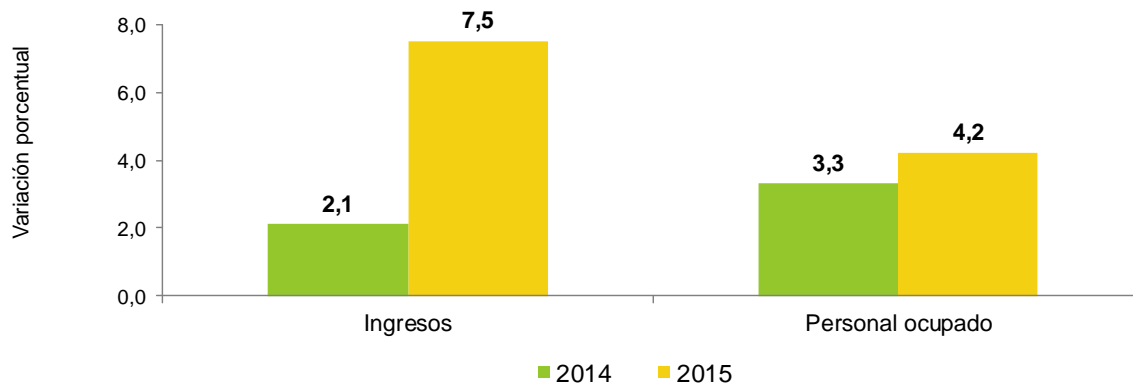


Muestra Mensual de Hoteles

Febrero de 2015

Variación anual de los ingresos reales y personal ocupado promedio



- Resumen
- Introducción
- Evolución general
- Ingresos
- Personal ocupado

- Motivo de viaje
- Ocupación hotelera
- Tarifas de habitación
- Ficha metodológica
- Glosario



GP 011-1



SC 1081-1



CO-SC 1081-1

Director
Mauricio Perfetti Del Corral

Subdirector
Diego Silva Ardila

**Director de Metodología y
Producción Estadística**
Eduardo Efraín Freire Delgado

MUESTRA MENSUAL DE HOTELES - FEBRERO DE 2015

Resumen

En febrero de 2015, los ingresos reales de los hoteles aumentaron 7,5% y el personal ocupado 4,2%, con relación al mismo mes de 2014.

En febrero de 2015, el principal motivo de viaje de los residentes colombianos alojados en los hoteles fue ocio, con una participación de 45,8% en el total, seguido por negocios (43,7%) y convenciones (7,0%). Para los no residentes, el principal motivo de viaje fue negocios con una participación de 48,6%, seguido por ocio (40,1%) y convenciones (5,6%).

En febrero de 2015, la tasa de ocupación de los hoteles fue de 51,4%, cifra superior en 1,8 puntos porcentuales a la registrada en febrero de 2014.

En el mes de referencia, la tarifa promedio por acomodación sencilla aumentó 2,6%, la doble 2,2%, la tipo suite 2,5% y la de otros tipos de habitación¹ 0,5%, todas con relación a febrero de 2014.

En lo corrido del año hasta el mes de febrero, los ingresos reales de los hoteles aumentaron 8,8% y el personal ocupado 4,3%.

El porcentaje de ocupación hotelera en lo corrido del año hasta el mes de febrero de 2014 fue de 51,3%, cifra superior en 1,1 puntos porcentuales a la registrada en el mismo período del año anterior.

En los últimos doce meses hasta el mes de febrero de 2015, los ingresos reales de los hoteles aumentaron 6,7% y el personal ocupado 4,7% con relación al mismo periodo del año anterior.

En los últimos doce meses hasta el mes de febrero de 2015, el porcentaje de ocupación hotelera llegó a 52,9% cifra superior en 0,5² puntos porcentuales al mismo periodo del año anterior.

¹ Otros tipos de acomodación incluyen: habitaciones triple, cuádruple, cabañas y apartamentos.

² Por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en los porcentajes de ocupación.

Introducción

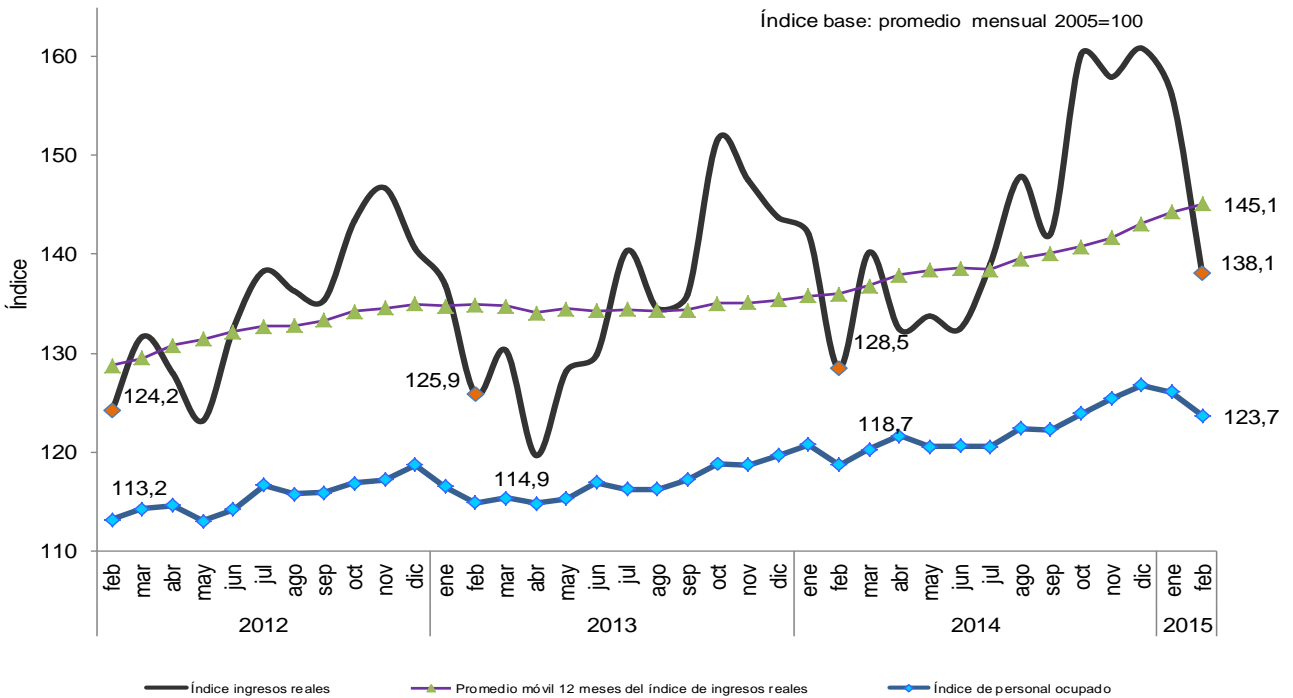
Como parte importante del sector turismo en Colombia, contar con indicadores del sector hotelero se constituye en una necesidad prioritaria del sistema estadístico nacional, concretamente con indicadores que permitan evaluar la dinámica del sector y orienten la formulación y diagnóstico de la política económica nacional.

