



Más de la tercera parte de los empresarios hoteleros se queja de pérdida de beneficios

La patronal argumenta que el exceso en oferta de plazas "ha obligado" a reducir tarifas

DIEGO NARVÁEZ, Málaga

La clientela de los hoteles andaluces crece, pero los beneficios que obtienen disminuyen. Según la organización patronal Exceltur, el 38,4% de las empresas del sector

consiguieron durante el primer semestre del año menor rentabilidad económica que en el mismo periodo de 2004, en tanto que otro 37,2% mantuvo niveles similares. La incesante apertura de nuevos hoteles

ha endurecido la competencia y, según Exceltur, ha obligado en muchos casos a la reducción de precios, una política que la propia patronal siempre ha considerado que puede tener efectos indeseables.

Para Exceltur, organización a la que pertenecen 29 de los principales grupos turísticos españoles, en Andalucía existe una "clara situación de sobreoferta de plazas hoteleras", especialmente en el litoral, donde los hoteleros se quejan además de un "infrenable proceso urbanizador". Y alegan que no se trata ya de un problema de pérdida de clientes para los hoteles que prefieren alojarse en viviendas ya sean propias, alquiladas o prestadas, sino que está en juego el futuro del turismo porque "se están intensificando los problemas de congestión y masificación en algunos de los principales destinos turísticos andaluces".

Los hoteleros se sienten afectados por determinados cambios de hábitos de los turistas, como las reservas de última hora propiciadas por el uso de Internet, que les dificulta la planificación y a veces les obliga a sacar ofertas a precios reducidos. O también la creciente tendencia de los turistas extranjeros a utilizar líneas de bajo coste y a usar el alojamiento residencial que, además, lleva asociado un menor gasto en el lugar de estancia.

Para mantener niveles rentables de actividad, los hoteleros aseguran que se han visto "abocados a un esfuerzo de reducción de precios". Según los datos de Exceltur, el 47,2% de los establecimientos redujo tarifas en el primer semestre, el 34,3% mantuvo las del año anterior, y un 18,5% las aumentó.

Los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) señalan sin embargo que el Índice de Precios Hoteleros en Andalucía aumentó en el primer semestre un 2%, medio punto más que la media española, y que el ingreso



Varias personas entran ayer en un hotel de Benalmádena (Málaga). / JULIÁN ROJAS

medio por habitación ocupada creció un 2,4%. Los hoteleros matizan que una cosa es la tarifa oficial, por la que se guía el INE, y otra la tarifa real, ya que las estadísticas no consideran los descuentos y las ofertas, y por tanto no miden el precio que realmente se cobra al cliente.

Competencia internacional

Exceltur llama además la atención sobre la difícil situación de competencia internacional, no ya solo por la pujanza de nuevos destinos en el Mediterráneo, sino por la facilidad que la

paridad entre el euro y el dólar ofrece a los europeos para viajes transoceánicos, sobre todo al Caribe y a Asia.

Con todo, las expectativas de los hoteleros andaluces no son precisamente pesimistas. Una encuesta entre sus asociados con la que Exceltur mide cada trimestre el grado de confianza del sector sitúa este indicador en junio en un -4,4, el mejor índice desde el segundo trimestre de 2002, y desde luego a una distancia abismal del -42,5 de hace un año.

En los últimos años distintas instancias públicas y privadas han llamado la atención sobre

la desproporción entre el aumento de la oferta de nuevas camas y la demanda de clientes, lo que se ha traducido en un constante descenso de los índices de ocupación de las plazas. La media de ocupación de los primeros seis meses del año fue del 46,72%, con una pérdida de 0,68 décimas respecto al primer semestre de 2004. El descenso acumulado desde el año 2000 es de 7,5 puntos. Actualmente existen en Andalucía 235.077 plazas hoteleras, un 6,7% más hace un año, y un 33% más que en 2000, pero desde entonces las estancias sólo han crecido un 14%.