

# Inquietud por los precios hoteleros

● Touroperadores y aerolíneas avisan de que el incremento del 8% registrado en España puede desviar a otros destinos la llegada de extranjeros ● La patronal turística afirma que los precios son más bajos que en Europa

SILVIA FERNÁNDEZ MADRID

No será el Brexit quien, al menos de momento, hiera de muerte la burbuja del turismo en España. A corto plazo podrían ser los precios hoteleros los que la pinchen. Puede que incluso ya este mismo verano.

La rentabilidad hotelera en España está por encima de la media europea. Según un estudio de STR y Magma Consulting, el precio medio de los hoteles se elevó un 7,8% en 2016, superando los 108 euros de media y permitiendo un incremento del ingreso por habitación del 11,6%.

El crecimiento de precios en el sector hotelero español lleva varios años marcando una tendencia al alza, superior a la de otras ramas del turismo. Ello se debe, según el vicepresidente de la patronal turística Exceltur, José Luis Zoreda, a que «los precios venían de niveles muy bajos y es razonable que haya cierta homologación con Europa». «Tenemos los alojamientos probablemente más competitivos de Europa».

Pero este incremento de los precios en España se está convirtiendo en noticia en el Reino Unido, nuestro principal país emisor de turistas, con 17,8 millones de visitantes en 2016. Calcula el diario británico *The Independent* que un paquete a Lanzarote para una familia de cuatro miembros, a principios de agosto, cuesta 456 libras (536 euros), mientras que otro similar a la isla griega de Creta saldría por 422 libras (496 euros) y por tan sólo 382 libras (449 euros) a Marmaris (Turquía).

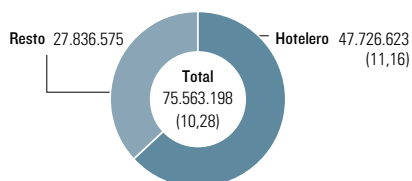
Ante esta tendencia, el touroperador Thomas Cook, el segundo más grande del Reino Unido, está diversificando su oferta de destinos vacacionales para los británicos. Según el citado diario, la compañía justifica parte del incremento del 9% en el precio de sus viajes combinados en los aumentos de las tarifas hoteleras en España. Si a todo esto le sumamos la debilidad de la libra tras el anuncio del Brexit, está claro que hay países que vuelven a ganar puntos frente a España. «Las reservas a Grecia están aumentando en más del 40%, y la demanda de destinos como Chipre, Bulgaria, Portugal y Croacia también es fuerte», aseguró el director ejecutivo de Thomas Cook, Peter Fankhauser, en la última presentación de resultados.

Con estos datos sobre la mesa, Thomas Cook ha optado por ampliar su estrategia de venta de viajes a nuestro país. Estudia reducir la capacidad de su oferta en España e incluso algunos medios han recogido que dejará de enviar turistas a los hoteles españoles. Pero eso no significa que no vayan a enviar turistas a España, porque «sigue siendo nuestro mayor destino a media distancia y muy popular entre los clientes»,

## LA DEMANDA HOTELERA DE LOS TURISTAS EN ESPAÑA

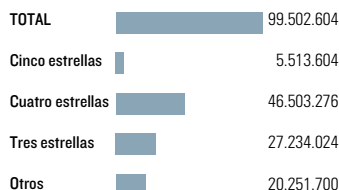
### TURISTAS SEGÚN ALOJAMIENTO PRINCIPAL

Tasa de variación anual entre paréntesis en %  
 Datos en personas



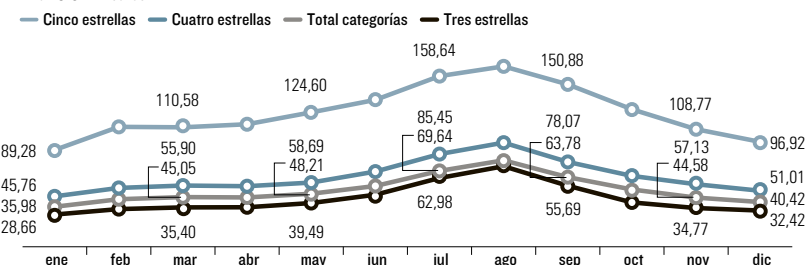
### NÚMERO DE VIAJEROS SEGÚN LA CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO

Datos en personas



### INGRESOS POR HABITACIÓN DISPONIBLE

Año 2016 En euros



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística.

