

El sector hotelero español

Ejemplo de persistencia de la dualidad entre pequeñas y grandes empresas al tiempo que aumenta la concentración

María José Moral Rincón*

En un escenario muy competitivo, el sector hotelero español muestra una evolución muy dinámica, especialmente, en comparación con sus vecinos europeos. El estudio de las principales variables que inciden sobre la estructura del sector revela la existencia de un proceso de concentración, pero también la persistencia de empresas muy pequeñas. Existe un fuerte incremento en los hoteles de cuatro y cinco estrellas; mientras que los hoteles de menor categoría han reajustado la oferta para solucionar sus problemas de sobreoferta. Todo ello ha posibilitado que en 2005 se haya roto la tendencia descendente de la tasa de ocupación.

Palabras clave: industria hotelera, oferta turística, sector servicios, hoteles, marketing.

Clasificación JEL: L11, L83



COLABORACIONES

1. Introducción

El conocimiento de la estructura del sector hotelero es crucial tanto para diseñar políticas de las autoridades correspondientes como para definir estrategias empresariales sobre la fijación de precios o los gastos en publicidad y marketing. El objetivo de este artículo es examinar la estructura del sector hotelero español mediante sencillas herramientas que permiten estudiar el escenario actual del sector y su evolución, dando las pautas de su

trayectoria futura e identificando las fortalezas y debilidades.

En España, los turistas eligen mayoritariamente un alojamiento reglado (hoteles, apartamentos, albergues, campings y casas rurales), un 63 por 100 en el 2005 según la encuesta EGATUR elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos. Desde el año 2000, esta ratio ha experimentado un continuo descenso, aunque en 2005 se han advertido algunos indicios que podrían detener esta tendencia ya que las pernoctaciones en alojamientos reglados han vuelto a crecer a los ritmos observados en la década de los noventa.

El artículo se organiza de la siguiente manera. Tras la introducción *en el segundo apartado* se expone la situación del alojamiento hotelero en Europa y la posi-

* Departamento. de Economía Aplicada e Historia Económica, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. UNED. Este trabajo se ha beneficiado de la financiación de la Fundación Ramón Areces, del Ministerio de Educación y Ciencia y del FEDER (SEJ2005-07913 y SEJ2004-02525).

ción de España. En el *tercer apartado* se analiza la capacidad hotelera española mediante la evolución de los tipos de empresas, el comportamiento de la tasa de ocupación y la localización geográfica. Por último, el *apartado cuarto* resume las principales conclusiones.

2. El sector hotelero español en Europa

Tradicionalmente, Europa ha sido el destino elegido por gran parte del turismo mundial. Sin embargo, la globalización en las comunicaciones y el abaratamiento en los transportes, especialmente en el transporte aéreo, han propiciado la aparición y la expansión de nuevos destinos turísticos. Por otra parte, teniendo en cuenta que Europa es también el mayor emisor de turistas, la posibilidad de acceder a costes más bajos a otras regiones del mundo ha convertido a América, Asia y Pacífico en claras competidoras del viejo continente. El formidable aumento en la capacidad hotelera de estas regiones se ha reflejado en

un incremento de su cuota mundial, más acusado en Sudamérica, el este y sur de Asia, y Oriente Próximo.

En consecuencia, a pesar de que Europa no ha dejado de incrementar su capacidad, ha perdido cuota dentro del mercado mundial. Tal y como se aprecia en el Cuadro 1, en 2004 se superaban los 10,7 millones de plazas hoteleras repartidas en los 25 países de la Unión Europea (según datos de Eurostat). Asimismo, se observa que la capacidad está muy concentrada en la UE-15 al aglutinar más del 90 por 100 del total. En cualquier caso, no debe pasar desapercibido que el número de plazas ofrecidas en los 10 países de la última ampliación de la UE ha crecido un 71,6 por 100 entre 1994 y 2004, frente a un discreto 14,6 por 100 en la UE-15. Evidentemente, esta evolución es resultado de una diferencia notoria en el ciclo de ambos mercados. Por una parte, la UE-15 posee un sector hotelero muy maduro que incluso presenta problemas de sobreoferta en algunos países. Por el contrario, en los nuevos Estados miembros, el sector turístico está en una fase inicial del ciclo



COLABORACIONES

CUADRO 1
CAPACIDAD HOTELERA EN EUROPA

	Plazas (en miles)	
	1994	2004
EU-25	9.168	10.781
EU-15	8.685	9.952
	Cuotas sobre la UE-25	
	1994	2004
Italia	19,9	20,1
Alemania	15,9	16,2
España	12,1	15,2
Francia	15,9	12,7
Reino Unido	12,0	12,3
Grecia	5,8	6,7
Austria	7,5	5,7
Portugal	2,3	2,6
Suecia	2,0	1,9
Holanda	1,6	1,9
Irlanda	1,2	1,5
Bélgica	1,3	1,2
Finlandia	1,2	1,2
Dinamarca	1,1	0,7
Luxemburgo	0,2	0,1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat.

con lo cual está inmerso en un proceso de expansión, liderado por ciudades como Praga o Budapest.

En la segunda parte del Cuadro 1 se muestran las cuotas de mercado de cada uno de los países de la UE-15. En primer lugar, se constata que la región central de Europa y del Mediterráneo concentran la mayor parte de la capacidad hotelera. Los cinco países con mayor oferta hotelera de Europa (Italia, Alemania, España, Francia y Reino Unido) representan el 76,5 por 100 del total. Además, es interesante comprobar que España es el país que ha experimentado un crecimiento superior en el período, lo que ha permitido situarnos en el tercer puesto del *ranking*.

Llegados a este punto, la cuestión más relevante es si la oferta hotelera europea se adecua a la demanda, o dicho de otro modo, cómo es la tasa de ocupación y si varía entre países. Eurostat no ofrece información sobre la tasa de ocupación hotelera desagregada por países. Por ello, se estima a partir de los datos de pernoctaciones disponibles. Según datos del 2004, el país con mayor número de pernoctaciones fue España con un total de 234.698, seguido por Italia con 234.020, Alemania con 195.047 y Francia con 188.525. Es preciso realizar un supuesto sobre el número de días que permanecen disponibles las plazas hoteleras. En España, la tasa de ocupación en ese año fue del 53,5 por 100 (según datos del INE). Esta *ratio* concuerda con el supuesto de que las plazas estuvieron disponibles una media de 290 días al año. Si asumimos que en los otros países también se mantiene esta media de apertura de los hoteles, las tasas de ocupación para Italia, Alemania y Francia serían 40,3 por 100, 40,4 por 100 y 51,3 por 100, respectivamente.

