EL PAIS.es

AGO.06.043

El sector turístico deja atrás la guerra de precios y vive el mejor verano desde 2001

Industria alienta la subida de tarifas de los hoteles tras los retrocesos de los últimos años

A. MARS / C. PÉREZ - Barcelona

EL PAÍS - Economía - 14-08-2006

La deflación es uno de los problemas más temidos de la economía. El sector turístico ha vivido su particular guerra de precios en los últimos años, ante la presión de la competencia internacional al sol y playa españoles. Pero vuelven las subidas. Hoteleros, agencias de viajes y touroperadores viven una de las mejores campañas de los últimos años, con un aumento medio de las tarifas hoteleras del 5%, superior a la inflación por primera vez desde 2001 y sin apenas ofertas de última hora. El crecimiento del turismo extranjero, del 6% hasta junio, apunta a un nuevo récord este año, tras los 55,6 millones de turistas de 2005.

Los hoteles de Barcelona han subido sus tarifas un 7% este año. La patronal hotelera estima el incremento medio en España en torno al 5%, una apreciación refrendada por los últimos datos de inflación, que atribuyen al turismo y la hostelería un avance del 4,6% interanual en julio, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Son tres cifras que resumen un cambio de tendencia: se trata de las primeras subidas por encima de la inflación desde el año 2001, e incluso el Gobierno -tradicionalmente muy comedido respecto al aumento de tarifas- aplaude el final de la guerra de precios de los últimos años. El secretario general de Turismo, Raimon Martínez Fraile, está convencido de que el sector turístico atraviesa un momento dulce: "Los precios se están poniendo al nivel de lo que se corresponde con la calidad de la oferta española".

José Guillermo Díaz Montañés, presidente de la Confederación Española de Hoteles, opta por la prudencia. Ese punto de inflexión en lo relativo a los precios, asegura, "permite sacar pocas conclusiones respecto a lo que puede suceder en adelante, porque difícilmente se pueden mantener subidas del 5% cada año". "Pero en todo caso responde a la fuerte demanda de España como destino internacional y sin duda mejora la rentabilidad del sector", apostilla.

Rentabilidad elevada

Esa presión de la demanda impulsa los ingresos del sector turístico, que llevan años creciendo por encima de la inflación, pese a que el sector hotelero se haya quejado tradicionalmente de un deterioro de las rentabilidades por la caída del gasto por turista. Para Martínez Fraile, estas afirmaciones tienen mucho de tópico. "Las empresas hoteleras obtienen rentabilidades muy elevadas, de dos dígitos, una tasa muy superior a la de otras actividades", explica.

Las grandes cifras reflejan una mejora de los márgenes tanto para los hoteleros como para las agencias de viajes y los touroperadores, pero al acercarse a los casos particulares la dicha va por barrios. Sol Meliá reconoce subidas de precios medios tanto en los hoteles vacacionales como en los urbanos. En los primeros, la fuerte demanda ha hecho que prácticamente no existan ofertas de última hora -un denominador común del sector en la campaña de este año- y ello impulsa los precios y la rentabilidad. En el caso urbano, la mayor ocupación unida al alza de viajes de negocios y por congresos han contribuido al encarecimiento.

Para el grupo de los Escarrer, 2006 está resultando especialmente positivo, ya que "se recuperan ocupaciones y precios y hay una mayor afluencia de clientes alemanes en Canarias y Baleares, de británicos en la Costa del Sol y Baleares y un gran aumento de la clientela española en todas las zonas", afirma un portavoz de Sol Meliá. El *lobby* Exceltur, sin embargo, subraya el estancamiento de la demanda nacional en los últimos meses, tras unos años en los que ha sido el motor de crecimiento del sector.

Pero no todas las grandes cadenas españolas tienen la misma percepción respecto a las tarifas. Para Riu Hotels, "es la mejor campaña desde 2001 en términos de ocupación y por tanto de número de clientes, pero no en términos de tarifas promedio e ingresos totales, debido a que los precios han crecido menos que la inflación", señala un portavoz.

Bajada real
Entre 2001 y 2006, Riu ha aplicado subidas inferiores a la inflación. "En términos reales nuestras tarifas son hoy más económicas que en 2001", según la misma fuente. No obstante, el grupo ha elevado precios en zonas como Baleares, cerrando así el ciclo de declive que se inició en 2000.

Barceló siempre ha tratado de huir de las guerras de precios. "El grupo lleva ya varios ejercicios, y éste especialmente, en los que las tarifas no han sucumbido a la presión de las ofertas", señalan fuentes de la cadena. Esa tendencia conlleva una mejora de la rentabilidad, aunque "en algún caso" también ha supuesto la pérdida de puntos de ocupación.

La campaña 2006 está resultando la más positiva para el sector desde 2001. A la recuperación del turismo extranjero y el avance de los precios se han unido una cierta anticipación en las reservas, a diferencia de los últimos años, y una menor relevancia de ofertas de última hora. "Y todo eso redunda en una mejora de la rentabilidad", según el presidente de la patronal hotelera, José Guillermo Díaz Montañés.

El Gobierno no ha visto con buenos ojos el recorte de precios de los últimos años. El secretario general de Turismo asegura que las cadenas españolas "nunca" deben reducir sus precios: "Hay que hacer una apuesta por la calidad y que el turista pague por ella". Además de la competencia de otros destinos emergentes en Europa, la "sobreoferta" hotelera ha sido uno de los factores determinantes en la guerra de precios. Para Martínez Fraile, el supuesto exceso de establecimientos constituye otro comentario recurrente en el sector, pero que no se justa a la realidad.

El gran reto de la industria es elevar el ingreso medio por turista, que este año podría caer el 3,5%, según Exceltur. Martínez Fraile argumenta que el gasto medio por turista ha bajado porque la duración de los viajes también se reduce. "El dato relevante es el gasto por turista y día, y ése va por buen camino", agrega.