

ECONOMÍA

La rentabilidad de los hoteles cae un 50% pese al 'boom' turístico

- La patronal advierte: «También nosotros estamos en crisis»
- Los precios medios son ahora similares a los de la post Expo
- La facturación de un hotel medio ha caído un 33 por ciento desde 2008
- Han subido los impuestos, sobre todo el IBI, y también los suministros



Sevilla recibe más turistas pero sus hoteles son menos rentables que nunca: entre un 50 y un 60 por ciento. La paradoja, certificada en un estudio de la Asociación de Hoteles de Sevilla (AHS), se explica en la progresiva bajada de precios desde el inicio de la crisis, que ha conducido a una espectacular caída de la facturación, cifrada en un 33 por ciento en el periodo 2008-2013. La patronal hotelera matiza la euforia de los responsables políticos: el boom turístico es real, pero no se traduce en mejores resultados para el sector y, por tanto, tampoco en el empleo.

El estudio, elaborado mediante encuestas a una treintena de hoteles de dos a cuatro estrellas, establece un modelo tipo de hotel sevillano -cuatro estrellas y 140 habitaciones- que sirve para analizar la realidad del sector. A partir de este modelo ficticio, que representa a la media de los establecimientos sevillanos, se obtienen datos muy significativos sobre la evolución del sector hotelero sevillano en los años de la crisis.

El más espectacular, el desplome de la facturación en un 33,48 por ciento, desde los 3,7 millones de euros que habría facturado el hotel modelo en el año 2008 a los 2,5 millones del año pasado. Los precios están hoy en niveles similares a los de la post Expo, cuando se hizo una brusca revisión a la baja.

En paralelo, también baja la ocupación media anual -del 65 al 59 por ciento-, pero en unos niveles mucho más atenuados. La conclusión es evidente: la rentabilidad del establecimiento tipo -es decir, la media general- es muy inferior a la de hace seis años.

Evolución del sector hotelero de Sevilla 2008-2013. Hotel tipo

AÑO	OCUPACIÓN	FACTURACIÓN	RENTABILIDAD	PLAZAS HOTELERAS	PLAZAS EN APARTAMENTOS
2008	65,28%	3,76 millones	54,7 euros	24.720	1.750
2009	59,07%	3,13 millones	45,6 euros	25.569	1.584
2010	60,51%	3,13 millones	43,7 euros	26.100	2.587
2011	63,97%	3,10 millones	46,3 euros	25.453	2.816
2012	59,76%	2,73 millones	42,7 euros	27.033	4.113
2013	59,58%	2,50 millones	42,0 euros	27.410	4.391

Fuente: Estudio de la Asociación de Hoteles de Sevilla. Los datos corresponden a un hotel tipo de 4 estrellas y 140 habitaciones. La facturación está expresada en euros. El número de plazas se refiere a toda la provincia.

Un informe externo, el de Exceltur, confirma estos datos de la patronal hotelera sevillana. El índice TrevPar, que mide los ingresos totales por habitación disponible -incluidos todos los servicios adicionales- refleja una caída desde los 73,65 euros por habitación ingresados en 2008 a los 49 euros de 2013.

Esta progresión maldita -más turistas, menos ingresos- se ve también alimentada por un considerable aumento de los gastos, especialmente en algunos apartados. Por ejemplo, el de la energía eléctrica, que ha subido un 63 por ciento en los últimos cinco años, lo que ha obligado a muchos hoteles a adoptar medidas de ahorro. El agua, según los datos de la OCU, ha subido un 25 por ciento. El gas, un 20 por ciento.

Los costes salariales se han visto incrementados en torno a un 11 por ciento en el periodo 2008-2013, circunstancia que la patronal vincula con la sentencia del TSJA relativa a los convenios de 2008 y 2009, cuando el IPC real resultó inferior al previsto.

El estudio también refleja el «efecto distorsionante» de la subida del IVA, que, según la patronal, han acabado asumiendo en gran parte los establecimientos como consecuencia del redondeo del precio a la baja. Otros impuestos, como la contribución, la tasa de basura o la de vado han acumulado subidas del 19,3 por ciento, 9 por ciento y 7,8 por ciento, respectivamente.

El presidente de la patronal hotelera sevillana, Manuel Otero Alvarado, subrayó ayer la importancia de estos datos, que contrastan con la satisfacción general por el incremento del número de turistas. «Aunque pueda parecer lo contrario, también nosotros estamos en crisis», señaló Otero, que advirtió del riesgo de que, ante la presencia de un boom turístico, «alguien pueda pensar que los hoteles no necesitamos apoyo ni iniciativas culturales y económicas que contribuyan a mejorar los resultados».