Siguiendo el mismo procedimiento se calculan las tasas de ocupación para el resto de los países de la UE-25 para el

año 2002, comprobando que España ocupaba el quinto puesto, por detrás de Chipre, Irlanda, Eslovenia y Holanda. Con este resultado es preciso ser muy cautos, ya que asumir que todos los países mantienen abiertos sus establecimientos hoteleros el mismo número de días infravalora la tasa de ocupación en los países del norte donde, en media, los hoteles pueden permanecer abiertos menos tiempo por las inclemencias climáticas. En cualquier caso, se puede concluir que España presenta unos buenos resultados de ocupación en relación a sus vecinos europeos.

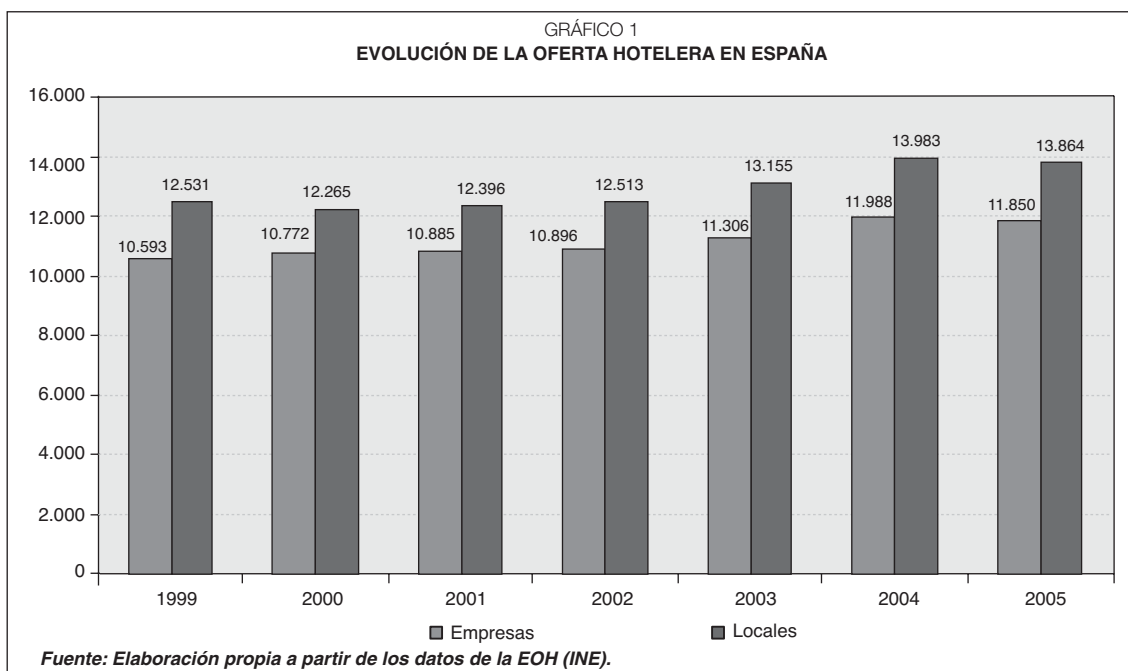
Por último, es interesante analizar la situación de Francia porque, dentro de los países con mayor capacidad, es el único que ha disminuido el número de plazas disponibles en el período analizado, situándose en la actualidad por detrás de España. En realidad, Francia estuvo aumentando su capacidad hotelera hasta el año 2002 pero en el 2003 la redujo drásticamente en un 23 por 100. Esta evolución pone de manifiesto que el sector hotelero francés ha iniciado una reestructuración en su oferta para combatir el problema de sobreoferta que empezaba a ser bastante complicado, especialmente desde que en 2003 las pernoctaciones en este país se estancaran.

3. El alojamiento hotelero en España

La progresión en el número de turistas que recibe España ha venido acompañada por un ascenso muy intenso en la oferta de alojamiento hotelero (Gráfico 1). El número de empresas cuya actividad principal es ofrecer alojamiento hotelero ha pasado de 10.593 en 1999 a 11.850 en 2005. Por tanto, se ha registrado un crecimiento acumulado del 11,9 por 100 equi-



COLABORACIONES



COLABORACIONES

valente a una tasa de crecimiento anual media del 1,9 por 100 (1).

En el Gráfico 1 también se presenta la evolución del número de establecimientos o locales. En primer lugar, se aprecia que la mayoría de las empresas hoteleras poseen un único local, de hecho, en 2005 cada empresa contaba con 1,17 establecimientos. Además, no parece que haya cambiado esta tendencia, dado que la media temporal es igual a 1,16 y su varianza 0,016.

La trayectoria del alojamiento hotelero en España muestra la continua expansión en la que está inmersa el sector, en concordancia con el hecho de ser una de las piezas claves de la actividad turística, como ponen de manifiesto las cifras de negocio de los hoteles y hostales que han superado los 12.000 millones de euros en

2003, o el personal ocupado que ascendía a 237.211 personas (cerca del 5 por 100 del personal ocupado en el sector servicios) según los datos de la Encuesta Anual de Servicios (EAS, elaborada por el INE).

A continuación, se analizan las variables claves que influyen en la estructura de la industria hotelera española. En particular, interesa conocer si las empresas hoteleras se organizan de la misma forma, si el aumento en su número ha sido uniforme entre las distintas categorías de hoteles y si existe una distribución geográfica homogénea a lo largo del territorio nacional. En definitiva, se examina si está cambiando el patrón de concentración en el sector hotelero y hacia dónde se tiende.