Rebeca Sánchez / EL MUNDO

## UN ENERO MEJOR Y CON MÁS NOCHES EN APARTAMENTOS

España superó en enero el máximo histórico del año pasado con 3,9 millones de turistas extranjeros, lo que supone un aumento del 10,7% con respecto al mismo mes de 2016, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur), elaborada por el Instituto Nacional de

reconoce un portavoz del touroperador a este periódico. Por ello, «este verano nuestro plan incorpora enviar el mismo número que el año pasado», afirma, y «recibir 4,5 millones de reservas a España este verano, incluyendo Baleares y Canarias».

Independientemente de que han «visto un incremento del 6% al 8%

Estadística (INE). El Reino Unido siguió siendo el principal mercado emisor, con 796.181 turistas, lo que representa el 20,4% del total y un incremento del 15% respecto al primer mes del año pasado, sin efecto del triunfo del 'Brexit'.

Sin embargo, las pernотaciones realizadas en alojamientos turísticos extrahoteleros – apartamentos, campings y viviendas de turismo rural – sobrepasaron los 5,7 millones en enero. Esto

en los costes hoteleros para este año», matiza que no creen «que los hoteleros españoles se estén aprovechando; sabemos cómo funciona el mercado y nuestros socios españoles han actuado razonablemente». Por ello, en principio, añade, si enviarán este año «a sus clientes a muchos hoteles españoles».

supone un aumento del 6,1% respecto a un año antes.

No obstante, los precios subieron. El Índice de Precios de Apartamentos Turísticos (Ipat) aumentó un 4,5% respecto a enero de 2016. La tarifa «touroperadores» y agencias de viajes, que tiene el mayor peso de la estructuras de ponderaciones este mes (60,1%), subió un 4,7%. El turismo rural también está al alza: creció un 5,4% y su índice de precios marcó un 2,8% más.

Pero, además, Thomas Cook centrará su negocio en los paquetes vacacionales de calidad y, por tanto, en el segmento acorde del mercado hotelero. Comprende hoteles de cinco y cuatro estrellas y en 2016 fue el que mayores estancias medias registró, con 3,57 noches, en ambos casos, frente a la media de 3,32 (INE).

«España reúne todas las condiciones, incluidas las hoteleras, para aspirar a un turista del segmento alto, y está obligada a ello», afirma Zoreda. Este cambio puede contribuir al propósito de España de convertirse en un destino de turismo de calidad, que se centre más en el gasto que los turistas realizan que en su número.

Precisamente eso es algo muy codiciado en destinos como Baleares, donde registran excesos de ocupación (un 79,5% en el conjunto de 2016, según el INE) y el Índice de Precios Hoteleros se situó 1,4 decimas por encima del alza en el conjunto del país. «En las zonas de sol y playa está habiendo no sólo importantes esfuerzos en inversiones hoteleras sino también en infraestructuras públicas», señala el vicepresidente de Exceltur. «El futuro turístico en España no está en competir con precios bajos ni en número de turistas».

El aumento de plazas aéreas con destino España ha ayudado a la llegada de más turistas. Pero desde Ryanair –la primera aerolínea por volumen de pasajeros en España– con-

Las reservas para Grecia desde Reino Unido se han disparado un 40%

Para Exceltur el futuro no es competir con precios bajos ni en número de llegadas

sideran que la competitividad de sus precios bajos podría ser insuficiente para prolongar los buenos datos.

Kenny Jacobs, director de Marketing de la aerolínea, avisa de que el incremento descontrolado en precios de hoteles y restaurantes puede lastimar el crecimiento turístico. «Hemos visto que muchos consumidores dicen: 'Madre mía, el mismo hotel en Tenerife cuesta este año un 20% más que el pasado' o los restaurantes en costa Adeje costaban lo mismo que en Dublín...». Por lo que, pese a llenar sus aviones a bajo precio, el mayor coste de los servicios en el destino podría acabar desviando la elección final de los viajeros.

Exceltur discrepa. «Los precios no serán un freno en la medida en que nos esforcemos por dar más valor añadido a los destinos», asegura Zoreda. «El camino hacia un turismo de mayor calidad, aunque pueda reducir algo el número de visitantes no nos debe preocupar siempre que los que lleguen incrementen el gasto».