En este sentido, el DANE implementó desde julio de 2004 la Muestra Mensual de Hoteles que es una investigación complementaria a la Encuesta Anual de Servicios y cuyo objetivo consiste en producir información coyuntural sobre la evolución de la actividad hotelera con base en las variables de ingresos, personal ocupado e indicadores específicos de la actividad como porcentaje de ocupación, tarifas promedio según tipo de acomodación y distribución de los huéspedes según motivo de viaje.

La muestra es representativa a nivel total nacional, de las unidades económicas formalmente establecidas en el país y dedicadas a prestar servicios de alojamiento en hoteles.

1. EVOLUCIÓN GENERAL

Gráfico 1.
Índice de ingresos reales y personal ocupado
Total nacional
2012 (febrero) – 2015 (febrero)^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Tabla 1.
Variación de los ingresos reales y personal ocupado en los hoteles
Total nacional
2012 (febrero) – 2015 (febrero)^p

Años y meses		Variación (%)					
		Anual		Año corrido		Últimos 12 meses	
		Ingresos Reales	Personal Ocupado Promedio	Ingresos Reales	Personal Ocupado Promedio	Ingresos Reales	Personal Ocupado Promedio
2012 ^p	Enero	12,4	1,9	12,4	1,9	9,0	1,9
	Febrero	13,8	2,6	13,0	2,2	9,8	2,0
	Marzo	7,0	3,5	10,9	2,7	9,8	2,2
	Abril	14,1	3,6	11,7	2,9	10,6	2,4
	Mayo	6,3	2,6	10,6	2,8	10,3	2,4
	Junio	7,7	2,6	10,1	2,8	9,8	2,4
	Julio	5,1	3,2	9,3	2,9	9,7	2,4
	Agosto	0,3	2,6	8,1	2,8	9,0	2,4
	Septiembre	5,1	3,5	7,7	2,9	8,5	2,5
	Octubre	8,3	3,0	7,8	2,9	8,8	2,7
	Noviembre	2,9	2,6	7,3	2,9	7,8	2,8
	Diciembre	3,4	2,8	6,9	2,9	6,9	2,9
2013 ^p	Enero	-1,7	1,3	-1,7	1,3	5,7	2,8
	Febrero	1,3	1,5	-0,3	1,4	4,8	2,7
	Marzo	-1,0	0,9	-0,5	1,2	4,1	2,5
	Abril	-6,5	0,1	-2,0	1,0	2,5	2,2
	Mayo	4,1	2,0	-0,8	1,2	2,4	2,2
	Junio	-2,0	2,4	-1,0	1,4	1,6	2,2
	Julio	1,5	-0,3	-0,7	1,1	1,3	1,9
	Agosto	-1,3	0,4	-0,7	1,0	1,2	1,7
	Septiembre	0,4	1,1	-0,6	1,0	0,8	1,5
	Octubre	5,7	1,7	0,1	1,1	0,6	1,4
	Noviembre	0,6	1,3	0,1	1,1	0,4	1,3
	Diciembre	2,2	0,8	0,3	1,1	0,3	1,1
2014 ^p	Enero	3,8	3,6	3,8	3,6	0,8	1,3
	Febrero	2,1	3,3	3,0	3,5	0,8	1,4
	Marzo	7,6	4,3	4,5	3,7	1,5	1,7
	Abril	10,7	6,0	5,9	4,3	2,8	2,2
	Mayo	4,3	4,6	5,6	4,4	2,9	2,4
	Junio	2,0	3,2	5,0	4,2	3,2	2,5
	Julio	-1,0	3,7	4,1	4,1	3,0	2,8
	Agosto	9,9	5,3	4,8	4,2	3,9	3,2
	Septiembre	4,6	4,3	4,8	4,3	4,3	3,5
	Octubre	5,7	4,3	4,9	4,3	4,3	3,7
	Noviembre	7,0	5,7	5,1	4,4	4,9	4,1
	Diciembre	11,9	5,9	5,7	4,5	5,7	4,5
2015 ^p	Enero	9,9	4,4	9,9	4,4	6,3	4,6
	Febrero	7,5	4,2	8,8	4,3	6,7	4,7

Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

2. INGRESOS REALES

En febrero de 2015, los ingresos reales de los hoteles aumentaron 7,5% con relación al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año hasta el mes de febrero de 2015, los ingresos reales aumentaron 8,8% y en los últimos doce meses hasta el mes de febrero de 2015, aumentaron 6,7% con respecto al año 2014. (Gráficos 2, 3 y 4).

Gráfico 2.