3.1 Tipo de organización empresarial en el sector hotelero

La forma jurídica de las empresas es relevante para comprender la estructura y el grado de concentración del sector, no sólo porque cada forma jurídica muestra

(1) Cuando se considera el alojamiento reglado en su conjunto, el crecimiento anual medio supera el 5 por 100 debido a la fuerte progresión de los campings y otros alojamientos (albergues, casas rurales, etcétera). En la década de los noventa, el crecimiento fue aún más acelerado registrándose una tasa media anual del 6,4 por 100 RAMÓN (2000).

unas características propias organizativas sino también porque van asociadas a distintos tamaños. La información contenida en el Directorio de Empresas (DIRCE) elaborado el INE permite estudiar la distribución de empresas entre personas físicas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas y otras formas jurídicas (franquicias, propiedad estatal, etcétera), desde 1999 hasta 2005.

La principal conclusión es que el sector hotelero está experimentado una transformación significativa en la organización empresarial caracterizada por una pérdida en la participación de empresas que se rigen como personas físicas a favor de las sociedades de responsabilidad limitada. El Cuadro 2 recoge la distribución de las empresas según su forma jurídica entre 1999 y 2005, distinguiendo también por el tamaño empresarial (medido por el número

de asalariados). En el *primer bloque* del Cuadro 2, se comprueba que en 1999 el 48,2 por 100 de los hoteles y hostales se organizaban como personas físicas, mientras que en 2005 esta cifra se ha reducido al 38,5 por 100. Las sociedades de responsabilidad limitada, por su parte, han pasado de constituir el 25,4 por 100 al 38,5 por 100 por lo que en la actualidad, prácticamente existe el mismo número de empresas que se organizan como personas físicas que como sociedades limitadas. Por último, se observa que las sociedades anónimas han reducido ligeramente su cuota situándose en un 14,9 por 100. Este giro en la composición de la condición jurídica se debe interpretar como el resultado de un proceso de concentración en la industria hotelera española que tiende hacia empresas más grandes, capaces de alcanzar mayores niveles de competitividad.



COLABORACIONES

CUADRO 2 EMPRESAS HOTELERAS EN ESPAÑA SEGÚN SU FORMA JURÍDICA								
Número de empresas								
Forma Jurídica		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Persona Física.....		5.109	5.049	4.889	4.686	4.739	4.949	4.568
Sociedad Limitada.....		2.692	2.925	3.294	3.544	3.880	4.260	4.564
Sociedad Anónima.....		1.942	1.922	1.851	1.821	1.798	1.902	1.761
Otras.....		850	876	851	837	889	977	957
Cuota sobre cada Forma Jurídica en cada año (en porcentaje)								
Nº de asalariados	Forma Jurídica	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Sin asalariados	P.F.	59,4	57,8	56,2	54,9	53,0	49,5	50,9
	S.L.	8,4	10,1	9,0	9,1	9,2	9,2	10,7
	S.A.	5,7	5,2	5,0	4,6	4,7	4,3	4,7
De 1 a 5	P.F.	33,9	36,0	37,8	38,5	40,0	43,2	42,3
	S.L.	43,3	41,4	42,6	42,0	42,1	41,7	40,9
	S.A.	23,9	24,0	23,8	25,1	24,9	24,4	23,7
De 6 a 19	P.F.	6,1	5,7	5,4	6,0	6,4	6,6	6,3
	S.L.	31,2	30,7	33,9	33,8	32,7	33,0	31,0
	S.A.	23,3	21,4	25,3	25,2	24,9	24,5	23,5
De 20 a 49	P.F.	0,6	0,6	0,7	0,6	0,5	0,6	0,5
	S.L.	12,3	12,8	9,2	9,1	9,9	10,0	10,9
	S.A.	23,6	24,7	20,6	20,8	20,8	20,6	21,5
De 50 a 99	P.F.	0	0	0	0	0	0	0
	S.L.	2,8	2,8	2,8	2,7	2,6	2,5	3,0
	S.A.	11,2	11,1	10,8	9,5	9,9	10,0	10,9
De 100 a 499	P.F.	0	0	0	0	0	0	0
	S.L.	2,0	2,1	2,5	3,1	3,4	3,3	3,2
	S.A.	11,7	13,1	13,8	14,0	14,0	15,2	14,8
Más de 500	P.F.	0	0	0	0	0	0	0
	S.L.	0	0	0	0,1	0,1	0,2	0,2
	S.A.	0,7	0,6	0,8	0,8	0,9	0,8	1,0

Fuente: Elaboración propia a partir del DIRCE (INE).

El *segundo bloque* del Cuadro 2 posibilita un análisis más desagregado en cuanto a qué ha ocurrido con la concentración en el sector hotelero. Dos son los resultados principales que surgen. Por una parte, existe un proceso de concentración en el sector evidenciado no sólo por el incremento de las sociedades limitadas, sino también porque las sociedades (limitadas y anónimas) son ahora bastante más grandes. En efecto, en 1999 sólo el 2 por 100 de las sociedades limitadas y el 12,4 por 100 de las anónimas tenían más de 100 trabajadores; mientras que en 2005, estas cifras se han situado en el 3,4 por 100 y el 15,8 por 100, respectivamente.

Por otra parte, es la persistencia de una dualidad muy fuerte entre pequeñas y grandes empresas. En este sentido, las empresas hoteleras que se organizan como personas físicas se caracterizan por ser microempresas. De hecho, más de la mitad no tienen ningún asalariado porque se trata de empresas familiares donde el propietario recibe la ayuda de su familia y su actividad no está remunerada. Si a estas empresas se suman aquellas que contratan hasta cinco trabajadores se llega al 97 por 100, y del resto, ninguna cuenta con más de 50 asalariados. En el otro extremo de la distribución ya se ha visto que impera un desplazamiento hacia las empresas más grandes.

En resumen, la disminución de personas físicas unido al aumento de las sociedades de responsabilidad limitada y a que éstas y las sociedades anónimas son ahora más grandes en media, tiene un efecto global de una mayor concentración en el sector hotelero.

En el transcurso hacia una concentración superior, está representando un papel crucial la integración de las empresas. En este sentido, el nivel de integración más desarrollado sería pasar a for-

mar parte de una cadena hotelera (2). En 1990, en España operaban una 85 cadenas hoteleras que representaban el 18,5 por 100 de los establecimientos y el 34,7 por 100 de las plazas (Leno, 1992). Diez años más tarde el 27,4 por 100 de los hoteles ya pertenecen a cadenas hoteleras (Ramón, 2000). En comparación con otros países de nuestro entorno, el proceso de internacionalización no está resultando tan rápido, aunque esto no ha impedido que se hayan formado grandes grupos empresariales con capital español. En concreto, Sol Meliá se ha consolidado como el primer grupo hotelero y la sexta cadena de Europa (Expansión, 8-2-2006).

