008, el año en que se desató la crisis. El crecimiento de la ocupación hotelera en establecimientos de cuatro estrellas también fue notable, pasando de 3,5 millones de alojamientos de 2008, a 5,1 millones el año pasado, un 30% más. Otro segmento, los hoteles de tres, dos y una estrella, vieron en cambio reducirse el número de sus reservas, alcanzando incluso porcentajes negativos. Y en los de una estrella, las reservas bajaron un 10%.

Para explicar el fenómeno, Ramón Estalella, secretario general de la patronal Cehat, menciona varias causas: “Los precios de hoteles de alta gama se han mantenido competitivos, sobre todo en

grandes urbes, que a la vez han mejorado su atractivo turístico. Los destinos de vacaciones se han visto, además, favorecidos por la inestabilidad geopolítica de competidores como Egipto, Turquía o Túnez. Pero podemos decir que el sector ha hecho los deberes”.

Alfonso Castellano, director del grupo Petit Palace, formado por 32 hoteles de cuatro y cinco estrellas ubicados únicamente en las grandes ciudades, reconoce que en España se asiste a un cambio de ciclo donde cada vez más prima la calidad hotelera sobre la ganga: “Hemos estado enganchados durante mucho tiempo a una cultura dependiente de la intermediación de los touroperadores,

ofreciendo camas al estilo marca blanca. Pero ahora nos hemos dado cuenta de que es necesario ofrecer a los clientes elementos diferenciales si queremos atraerlos”. Petit Palace facturó el año pasado 65 millones y Castellano subraya la importancia de invertir para actualizar la oferta a nuevos estándares de calidad.

NH y Meliá, las únicas cadenas cotizadas, han decidido seguir la senda de la inversión y del repositionamiento. La primera —que regresó a beneficios el año pasado por primera vez en cuatro años— cifra su inversión en 237 millones para los tres próximos años. “Hay una toma de conciencia de que es necesario atraer a visitantes que gasten más dinero. Y, por ello, hay que dejar atrás la imagen de un país de cerveza a un euro”, explica Hugo Rovira, director general de NH para España, Portugal y Andorra. En los hoteles de la marca de alta gama del grupo, NH Collection, hay un 80% de clientes extranjeros. “El alto *standing* es el que mejor aguanta el cambio de ciclo”, asegura.

“A largo plazo es el formato más sostenible”, señala Gonzalo González, asesor del fondo Oak Hill y autor del libro *Evolución y retos del sector hotelero en España*. El incremento en las reservas en los hoteles de mayor nivel es una buena señal, pero no debe sorprender: “Cuando un país progresa económicamente, además de llenarse de turistas, debe buscar a visitantes que generen más valor en los segmentos altos del mercado”. Y concluye: “Una de las asignaturas pendientes consiste en repositionar los hoteles de cuatro y cinco estrellas, y esto implica invertir. Es lo que toca ahora”.

Precios más altos y más turismo urbano

La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada es de 73 euros, un 1,9% más que en enero de 2015, según datos del INE.

Por categorías, la facturación media es de 158 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 78 euros para los de cuatro y de 55 para los de tres. El crecimiento de la rentabilidad del turismo urbano creció un 8,7% respecto al año anterior, según Exceltur. Por primera vez, a cierre del año pasado los ingresos de la hotelería urbana se situaron por encima de los niveles previos a la crisis: 55,7 euros por los 54,7 de 2008.