

TURISMO

Los hoteles disparan un 25% sus precios en un verano de récord

Los establecimientos multiplican por cuatro sus pernoctaciones en mayo, pero el negocio aún está un 7% por debajo de los niveles prepandemia

DAVID PAGE
Madrid

Tras dos años de parón por la pandemia del covid-19 y por las restricciones para combatirlo, el turismo por fin acelera y aspira a una recuperación plena en su primer verano de normalidad pospandemia, a pesar -al menos de momento- de la gran incertidumbre económica provocada por la invasión militar de Rusia sobre su vecina Ucrania.

El sector turístico anticipa una temporada alta estival con una demanda disparada y en la que se da por hecho que se superarán los ni-

veles de negocio previos a la pandemia. Al calor de la reactivación, los hoteles españoles están consiguiendo subir sus tarifas en pleno boom de la demanda de turistas tanto nacionales como extranjeros y empujados también por el alza de los costes provocada por la escalada de la inflación.

Los establecimientos hoteleros subieron sus precios un 24,5% en mayo en relación al mismo mes del año pasado, hasta alcanzar unos ingresos medios por cada habitación ocupada de 95,3 euros por noche, según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de

Estadística (INE). El sector ya supera con holgura los precios que ofrecía antes de la pandemia: en mayo de 2019, el ingreso medio por habitación y noche fue de 82,64 euros, un 15% por debajo del nivel actual.

Índice de precios hoteleros

Un indicador clave en el sector turístico para medir la evolución real del negocio y de la rentabilidad es el ingreso por habitación disponible (RevPar), que sirve para calibrar tanto precios como ocupación.

Los hoteles españoles elevaron su RevPar en mayo hasta los 60,90 euros, con lo que consiguen más

que los registros del año pasado (+131%) y superan en un 11% el nivel registrado en el 2019 prepandemia. En paralelo, el índice de precios hoteleros (una suerte de IPC elaborado por el Instituto Nacional de Estadística para el sector de los alojamientos) presenta un incremento del 22,1%, lo que supone 22 puntos porcentuales frente al mes de mayo del año pasado y 7 puntos menos que la tasa registrada en el mes anterior.

En mayo, los hoteles sumaron un total de 29,8 millones de pernoctaciones, con lo que multiplicaron por cuatro los datos del año pa-

sado, aunque aún se sitúan un 7% por debajo de los niveles prepandemia (32 millones de pernoctaciones en mayo de 2019).

En lo que va de año, el sector hotelero ha conseguido multiplicar casi por cinco las pernoctaciones en relación a los primeros cinco meses del ejercicio pasado.

En el último año, la reactivación del turismo se ha venido sosteniendo por el aumento de la demanda de los clientes españoles, pero la mejora de la demanda del turista internacional ahora está sirviendo para consolidar la recuperación.

Los turistas españoles realizaron el mes pasado un total de 9,9 millones de pernoctaciones, más del doble que hace un año. Las pernoctaciones de los viajeros internacionales, por su parte, escalaron hasta 19,8 millones, multiplicando por ocho los niveles del mismo mes del pasado año.

Enorme asimetría

Las grandes empresas del sector turístico han venido alertando de que el aumento de la actividad irá acompañado de una enorme asimetría en los resultados financieros, porque el incremento de la demanda no va a traducirse en una mejora de la rentabilidad para todas las compañías por el golpe de los sobrecostes provocados por la inflación desbocada (hasta el 8,7% en mayo) y por la dificultad de algunas compañías de trasladar los rápidamente a sus tarifas.

Desde Exceltur, el lobby que agrupa a una treintena de los mayores grupos turísticos del país (entre ellos, Meliá, NH, Iberia, Globalia, Riú o Amadeus), se anticipa que «están pudiendo elevar sus tarifas las aerolíneas y los hoteles que tienen una marca potente y que están consiguiendo eludir la intermediación y pueden vender directamente al consumidor».

Pero otras muchas están asumiendo el golpe del alza de costes sin poder repercutirlos enteramente. Según el último informe trimestral de Exceltur, de media las compañías del sector solo podrán trasladar al consumidor apenas una cuarta parte de los sobrecostes operativos que soportan, un 26,3% del total. ■



Román Ríos / Efe

Un complejo turístico en Chiclana de la Frontera (Cádiz).