Variación anual de los ingresos reales mensuales de los hoteles

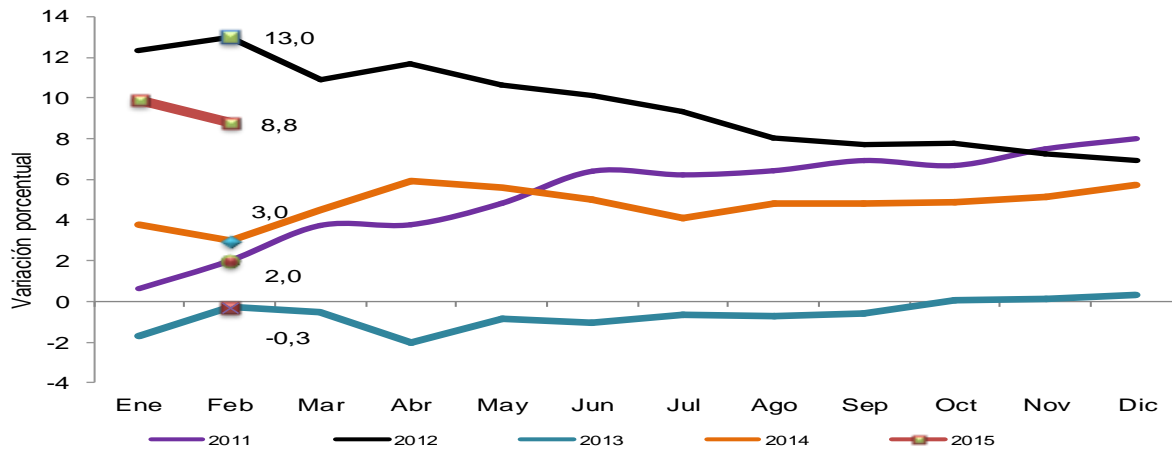
Total nacional

2012 (febrero) – 2015 (febrero)^p



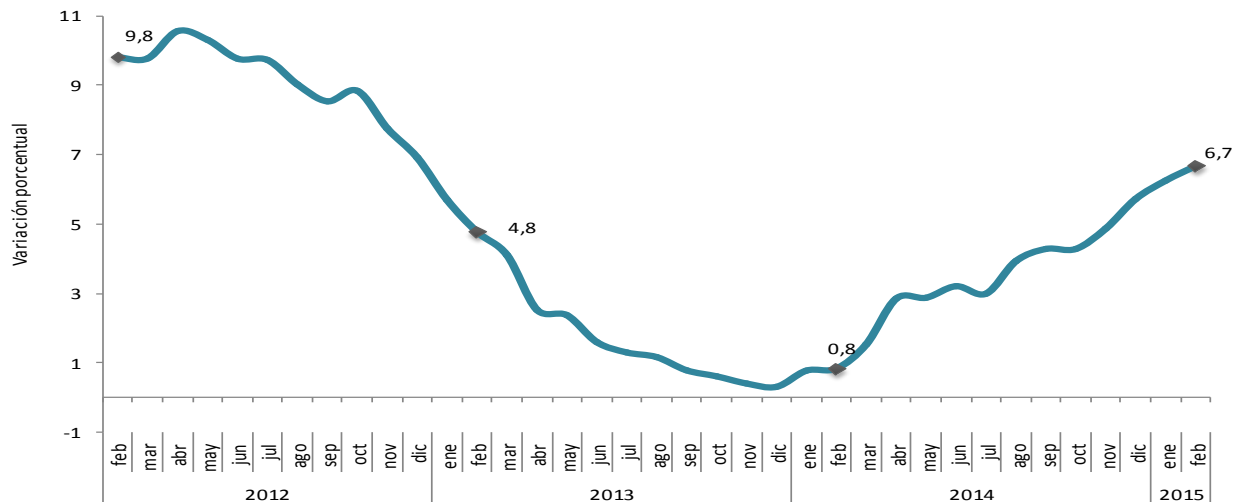
Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Gráfico 3.
Variación año corrido de los ingresos reales de los hoteles
Total nacional
2011 – 2015 (febrero)^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Gráfico 4.
Variación acumulada doce meses de los ingresos reales de los hoteles
Total nacional
2012 (marzo – febrero) – 2015 (marzo – febrero)^p

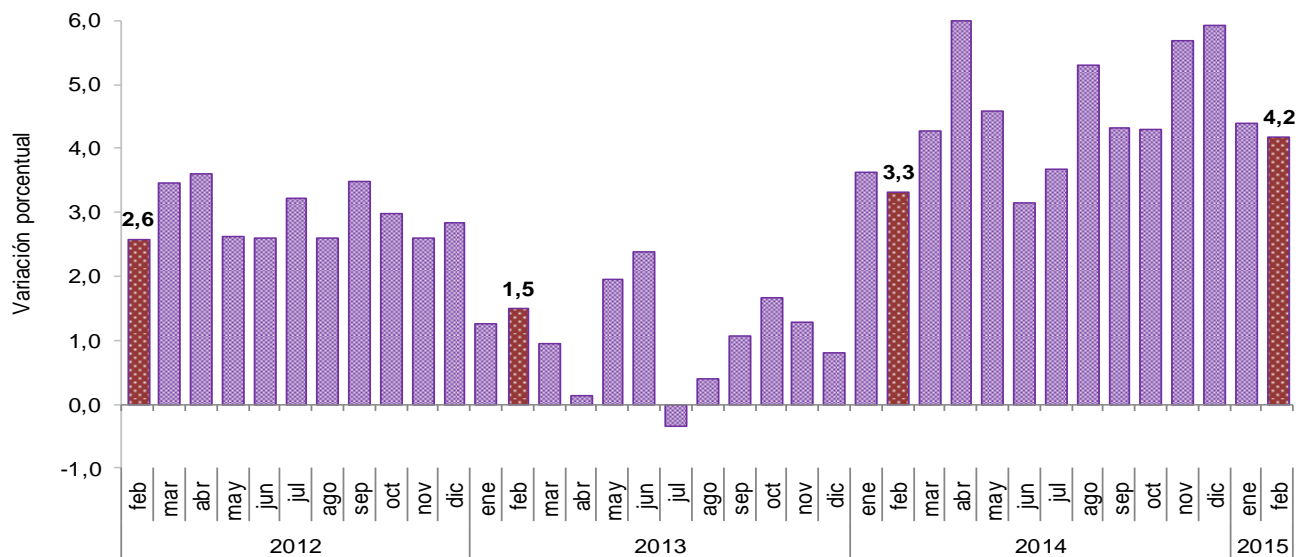


Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

3. PERSONAL OCUPADO

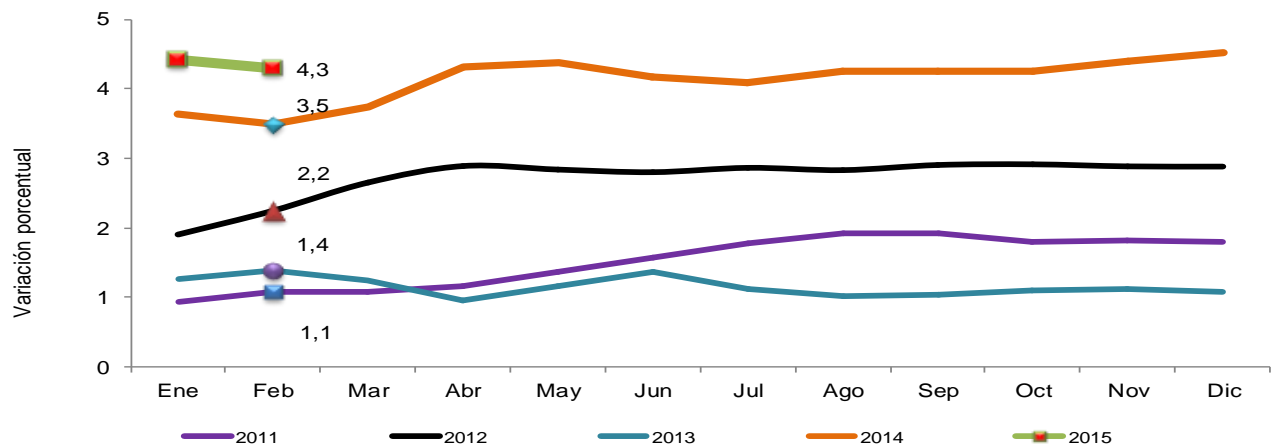
En febrero de 2015, el personal ocupado promedio en los hoteles aumentó 4,2% con relación al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año hasta el mes de febrero de 2015, el personal ocupado promedio aumentó 4,3% y en los últimos doce meses hasta el mes de febrero 2015, el personal aumentó 4,7%, con relación al año 2014. (Gráficos 5, 6 y 7).