Un efecto importante de la integración de la industria hotelera es el crecimiento más moderado del número de empresas hoteleras. Ciertamente, siempre que se produce una fusión o una adquisición entre empresas se pasa de dos empresas registradas a una. Por tanto, en un escenario de integración se está frenando el crecimiento en el número de empresas al tiempo que las empresas que perduran son más grandes. Recordemos, que esto es precisamente lo que ha ocurrido en las sociedades anónimas, donde los procesos de integración son más intensos. En definitiva, esta evidencia también indica la existencia de un proceso de concentración en el sector.

3.2 Estructura del alojamiento según las categorías hoteleras (3)

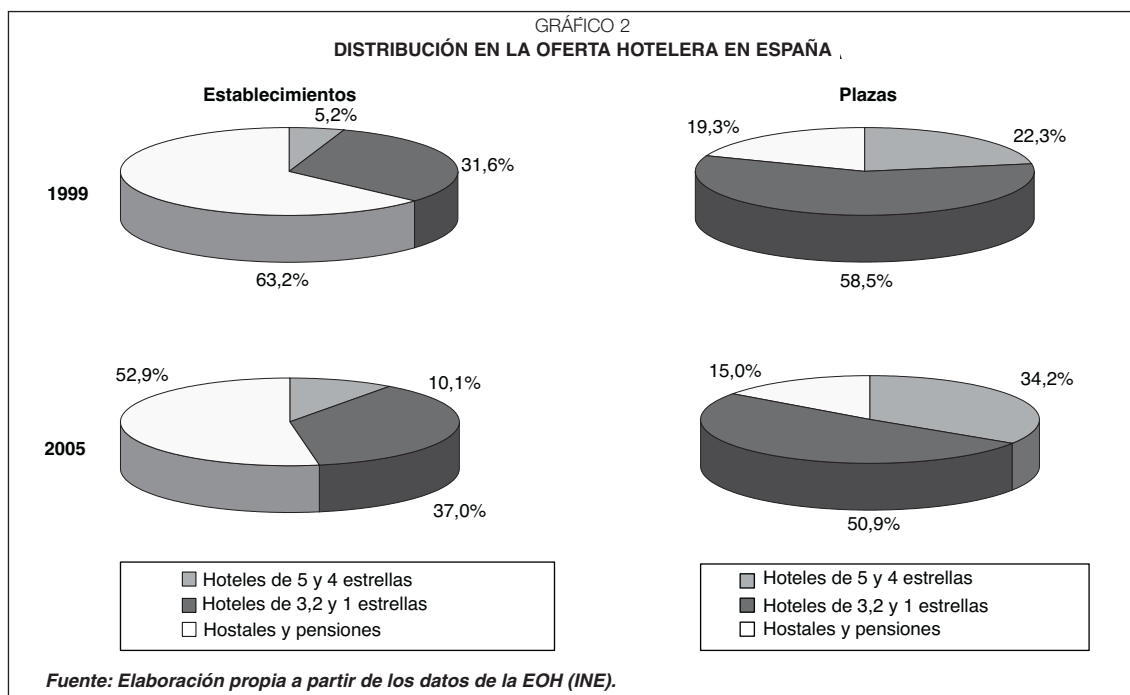
Aunque de todos es sabido que las competencias relacionadas con la categoría del alojamiento reglado están transfe-

(2) En Villacorta (2002) se realiza un estudio comparativo de las características de los hoteles integrados en cadenas hoteleras frente a los independientes, a partir de información recogida en la Guía Oficial de Hoteles.

(3) A partir de aquí se utiliza como unidad de análisis los establecimientos, debido a la disponibilidad estadística.



COLABORACIONES



ridas a la Comunidades Autónomas, en líneas generales, se sigue la regulación estatal recogida en el Real Decreto 1634/1983 (BOE de 17-6-83) sobre clasificación de los establecimientos hoteleros (4). Según este Real Decreto, los establecimientos hoteleros se clasifican en dos grupos: hoteles y pensiones. Dentro del primer grupo se distingue entre hoteles (H), hoteles-apartamentos (HA) y moteles (M). Las categorías de los hoteles y los hoteles-apartamentos se identifican con estrellas doradas que van de 1 a 5, mientras que los moteles equivalen a un hotel de dos estrellas. El segundo grupo formado por las pensiones (P) se clasifica en dos categorías identificadas con una y dos estrellas de plata (5).

En el Gráfico 2 se muestra la evolución entre 1999 y 2005 de la oferta hotelera

ca. En cualquier caso, el aumento de las empresas que se organizan como sociedades y el proceso de integración no ha modificado el *ratio* de establecimientos versus empresas (Gráfico 1).

(4) La legislación referente a esta cuestión por Comunidades Autónomas se puede encontrar en: www.mesa-delturismo.es.

(5) Otros criterios de clasificación de hoteles son la

española tanto en establecimientos como en plazas distribuidas por categoría. La primera conclusión que podemos extraer es la existencia de una distribución distinta entre establecimientos y plazas. Las pensiones representan más de la mitad de los establecimientos hoteleros aunque sólo aportan el 15 por 100 de las plazas. Por el contrario, los hoteles de categoría superior (cuatro y cinco estrellas) constituyen el 10 por 100 de los establecimientos pero ofrecen el 34 por 100 de las plazas (datos de 2005).

La evolución temporal de la capacidad muestra la existencia de un cambio significativo en la estructura hotelera en tan sólo 6 años. Por una parte, se está asistiendo a una reducción paulatina de los alojamientos de menor calidad, tanto en establecimientos como en plazas. Por otra parte, los hoteles de cuatro y cinco estrellas están aumentando también en locales y plazas. En consecuencia, la

localización (ciudad, playa, montaña,...), la propiedad (familiares, independientes, franquicias, cadenas, propiedad estatal), etcétera.



