

Turismo

La rentabilidad media hotelera se redujo 5 puntos el año pasado

Un informe de Ernst&Young afirma que los hoteles urbanos son los que más sufrieron el recorte de precios y de ocupación

FERNANDO PASTOR

■ MADRID. La rentabilidad media de los hoteles españoles se redujo el año pasado en unos 5 puntos, a causa de una subida real de las tarifas prácticamente neutra -lo mismo que la inflación- y una reducción de la estancia media de los visitantes extranjeros, según las estimaciones provisionales realizadas por los técnicos del sector turístico.

El último estudio de la consultora Ernst&Young sobre la industria hotelera española situaba en torno al 13 por ciento de las ventas el margen medio de los hoteles de tres a cinco estrellas, los más numerosos en España, si bien con unas grandes diferencias en cuanto a precios e ingresos entre los hoteles vacacionales y los urbanos.

En términos generales, el recién nombrado secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, Ramón Estalella (anterior presidente de Zontur), justifica la caída de márgenes e ingresos en el sector por la nueva forma de viajar que tienen los turistas, más informados que nunca y que retrasan al máximo la decisión. Eso obligó durante todo el año pasado a realizar ofertas de última hora para mantener o, en su caso, evitar caídas de la ocupación.

El viernes próximo se conocerá el dato final de Índice de Precios Hoteleros del año 2003, que apunta a un incremento cercano a la inflación del 2,6 por ciento en que



EN RECEPCIÓN. Los hoteles urbanos son los más afectados por la caída de rentabilidad.

ARCHIVO

INGRESO MEDIO GLOBAL POR ESTANCIA		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	SEPT. 2003
3 estrellas	Urbano	65,98	63,68	68,13	69,54	77,24	66,67	68,62	60,43
	Vacacional	26,94	28,82	29,93	28,55	29,18	32,39	33,75	33,59
4 estrellas	Urbano	70,91	75,68	76,69	80,05	82,10	82,65	82,94	73,68
	Vacacional	44,81	49,73	50,06	48,74	50,31	49,93	54,31	55,84
5 estrellas	Urbano	117,32	118,84	100,84	107,51	143,56	131,58	140,94	112,85
	Vacacional	104,11	121,86	125,38	112,03	122,77	131,05	138,88	127,93

cerró el año, es decir, prácticamente la mitad que un año antes. Así, el ejercicio ha sido neutro en general, pero muy dispar en cuanto a zonas y tipos de hoteles.

Según el avance de Ernst&Young, con datos hasta septiembre, los establecimientos vacacionales lograron mantener precios y ocupación, excepto los de más lujo (cinco estrellas), mientras que en el caso de los hoteles urbanos se puede asegurar que los precios se recortaron más de un 12 por ciento el año pasado y las ocupaciones cayeron cerca de un 10 por ciento.

Esas diferencias entre un tipo y

ESTANCAMIENTO
Los precios hoteleros suben en 2003 prácticamente lo mismo que el IPC y la mitad que el año anterior

otro aumentan a medida que baja la categoría, hasta el punto de que los expertos de la consultora aseguran que el año pasado "los hoteles de tres estrellas vacacionales se dedicaron de lleno al turismo de masas, con ingresos medios de 33

euros por habitación", prácticamente la mitad que los hoteles urbanos de esa misma categoría.

El negocio de los hoteles españoles pasó el año pasado por un año de transición, en el que el número de turistas extranjeros fue prácticamente el mismo que en 2002, pero con las miras puestas en una nueva oferta de mayor valor añadido que atraiga de nuevo al visitante extranjero y evite la caída paulatina que sufre el alojamiento hotelero frente a la amplia oferta extrahotelera que hay en España.

Esa situación se produce, además, en plena expansión del nego-

cio por parte de operadores nuevos -inversores de otros sectores-, que esperan una recuperación del sector, hasta alcanzar los niveles de los años 1999 y 2000, después de los dos siguientes ejercicios de crisis y el año de transición que se produjo en 2003.

Lejos de ver clara esa opción, desde la alianza de grandes empresas turísticas Exceltur se lanzó la voz de alarma a finales del año pasado por la sobreoferta que se puede producir en algunas zonas, sobre todo en los grandes núcleos urbanos y en los puntos clásicos del sol y playa, si se llevan a cabo todos los proyectos previstos. Desde esta organización advirtieron que los aumentos de demanda que son necesarios para garantizar una ocupación mínimamente rentable del 50 por ciento, pueden ser inalcanzables, con un ritmo de expansión anual del número de camas superior al 6,5 por ciento.

El ejemplo más clásico de esa saturación es la crisis que sufren las Islas Baleares, que acaparan la cuarta parte de todo el turismo español, pero llevan dos años de caída en precios, rentabilidades y ocupación. La menor llegada de alemanes de alto poder adquisitivo en términos comparativos dejó ver la debilidad de ese mercado.

El negocio se ha podido mantener en 2002 y 2003 gracias a la fuerte llegada de turistas británicos, pero la fortaleza que el euro presenta en la actualidad frente al dólar y a la libra empeora de nuevo los augurios de los técnicos del sector, que temen una fuerte caída -de hasta el 30 por ciento- en la entrada de británicos este año. La esperanza que existe es que se recupere al mismo tiempo, aunque sea ligeramente, el mercado alemán, valuaré tradicional del turismo español.

El informe de Ernst&Young destaca la fuerte caída de ingresos de los hoteles de 4 estrellas en Madrid, superior al 42 por ciento en los últimos tres años así como un gran descenso de la rentabilidad de los hoteles de cinco estrellas, hasta el 6 por ciento.