Gráfico 5.
Variación anual del personal ocupado
Total nacional
2012 (febrero) – 2015 (febrero)^p



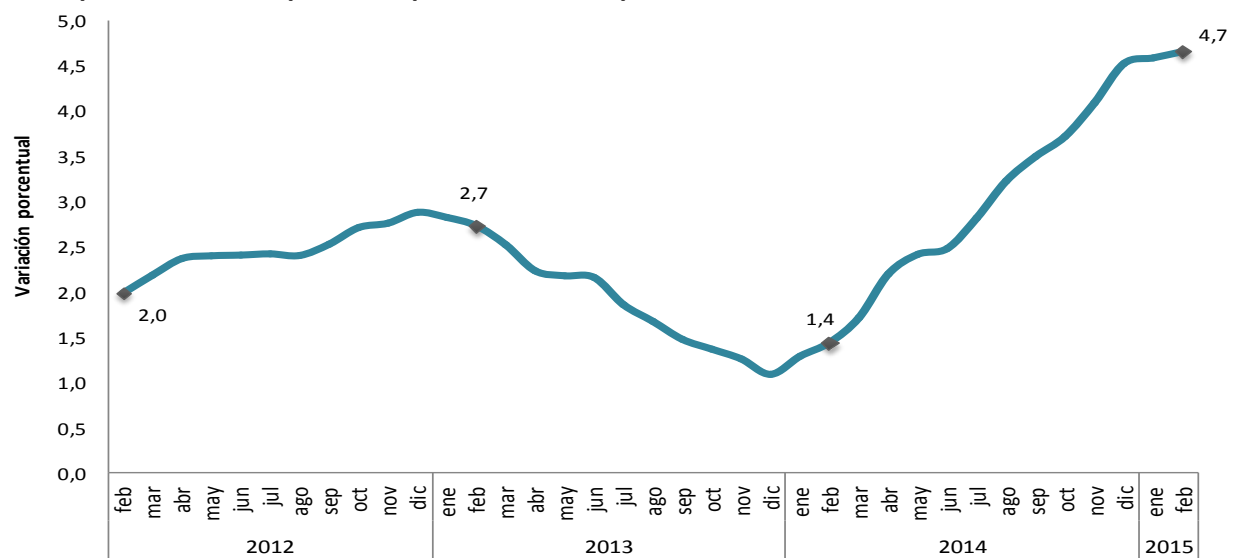
Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Gráfico 6.
Variación año corrido del personal ocupado
Total nacional
2011 – 2015 (febrero)^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Gráfico 7.
Variación acumulada doce meses del personal ocupado
Total nacional
2012 (marzo - febrero) – 2015 (marzo - febrero)^p



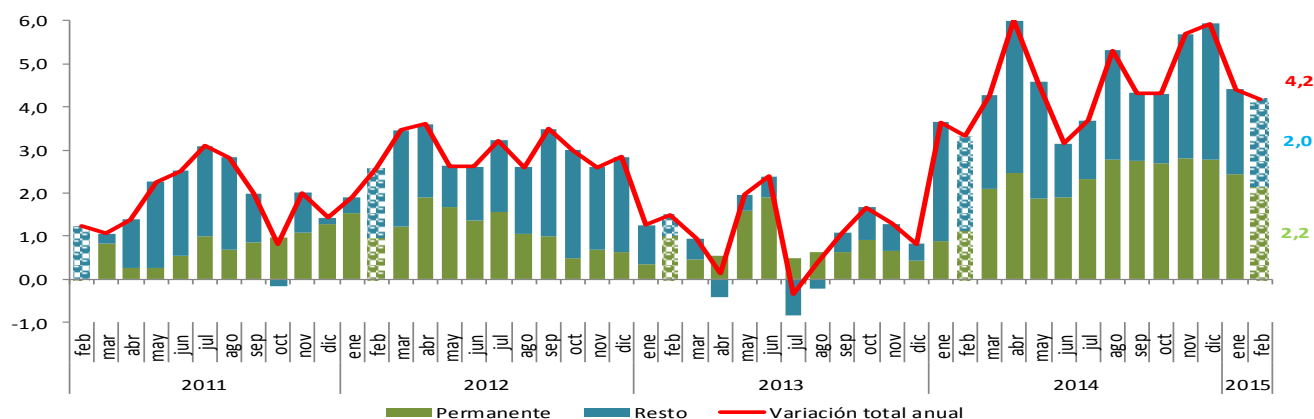
Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Gráfico 8.

Desagregación de la variación anual del personal ocupado, según contribución del permanente y resto³

Total nacional

2011 (febrero) – 2015 (febrero)^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH

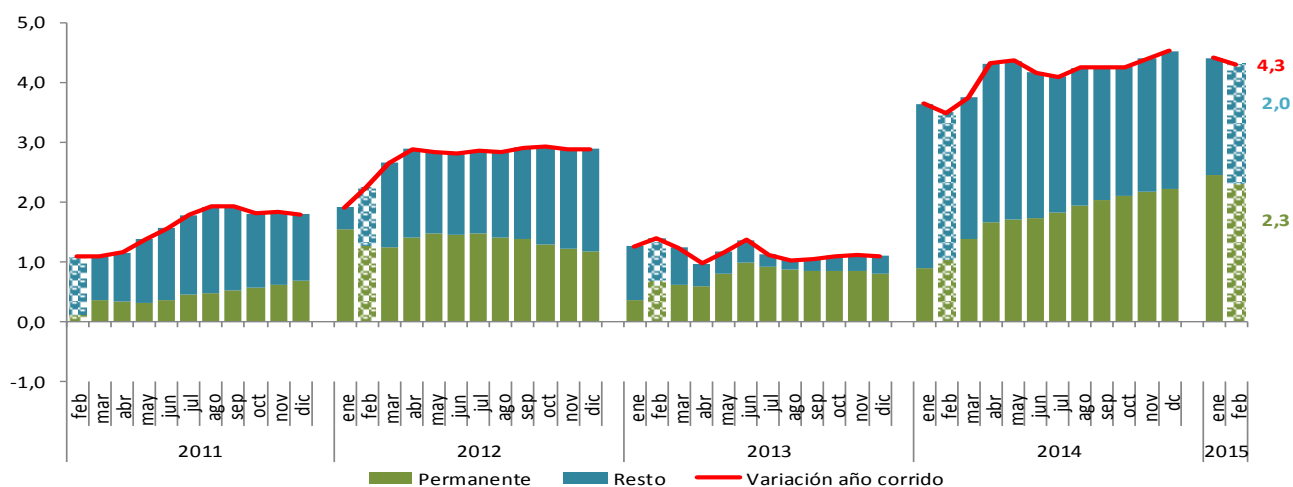
p: provisional

Gráfico 9.

