

Los hoteles leoneses, entre los que mejor han soportado la crisis en todo el país

Sólo en tres provincias los ingresos de los establecimientos de tres a cinco estrellas cayeron menos que en León, donde además la oferta se ha multiplicado

MARÍA JESÚS MUÑOZ | LEÓN

■ Los hoteles leoneses de entre tres y cinco estrellas han soportado la época de crisis económica con unos resultados que, aunque son negativos, están muy por encima de la media. De hecho, los ingresos del sector durante el peor ejercicio de la crisis (el 2009) se redujeron en la provincia en menos de un 5%, frente a una media nacional de más del 18%. Una circunstancia en la que influye tanto el descenso en los precios de las habitaciones como el incremento de la oferta de plazas hoteleras (la facturación se calcula por número de habitaciones disponibles). El caso es que sólo tres provincias (Lugo, Salamanca y Santander) registraron descensos en sus ingresos menores que los de los establecimientos leoneses; en un ejercicio en el que únicamente Cádiz y Soria consiguieron recaudar más.

Así se desprende del primer *Barómetro de Rentabilidad de los Destinos Turísticos*, publicado por el cluster de empresas turísticas agrupadas en Exceltur. Un informe que refleja que en la provincia el ingreso medio por cada habitación disponible fue el año pasado de 37,5 euros, sensiblemente por debajo de los 51,3 euros de media en el país y lejos de los casi 74 euros que ingresan por cada habitación que ofrecen los hoteles de Barcelona.

En el caso de los establecimientos leoneses, los que registraron una mayor caída en sus ingresos fueron los de cuatro estrellas, que los vieron reducidos en un 6,5% (la media nacional superó el 18% de caída). En cambio los de tres estrellas sólo redujeron sus ingresos un 1,2%.

Desde el sector se apunta que la crisis ha llevado en los últimos meses a ofertar los hoteles de cinco estrellas a precios de cuatro, un «efecto cascada» que se ha ido trasladando a los establecimientos de categorías inferiores. Son en todo caso los hoteles de mayor nivel los que registran mayores descensos en su facturación.

En cualquier caso, los empresarios hoteleros hacen hincapié en un cambio cualitativo: «Los destinos que han venido trabajando en los últimos años en la inversión y el posicionamiento en productos de ocio diferenciados, el cuidado de los espacios turísticos, la renovación de la planta alojativa y muy especialmente el control de la construcción de nueva oferta, se han defendido mejor frente a los avatares de la crisis».



Las escapadas cortas a destinos urbanos, como León, han vuelto a recuperarse. JESÚS

Dormir en León cuesta 32 euros menos al día que en Barcelona

■ Barcelona y San Sebastián son las dos ciudades más caras en lo que a alojamientos hoteleros se refiere, y pese al descenso de precios registrado en las dos el año pasado continúan a la cabeza en el ranking de precios por habitación, por delante de Madrid. En el caso de Barcelona, la tarifa media diaria de sus hoteles de más de tres estrellas es de más de 106 euros. Lo que quiere decir que dormir en la capital catalana cuesta al día 32 euros más de media que hacerlo, por ejemplo, en León, donde el precio ronda

los 74 euros de media (algo menos de 70 en los hoteles de cuatro estrellas y poco más de 50 euros en los de tres estrellas). A nivel nacional el precio medio por habitación en los hoteles urbanos ronda los 88 euros.

La ocupación, asignatura pendiente. En lo que sí están los hoteles leoneses por debajo de la media nacional es en el grado de ocupación: el año pasado se ocuparon la mitad de las plazas disponibles, casi un 10% menos que la media del conjunto del país; y 20

puntos por debajo, por ejemplo, de Barcelona.

Así las cosas, la rentabilidad del sector es menor que la media en León: los establecimientos leoneses ingresaron el año pasado una media de 37,5 euros por cada habitación que tienen en el mercado, frente a los más de 51 euros de rendimiento que se sacaron por plaza en el conjunto del país. Y ello a pesar de que León fue una de las grandes beneficiadas por los viajes de proximidad a los que se han aferrado los españoles durante la crisis.

Recuperación previa al receso

Análisis | M. J. MUÑOZ

Los primeros meses del 2010, especialmente la primavera, han permitido a los hoteles urbanos de León un incremento en las pernoctaciones del 11%, lo que sitúa a la ciudad como la décima con mayor crecimiento en el que se está consolidando como uno de los grandes potenciales de turismo provincial. Los empresarios advierten sin embargo que la recuperación del sector en el primer semestre, «que ha tenido mu-

cho que ver con los incentivos al gasto desde las administraciones públicas», pueden cambiar radicalmente en los próximos meses. «Ahora los profundos planes de recorte han hecho mella en la confianza del consumidor, y tendrán también repercusiones en sus rentas».

El caso es que, al margen de acontecimientos puntuales como el Año Santo, la demanda del turismo de ciudad se ha mostrado en lo que va de año «más alegre». Una demanda que en todo caso depende todavía en exceso de las ofertas, lo que implica pa-

ra el sector que la reactivación no acabe traduciéndose en una mayor rentabilidad.

La mejoría del turismo se sostiene, según los empresarios, sobre el mayor movimiento interno de los viajeros nacionales, y sobre todo en la recuperación del turismo de ciudad. La cuestión es que «se impone la cultura del *low cost* en los desplazamientos de los hogares españoles», señalan. Un gasto reducido que se extiende también a los turistas extranjeros, más atraídos ahora por las ciudades que por la costa.

Más visitantes no implican necesariamente mayores ingresos

■ La crisis ha llevado al sector a grandes exigencias a corto plazo, pero ofrece también «enormes retos y oportunidades a medio y largo plazo», según explican los empresarios turísticos, que reconocen la necesidad de incrementar sus niveles de competitividad y de aplicar «lógicas y formas de trabajar» distintas de las utilizadas en el pasado. Unas fórmulas que pasen porque los turistas dejen más dinero en su destino, lo que sólo puede conseguirse «a través de la diferenciación y la adecuación de los productos turísticos a sus expectativas».

Lo que parece claro, según los empresarios, es que «la última década ha demostrado que más llegada de turistas y más crecimiento de la demanda no son necesariamente sinónimo de mayor impacto socioeconómico en los destinos, ni mayor generación de empleo estable, ni mayor rentabilidad sostenible para sus empresas».

«Las ayudas públicas a la accesibilidad aérea no son sostenibles»

■ Las conclusiones del informe de Exceltur hacen también una crítica a las políticas públicas de fomento del turismo que se han seguido en los últimos años. «El modelo de primar el volumen de visitantes sin más, involucrando incluso ayudas públicas a la accesibilidad aérea y a la inversión en nueva oferta alojativa, no parece sostenible a futuro, porque la contribución económica del turismo a la economía española no ha parado de disminuir en la última década».

Los empresarios abogan, para que el turismo ejerza de motor de desarrollo económico, porque se hagan nuevas propuestas diferenciadas, productos con mayor valor añadido en los distintos destinos, «que permitan la atracción de un perfil de turista que permanezca más días y viaje más a lo largo del año, y sobre todo que gaste más en sus destinos».

Precisamente las ciudades que obtienen mayores ingresos en proporción a sus recursos turísticos (Barcelona, San Sebastián, Madrid, Cádiz y Bilbao) se caracterizan por «combinar una oferta diferencial basada en la cultura, el comercio, la restauración y el ocio; en la apuesta pública por la recuperación y puesta en valor de los espacios urbanos y en el dinamismo de la actividad de negocios».