COLABORACIONES

idea de que la oferta española de alojamiento estaba orientada casi exclusivamente hacia los segmentos de poder adquisitivo más bajo se debe cambiar. El turismo moderno cuenta con mayor poder adquisitivo y busca mejores niveles de calidad, a pesar de que la evidencia reciente indica una leve caída en el gasto medio por turista. Fenómeno éste que se explica por una tendencia a pernoctar menos noches y a utilizar más el alojamiento no reglado (residencias propias y de amigos). Pero el turista que elige el alojamiento hotelero se caracteriza por exigir mayores niveles de calidad porque el uso de Internet le hace más conocedor de los precios existentes en otros destinos competidores de España (como, por ejemplo, Turquía).

La divergencia entre la distribución de establecimientos y plazas hoteleras se explica porque el tamaño medio en cada categoría es distinto. En nuestro país existe una relación positiva entre la categoría del hotel y la capacidad ofrecida. Así, en 2005, los hoteles de cuatro y cinco estrellas son los de mayor tamaño medio con unas 320 plazas por hotel, les siguen los de tres estrellas con 211 plazas, los hoteles de dos y una estrella con 73 y 49 plazas, respectivamente; y por último, las pensiones con sólo 28 plazas por establecimiento. Según los datos de Eurostat para 2004, los establecimientos hoteleros españoles presentan una media de 87 camas, mientras que en la Unión Europea a 25 países, esta cifra se encuentra en 54 camas por hotel. Malta es el país con mayores hoteles (206 plazas de media), le siguen Dinamarca, Portugal, Finlandia, Chipre y Suecia, todos con más de 100 plazas por hotel (6). Finalmente, el Reino Unido es el país con menor capacidad

media (28 plazas por hotel). En Europa se está asistiendo a un proceso de concentración de la capacidad (aumento del número medio de plazas por establecimiento hotelero). Este proceso se ha visto fortalecido con la ampliación (7), ya que aunque estos países tienen muy pocos hoteles (véase el apartado 2) tienden a ser bastante grandes.

¿Qué ha ocurrido en España en relación a la concentración de la capacidad? Cuando se distingue por categorías, se observa que la capacidad media por categoría está disminuyendo, excepto en las pensiones de una estrella de plata que partían de un nivel muy bajo (25 plazas). Sin embargo, cuando se pondera por la representatividad de cada categoría en el conjunto para obtener el comportamiento agregado medio, se advierte que prevalece un proceso de concentración equivalente al europeo. Es decir, la reducción en el tamaño medio de cada categoría se compensa con el aumento de los hoteles de más de tres estrellas que, precisamente, son los de mayor tamaño medio. Por ello, la reestructuración de la oferta de los últimos años se percibe como un dato alentador, en la medida en que se tiende hacia una oferta hotelera de mayor calidad capaz de gestionar mejor la actividad e incorporar los avances tecnológicos. No obstante, este análisis se debe completar con un estudio de la utilización de la capacidad.

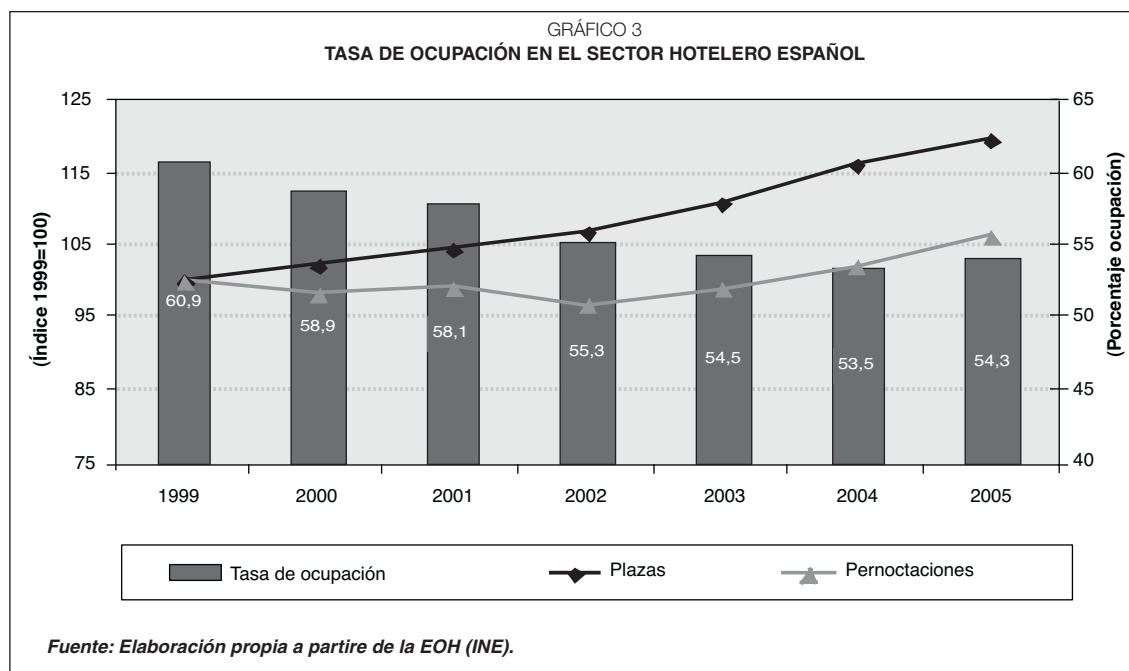
El Gráfico 3 presenta la evolución entre 1999 y 2005 de la tasa de ocupación como resultado del comportamiento seguido por la capacidad de la oferta y la demanda. La capacidad de la oferta se mide por el número de plazas disponibles y la demanda por el número de pernoctaciones (se representan en índices para



COLABORACIONES

(6) Noruega también presenta una capacidad media elevada (128 camas por hotel en 2002).

(7) *The European Tourism Industry* (2003) analiza la situación anterior a la ampliación.



facilitar la comparación entre ambas variables). En términos agregados el número de plazas disponibles no ha dejado de crecer, pero las pernoctaciones presentaron una evolución desfavorable sobretodo en los primeros años. Este escenario ha provocado que, a partir de 2002, se hable de un problema de sobreoferta y que, a pesar de la notable recuperación de las pernoctaciones en 2005, no se haya solucionado. Por ello, el resultado observado es el continuo deterioro de la tasa de ocupación hotelera, cayendo hasta el 54,3 por 100 en la actualidad.