Desagregación de la variación año corrido del personal ocupado, según contribución del permanente y resto

Total nacional

2011 (febrero) - 2015 (febrero)^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH

p: provisional

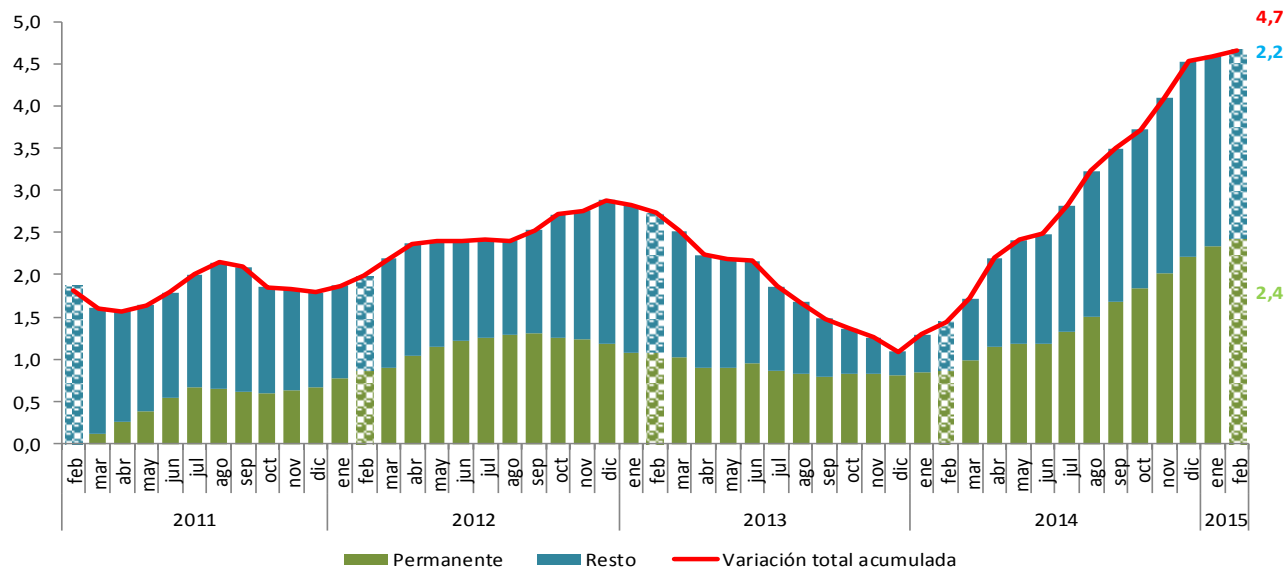
³ El resto del personal lo conforman las siguientes categorías de contratación: propietarios, socios y familiares sin remuneración, temporal directo, temporal contratado a través de agencias y aprendices.

Gráfico 10.

Desagregación de la variación acumulada doce meses del personal ocupado, según contribución del permanente y resto

Total nacional

2011 (marzo - febrero) – 2015 (marzo - febrero)^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

Tabla 2.
Variación anual y contribuciones del personal ocupado en los hoteles
Total nacional
2012 - 2015 (febrero)^p

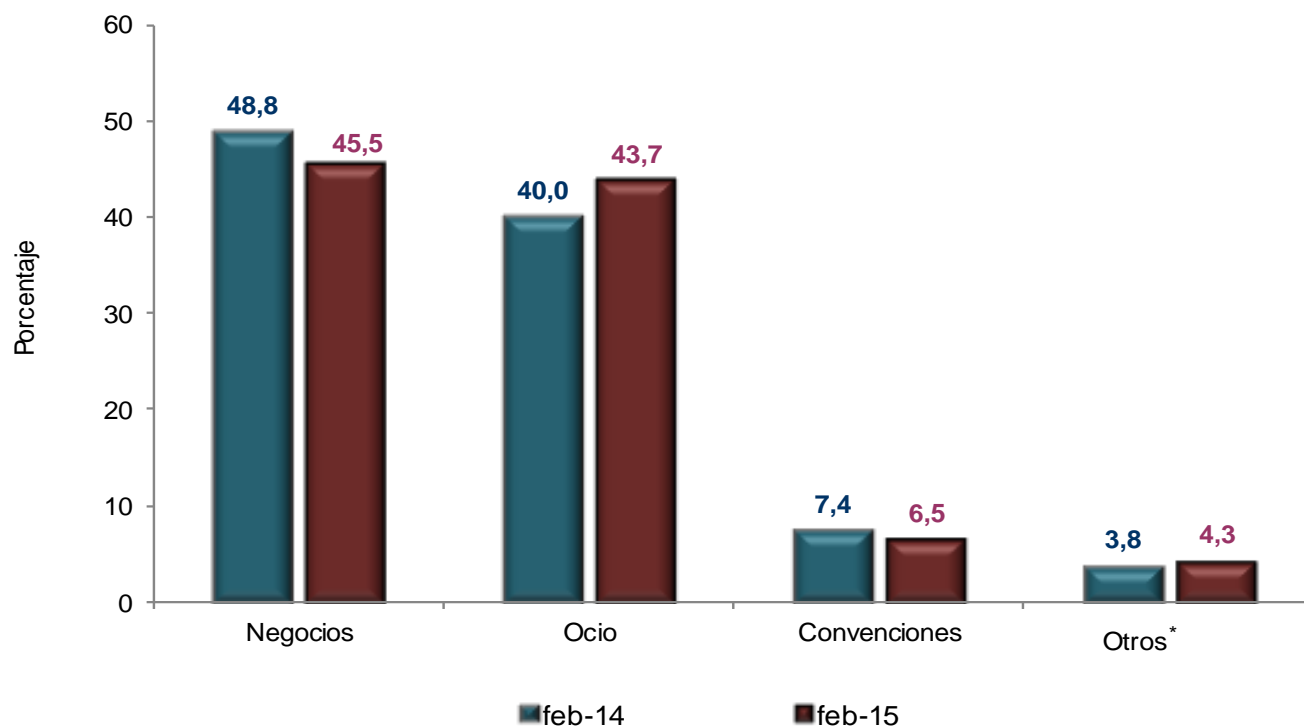
Año	Mes	Variación anual por categoría de personal			Contribución anual por categoría de personal a la variación total (puntos porcentuales)		
		Total del personal	Permanente	Resto	Total del personal	Permanente	Resto
2012 ^p	Enero	1,9	2,4	1,0	1,9	1,5	0,4
	Febrero	2,6	1,5	4,6	2,6	1,0	1,6
	Marzo	3,5	1,9	6,4	3,5	1,2	2,2
	Abril	3,6	3,0	4,7	3,6	1,9	1,7
	Mayo	2,6	2,6	2,7	2,6	1,7	1,0
	Junio	2,6	2,1	3,5	2,6	1,4	1,3
	Julio	3,2	2,5	4,6	3,2	1,6	1,7
	Agosto	2,6	1,7	4,3	2,6	1,1	1,5
	Septiembre	3,5	1,5	7,0	3,5	1,0	2,5
	Octubre	3,0	0,8	7,0	3,0	0,5	2,5
	Noviembre	2,6	1,1	5,3	2,6	0,7	1,9
	Diciembre	2,8	1,0	6,0	2,8	0,6	2,2
2013 ^p	Enero	1,3	0,5	2,5	1,3	0,3	0,9
	Febrero	1,5	1,6	1,4	1,5	1,0	0,5
	Marzo	0,9	0,7	1,3	0,9	0,5	0,5
	Abril	0,1	0,9	-1,1	0,1	0,6	-0,4
	Mayo	2,0	2,5	1,0	2,0	1,6	0,4
	Junio	2,4	3,0	1,3	2,4	1,9	0,5
	Julio	-0,3	0,8	-2,3	-0,3	0,5	-0,8
	Agosto	0,4	1,0	-0,6	0,4	0,6	-0,2
	Septiembre	1,1	1,0	1,2	1,1	0,6	0,4
	Octubre	1,7	1,4	2,1	1,7	0,9	0,8
	Noviembre	1,3	1,1	1,7	1,3	0,7	0,6
	Diciembre	0,8	0,7	1,0	0,8	0,4	0,4
2014 ^p	Enero	3,6	1,4	7,5	3,6	0,9	2,7
	Febrero	3,3	1,8	6,0	3,3	1,1	2,2
	Marzo	4,3	3,3	6,0	4,3	2,1	2,2
	Abril	6,0	3,8	9,9	6,0	2,5	3,5
	Mayo	4,6	2,9	7,6	4,6	1,9	2,7
	Junio	3,2	3,0	3,5	3,2	1,9	1,3
	Julio	3,7	3,6	3,8	3,7	2,3	1,4
	Agosto	5,3	4,4	7,0	5,3	2,8	2,5
	Septiembre	4,3	4,4	4,3	4,3	2,8	1,6
	Octubre	4,3	4,3	4,3	4,3	2,7	1,6
	Noviembre	5,7	4,5	7,8	5,7	2,8	2,9
	Diciembre	5,9	4,4	8,4	5,9	2,8	3,2
2015	Enero	4,4	3,9	5,2	4,4	2,4	2,0
	Febrero	4,2	3,4	5,5	4,2	2,2	2,0

Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

4. MOTIVO DE VIAJE

En febrero de 2015, el principal motivo de viaje de los huéspedes alojados en los hoteles fue negocios (45,5%), seguido por ocio (43,7%) y convenciones (6,5%).

Gráfico 11.
Motivo de viaje de huéspedes
Total nacional
Febrero 2014 – 2015^p

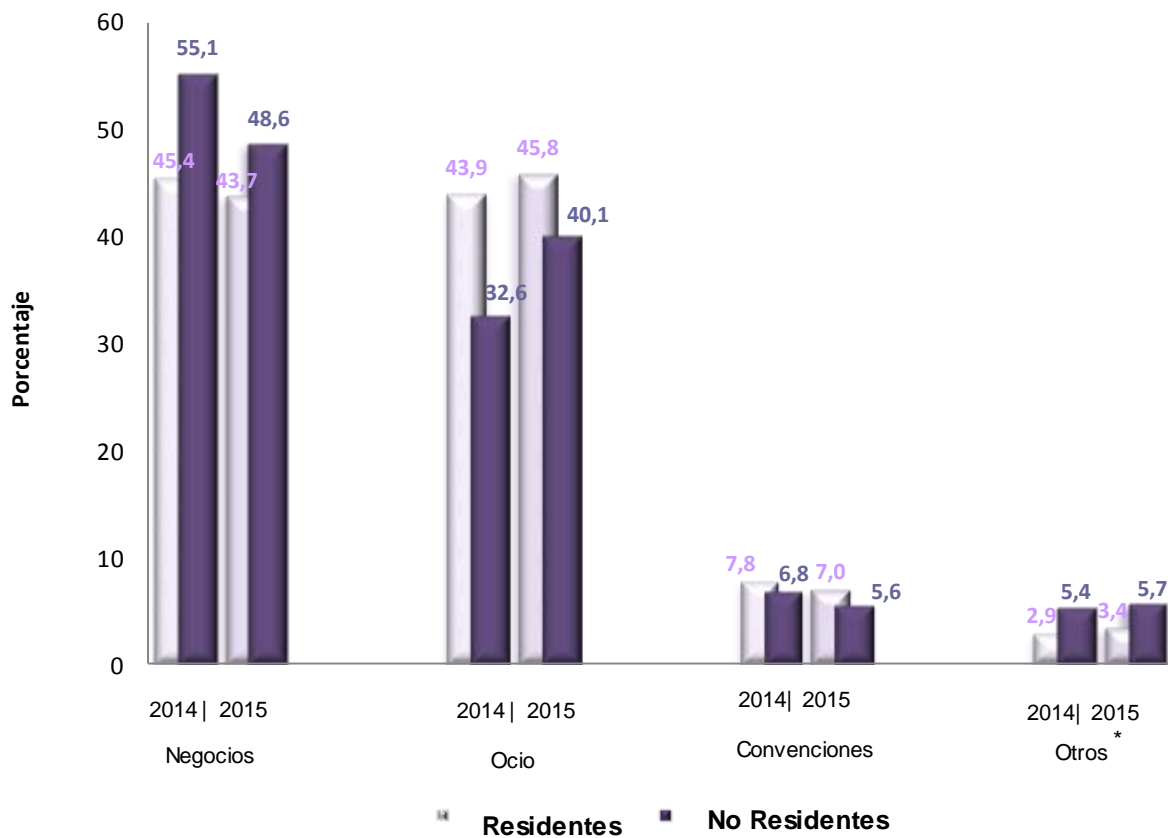


Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

*Otros: hace referencia a salud, amercos y al rubro "otros motivos"

En febrero de 2015, el principal motivo de viaje de los residentes colombianos alojados en los hoteles fue ocio, con una participación de 45,8% en el total, seguido por negocios (43,7%) y convenciones (7,0%). Para los no residentes, el principal motivo de viaje fue negocios con una participación de 48,6%, seguido por ocio (40,1%) y convenciones (5,6%).