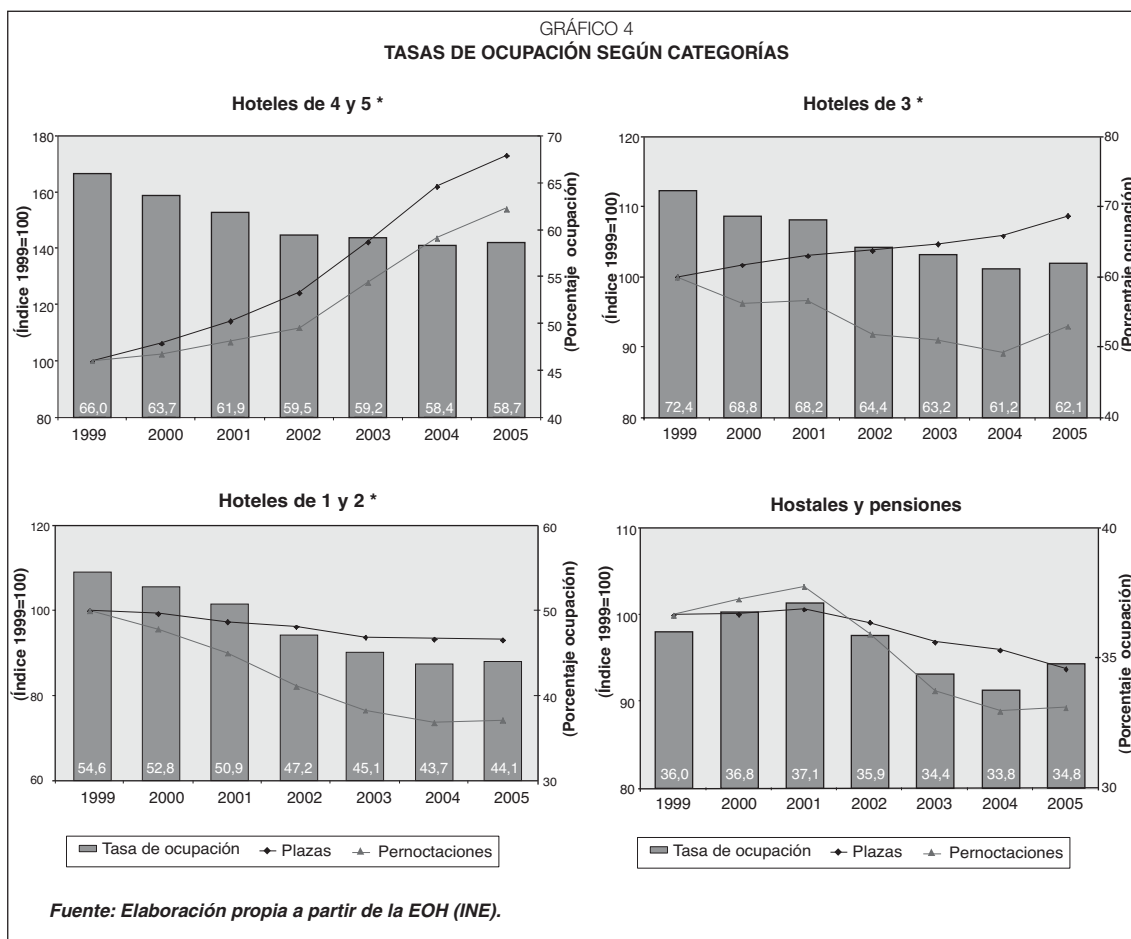
Para valorar adecuadamente la magnitud del problema de sobreoferta es conveniente examinar el comportamiento de la tasa de ocupación en cada categoría hotelera. El Gráfico 4 pone de manifiesto que, efectivamente, en todas las categorías ha disminuido el grado de ocupación pero las caídas han sido de diferente magnitud y por diferentes motivos. En *primer lugar*, se observa que los hoteles de categoría superior son los únicos que aumentan las pernoctaciones. Por consiguiente, el incremento observado en la

oferta de esta categoría tiene sentido y se puede considerar una estrategia empresarial correcta, aunque la trayectoria descendente de la tasa de ocupación sugiere que la ampliación en la capacidad ha sido excesiva. En *segundo lugar*, los hoteles de tres estrellas son los que presentan sistemáticamente mejores niveles de ocupación si bien, en los últimos años, ha empeorado sensiblemente su posición debido al descenso en las pernoctaciones y al aumento de las plazas disponibles. En *tercer lugar*, se advierte que en los hoteles de menor categoría ya se ha iniciado un ajuste de la oferta, pero es todavía insuficiente en tanto que no ha impedido que empeore la tasa de ocupación que ha caído 10 puntos situándose en el 44 por 100. Por último, aunque en los hostales y pensiones la situación de partida era extremadamente desfavorable, la reducción en su oferta ha logrado que la tasa de ocupación no empeore en demasía y se mantenga en un 34 por 100.

En consecuencia, estas cifras nos indican que el sector hotelero ha comenzado a enfrentarse a un incipiente problema de



COLABORACIONES



COLABORACIONES

sobreoferta, pero todavía supone un reto que salvar en el futuro. Las políticas y las acciones empresariales deberían apostar claramente por incentivar la consecución de mayores niveles de calidad. En esta línea, el Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006 (PCTE, 2000) ya ha sustituido el concepto de competitividad por el de calidad. Es preciso que se mejoren las instalaciones y los servicios ofrecidos al turista porque, de lo contrario, para que sean atractivos los establecimientos tendrán que reducir sustancialmente los precios, poniendo en peligro la rentabilidad de los negocios. De hecho, según el informe de la Confederación Española de hoteles y alojamientos turísticos, sólo el 27 por 100 de los hoteles han aumentado el precio en el año 2005, mientras que un 54 por 100 ha mantenido

los precios e incluso un 19 por 100 los ha bajado respecto al año anterior. Por otra parte, la planificación del crecimiento en la oferta debe ser más exhaustiva con el fin de no generar o acentuar un problema de sobreoferta en determinados destinos turísticos, especialmente en los costeros.