Gráfico 12.
 Motivo de viaje de los huéspedes residentes y no residentes en Colombia
 Total nacional
 Febrero 2014 – 2015^p



Fuente: DANE- Muestra Mensual de Hoteles
 *Otros: hace referencia a salud, amercos y al rubro otros

5. OCUPACIÓN HOTELERA

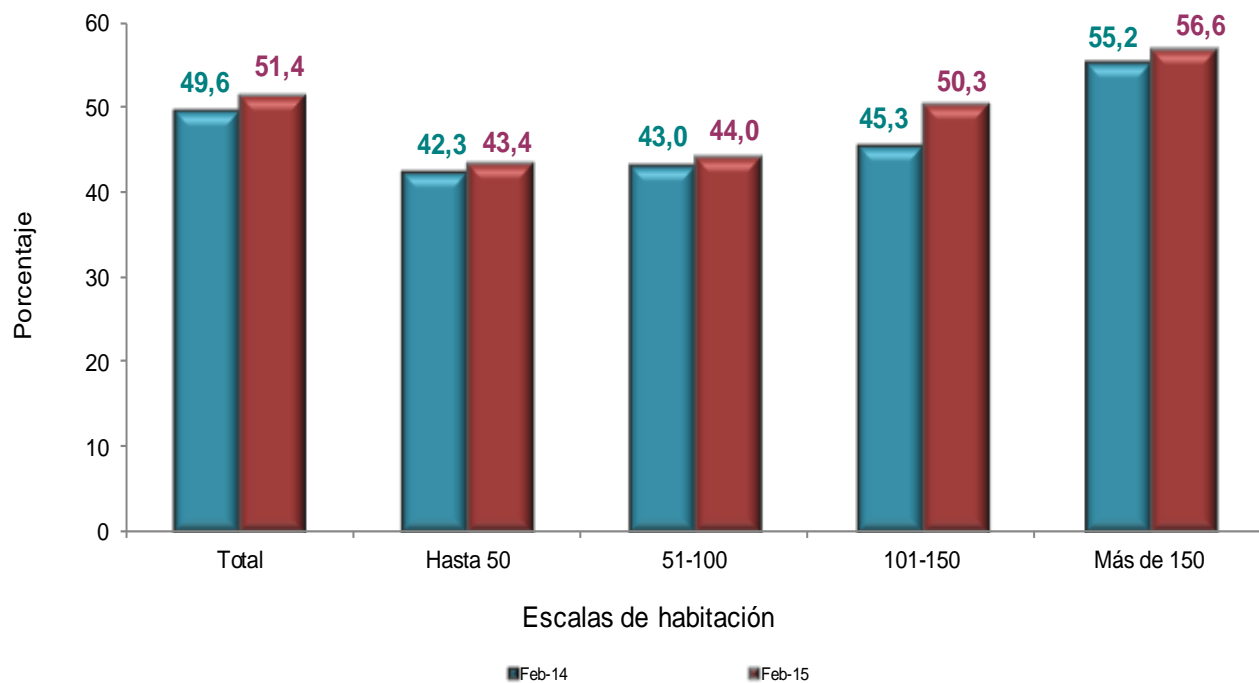
En febrero de 2015, la tasa de ocupación de los hoteles fue de 51,4%, cifra superior en 1,8 puntos porcentuales a la registrada en febrero de 2014. Los hoteles con capacidad de más de 150 habitaciones presentaron la mayor tasa de ocupación (56,6%), seguidos por los hoteles con capacidad entre 101 y 150 habitaciones (50,3%) y los hoteles con capacidad de 51 a 100 habitaciones (44,0%). En lo corrido del año hasta el mes de febrero la ocupación fue de 51,3%, cifra superior en 1,1 puntos porcentuales a la registrada en el mismo periodo del año anterior.

Gráfico 10.

Porcentaje de ocupación hotelera promedio mensual, según escalas de habitación

Total nacional

Febrero 2014 – 2015^p

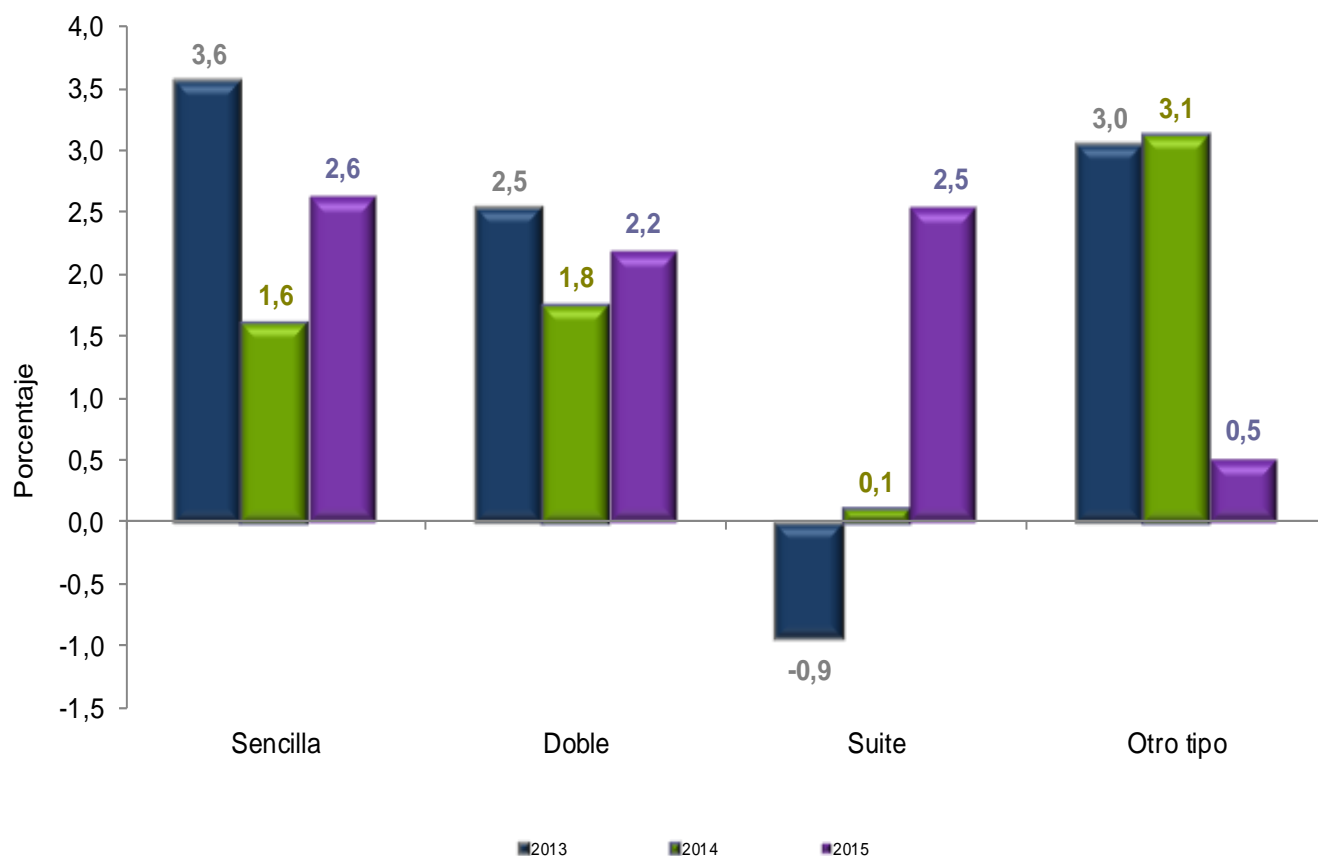


Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH

6. TARIFAS DE HABITACIÓN

En el mes de referencia, la tarifa promedio por acomodación sencilla aumentó 2,6%, la doble 2,2%, la tipo suite 2,5% y la de otros tipos de habitación⁴ 0,5%, todas con relación a febrero de 2015.

Gráfico 11.
Variación anual de las tarifas por acomodación⁵
Total nacional
febrero 2013 - 2015^p



Fuente: DANE – Muestra Mensual de Hoteles MMH
p: provisional

⁴ Otros tipos de acomodación incluyen: habitaciones triple, cuádruple, cabañas y apartamentos.

⁵ De acuerdo a una precisión metodológica del cálculo de las tarifas por tipo de acomodación, se concluye que el método de cálculo se refiere a la evolución de un índice.

7. FICHA METODOLÓGICA

a. Marco de la muestra

Encuesta Anual de Servicios (EAS) 2004.

b. Unidad estadística

Es la empresa que de manera exclusiva o predominante se dedica a la prestación de servicios de interés, dentro del territorio nacional y respecto de la cual exista o pueda recopilarse información.

c. Cobertura (representatividad de los resultados)

Se entregan resultados para el total nacional.

d. Universo de estudio

Son las unidades económicas formalmente establecidas (con NIT y registro mercantil) ubicadas en el territorio nacional y dedicadas a prestar los servicios de alojamiento en hoteles.

e. Población objetivo

Son las unidades económicas formalmente establecidas (con NIT y registro mercantil), ubicadas en el territorio nacional y dedicadas a prestar los servicios de alojamiento, que según el marco ocupaban 20 o más empleados y/o registraban ingresos iguales o superiores a \$320 millones de pesos del año 2000 para los hoteles de inclusión forzosa. Los hoteles que se encuentran por debajo de estos límites son de inclusión probabilística.

f. Clasificación estadística

Clasificación Industrial Internacional Uniforme -CIIU, Revisión 3.0 A.C., en las clase 5511 y 5513.

g. Tamaño de muestra

La muestra está dirigida a 562 hoteles, de los cuales 330 son de inclusión forzosa y 232 son de inclusión probabilística.

h. Escalas

Los resultados específicos de la actividad hotelera (motivo de viaje, porcentaje de ocupación y tarifa promedio por habitación) se presentan en las siguientes escalas:

Escalas - Hoteles	Número de habitaciones disponibles al mes
1	Hasta 50
2	51-100
3	101- 150
4	Más de 150

i. Deflatores

Para resultados de variaciones reales de ingresos, se deflacta cada componente del ingreso por su respectivo índice de precios. A partir de julio 2011 se realiza una mejora metodológica en el procesos de deflactación, en la que se utiliza el índice de precio implícito para deflactar uno de los componentes de ingresos. Para efectos de comparabilidad se ha ajustado la serie desde julio de 2004.

j. Variaciones

Anual:

Variación anual = $((\text{valor del mes del año de referencia} - \text{valor del mismo mes del año anterior}) / (\text{valor del mes del año anterior})) * 100$

Variación año corrido:

Variación acumulada anual = $((\text{valor de los meses transcurridos del año de referencia} - \text{valor de los mismos meses transcurridos del año anterior}) / (\text{valor de los meses transcurridos del año anterior})) * 100$

Variación últimos doce meses:

Variación doce meses = $((\text{valor de los 12 últimos meses transcurridos hasta el mes de referencia} - \text{valor de los mismos 12 meses transcurridos del año anterior}) / (\text{valor de los 12 meses transcurridos del año anterior})) * 100$

8. GLOSARIO

Las definiciones que se citan a continuación, provienen de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3 adaptada para Colombia. 1998, de las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo. 2008, y algunas son definiciones propias de la investigación.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las actividades Económicas (CIIU): clasificación internacional de referencia de las actividades económicas productivas. Su principal finalidad es facilitar un conjunto de categorías de actividad que pueda utilizarse para la elaboración de estadísticas por actividades.

Servicios: productos heterogéneos generados cada vez que son solicitados sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario y no pueden ser negociados por separado de su producción, transportados o almacenados.

Empresa: entidad institucional en su calidad de productora de bienes y servicios. Para efectos de las estadísticas económicas, empresa es toda unidad económica o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que, actuando bajo una denominación jurídica única, abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.

Establecimientos de alojamiento: según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje, el cual es un contrato de arrendamiento, de carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a ésta actividad celebra con el propósito principal de prestar alojamiento a otra persona denominada huésped, mediante el pago del precio respectivo día a día, por un plazo inferior a 30 días. La obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo cubre únicamente a los establecimientos que presten servicio de alojamiento exclusivamente a personas que tengan el carácter de turistas.

Personal permanente: personas contratadas para desempeñar labores por tiempo indefinido y que figuran en la nómina empresarial, para desarrollar labores relacionadas con la actividad principal de la empresa, exclusivamente, no obstante se encuentre temporalmente ausente, como trabajadores con licencias remuneradas o en huelga. Se refiere al número de personas ocupadas con contrato a término indefinido. (Tener En cuenta art 47 del Código Sustantivo del Trabajo)

Porcentaje de ocupación: porcentaje de ocupación hotelera, que se obtiene al dividir el número de habitaciones vendidas entre el número de habitaciones disponibles por 100.

Motivo principal de viaje: el motivo principal de viaje se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. El motivo principal de un viaje ayuda a determinar si éste puede considerarse un viaje turístico y si el viajero puede considerarse un visitante.

Habitación sencilla: conjunto de habitación con cama individual o personal y baño.

Habitación doble: conjunto de habitación con cama doble o dos camas sencillas y baño; se asimila a la denominada twin.

Habitación suite: conjunto de dos o más habitaciones con sus respectivos cuartos de baño, y al menos un salón común.

Huéspedes no residentes: aquellas personas que no tienen un centro de interés económico y no mantienen dentro del país una vivienda o residencia principal. El centro de interés económico de esa persona se encuentra fuera del país, sus actividades económicas las realizan de forma definida o por un período limitado.

Huéspedes residentes: aquellas personas que tienen un centro de interés económico en el país. Es decir, que circulan libremente dentro del país y que poseen algún lugar de vivienda, establecimiento de producción u otras instalaciones dentro del territorio nacional, desde el cual realiza o tiene intenciones de seguir realizando actividades y transacciones económicas de forma indefinida o por un período prolongado.

Si requiere información adicional, contáctenos a través del correo
contacto@dane.gov.co.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Bogotá, D.C. – Colombia

www.dane.gov.co