3.3 Distribución del alojamiento por Comunidades Autónomas

El Cuadro 3 resume la información sobre la distribución de la capacidad hotelera en el territorio nacional. En *primer lugar*, se aprecia la importancia incuestionable del turismo de sol y playa. En este sentido, Andalucía, Cataluña, Baleares, Canarias y la Comunidad Valenciana aglutinan más del 70 por 100 de las plazas dis-

CUADRO 3
EL SECTOR HOTELERO EN ESPAÑA, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Comunidad Autónoma	Plazas (En porcentaje)	Ocupación (En porcentaje)	Tamaño medio	Hoteles 4 y 5 * (En porcentaje)
TOTAL	100,0	54,3	86,6	9,7
Andalucía	18,0	50,9	94,3	12,3
Cataluña	15,7	55,6	100,0	10,3
Baleares (Illes)	15,4	70,5	256,6	21,9
Canarias	12,9	66,6	347,8	35,6
Comunidad Valenciana	8,9	57,8	110,0	10,1
Madrid (Comunidad de)	6,5	51,8	72,4	10,7
Galicia	4,7	35,8	38,3	3,9
Castilla y León.....	4,3	35,0	39,6	6,3
Aragón.....	2,4	38,0	46,0	3,0
Castilla-La Mancha.....	2,3	33,3	37,0	3,4
Asturias (Principado de).....	1,9	36,5	35,3	4,7
País Vasco	1,7	48,2	55,0	8,2
Cantabria.....	1,4	42,5	44,4	6,8
Extremadura.....	1,3	30,3	42,1	6,5
Murcia (Región de).....	1,3	46,9	81,9	13,2
Navarra (Com. Foral de).....	0,8	38,9	37,6	1,6
Rioja (La).....	0,5	40,2	50,3	11,3
Ceuta y Melilla.....	0,2	40,9	63,7	0,0

Nota: Los datos de plazas y ocupación son del año 2005, la distribución de hoteles de 4 y 5 estrellas es de 2004. El tamaño medio es el ratio de las plazas por establecimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la EOH (INE).

ponibles, estando el resto de la capacidad muy dispersa por el interior y el norte peninsular. En *segundo lugar*, se comprueba la existencia de diferencias muy acusadas en el tamaño medio de los establecimientos por Comunidades Autónomas.

En *tercer lugar*, respecto a la tasa de ocupación, las Islas Canarias y Baleares aparecen como los destinos mejor posicionados con tasas de un 66,6 por 100 y un 70,5 por 100, respectivamente; muy por encima de la ocupación media registrada en el territorio nacional. Además, estas Comunidades se caracterizan por tener los mayores hoteles con un tamaño medio de 347 y 256 plazas por hotel, respectivamente. Por tanto, se han especializado en grandes complejos hoteleros capaces de ofrecer al turismo masivo, tanto nacional como internacional, una gran variedad de servicios integrados. De hecho, el porcentaje de hoteles de cuatro y cinco estrellas es muy superior no sólo a la media nacional, sino también a la existente en las otras regiones costeras de la península.

Andalucía y el resto de las comunidades del litoral mediterráneo muestran una

tasa de ocupación más baja situándose entorno a la media nacional, excepto en el caso de Murcia que no logra alcanzar el 47 por 100. Además, el tamaño medio de los hoteles es de 95 plazas. Este tamaño medio mucho más reducido que en las islas se debe a una fuerte dualidad, por una parte, se encuentran grandes complejos hoteleros pero, por otra, coexisten pequeños negocios repartidos por la costa y las zonas de interior (especialmente en Andalucía y Cataluña).

Con todo, la evolución de la capacidad hotelera en el litoral mediterráneo y los archipiélagos ha sido mucho más dinámica que la seguida por las pernoctaciones provocando, en estos años, un debilitamiento de la tasa de ocupación. Especialmente preocupante ha sido lo sucedido en los archipiélagos, ya que partían de tasas de ocupación muy elevadas (un 75,8 por 100 y 82,8 por 100, respectivamente, en 1999). En consecuencia, estas cifras ponen de manifiesto una posible saturación del modelo de sol y playa tal y como se ha desarrollado en las últimas décadas, con la gravedad intrínseca que



COLABORACIONES

lleva asociada por ser el turismo estrella de nuestro país, tanto por el número de turistas como por capacidad hotelera.

Del resto de las regiones, destaca el caso de la Comunidad de Madrid con una capacidad no desdeñable y un porcentaje elevado de hoteles de categoría superior destinados al turismo de negocios y cultural, y que mantiene niveles de ocupación moderados (8). El tamaño medio de los hoteles en Madrid no es muy reducido, tal y como ocurre en las restantes comunidades del interior y del norte de la península donde los establecimientos son pequeños, de categorías medias y bajas, y las tasas de ocupación rondan el 38 por 100 de media.

En consecuencia, el sector hotelero español presenta una distribución geográfica muy heterogénea con una alta concentración en las zonas costeras y los archipiélagos. No obstante, como se ha comprobado el modelo de sol y playa ya está empezando a mostrar indicios de agotamiento, especialmente, en los archipiélagos. En el interior de la Península, por el contrario, la densidad de plazas hoteleras es más baja, con la excepción de la Comunidad de Madrid.

4. Conclusiones

En este artículo se revisan las características que presenta el alojamiento hotelero en España y la posición de este sector en el conjunto europeo. La oferta hotelera española se compone mayoritariamente por establecimientos de baja calidad y un número reducido de plazas. Sin

embargo, la industria hotelera está experimentando un proceso de concentración en busca de mayores niveles de calidad, tal y como pone de manifiesto el aumento de las empresas que se organizan como sociedades limitadas, así como el incremento del porcentaje de hoteles de cuatro y cinco estrellas en todos los destinos turísticos. La ventaja con la que cuenta el sector es el cambio en la demanda que se caracteriza por un elevado nivel cultural y económico. Por tanto, existen buenas expectativas de crecimiento en las pernoctaciones en hoteles de categorías superiores que puede garantizar una rentabilidad elevada, siempre que no se llega a saturar este nicho de mercado. En cualquier caso, persiste una dualidad en la calidad de la oferta hotelera. Por un lado, están los grandes establecimientos hoteleros con todos los servicios y tecnologías disponibles y, por otro, los pequeños negocios con niveles de calidad muy escasos y que influyen negativamente sobre la imagen de nuestros destinos turísticos, con una consiguiente pérdida de competitividad.

En este escenario, los Planes de Excelencia Turística tratan de recuperar destinos tradicionales (fundamentalmente de sol y playa) dotándoles de mejores infraestructuras y de medios que les hagan atractivos al turismo moderno. Recientemente, para ayudar a la expansión de nuevos destinos y a la recuperación de los más clásicos se ha elaborado el Plan Operativo 2005 destinado a la promoción exterior, lo que supone una ayuda muy importante a la industria hotelera en relación con la comercialización y marketing de su producto.

Al mismo tiempo, se debe acometer un esfuerzo por potenciar alternativas al turismo de sol y playa. España cuenta con un patrimonio cultural muy extenso que debe aprovechar, puesto que todavía



COLABORACIONES

(8) La Candidatura de Madrid a las Olimpiadas del 2012 puso en marcha la construcción de grandes hoteles. Algunos ya han abierto sus puertas en 2005, pero en los dos próximos años vamos a asistir a un aumento importante en su capacidad hotelera, así como en el porcentaje de hoteles de categoría superior.

existe capacidad de crecimiento en este tipo de turismo. Por supuesto que ya se ha comenzado a trabajar en esta línea, aunque sólo un 10 por 100 de nuestro patrimonio cultural se puede considerar como un producto turístico cultural debido a problemas de acceso y de conservación. En la actualidad, España está considerada como el cuarto país de Europa según la oferta cultural por detrás de Italia, Francia y Grecia.

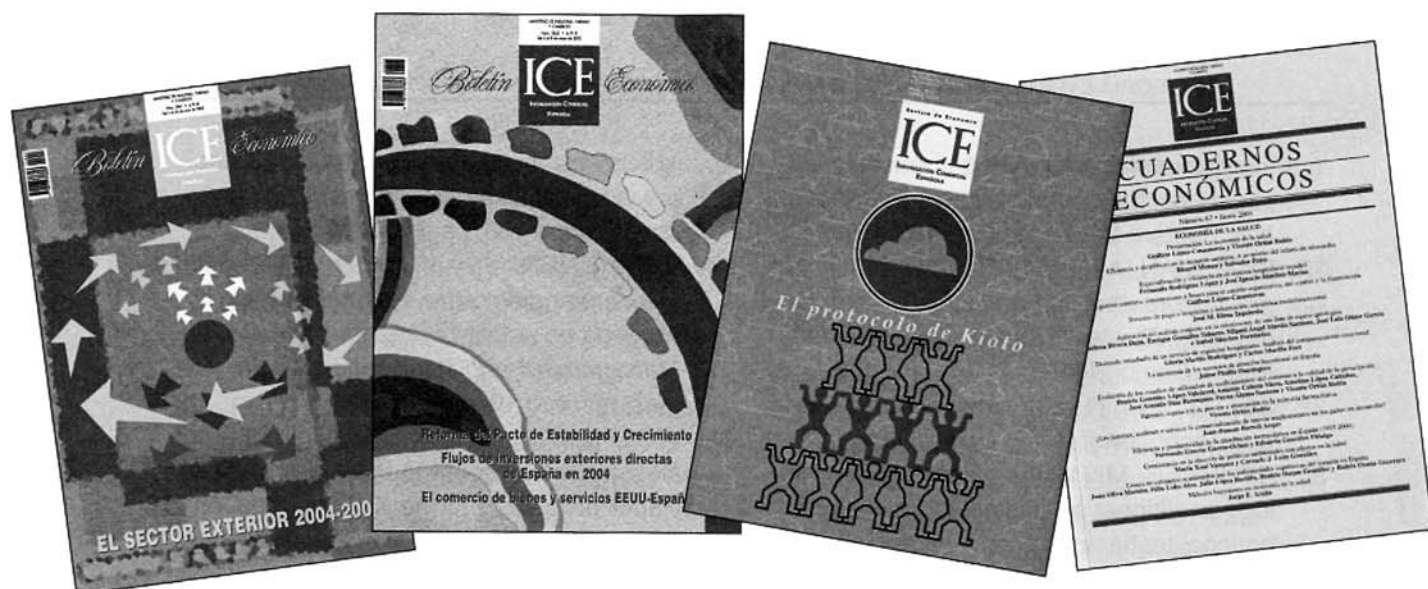
Finalmente, entre las debilidades que tiene que afrontar la industria hotelera destaca el retroceso en la productividad. El aumento en la competencia que vive el sector motivado por el exceso de oferta y la contención en la demanda obliga a mejorar los niveles de productividad si se quieren mantener los valores de rentabilidad de las empresas. Además, no es viable recurrir sistemáticamente a una rebaja de precios puesto que esto nos llevaría a especializarnos en un segmento del mercado con poco poder adquisitivo y en el que otros países con mayores ventajas comparativas en costes tienen una mejor posición.

Bibliografía

1. CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS (CEHAT): Balance Hotelero Turístico del año 2005, disponible en: www.cehat.com.
2. EXPANSIÓN: «El informe sobre las cadenas hoteleras de MKG lleva a NH Hoteles al primer puesto del Ibex», 8-2-2006, Madrid.
3. EUROSTAT: Comisión Europea, <http://epp.eurostat.cec.eu.int>.
4. INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta EGATUR: <http://www.iet.tourspain.es>.
5. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: <http://www.ine.es>.
6. LENO, F. (1992): «Características estructurales y pautas locacionales de la hotelería española integrada en cadenas hoteleras», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 11, pp. 151-177, Ed. Complutense, Madrid.
7. MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2000): Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006), PICTE 2000, Madrid.
8. RAMÓN, A. B. (2000): «La Internacionalización de la Industria Hotelera española». Tesis Doctoral, Universidad de Alicante, disponible en: <http://www.eumed.net/tesis>
9. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO: <http://www.world-tourism.org>.
10. VILLACORTA RODRÍGUEZ, D. (2002), «El hotel español. Características del sector versus los hoteles integrados en cadenas», *Boletín Económico de ICE*, nº 2732, junio, pp. 25-35, Madrid.



COLABORACIONES



INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

en

INTERNET



www.revistasICE.com