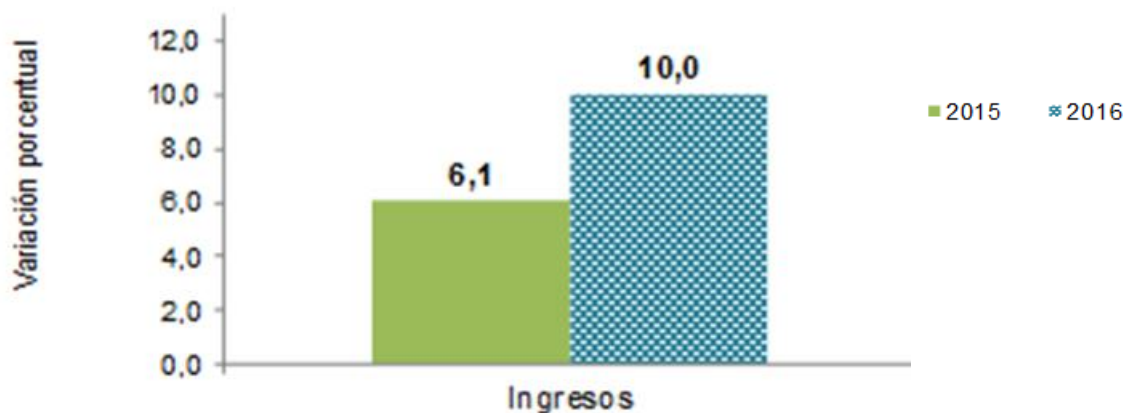


Bogotá, 19 de mayo de 2016

La variación en los ingresos reales de los hoteles para marzo de 2016 es 10,0 %. En marzo de 2015 fue de 6,1 %

Variación anual de los ingresos reales de los hoteles
Total Nacional
Marzo 2015-2016^P



Fuente: DANE - Muestra Mensual de Hoteles
MMH



GP 011-1



SC 1081-1



CO-SC 1081-1

Director

Mauricio Perfetti del Corral

Subdirector

Carlos Felipe Prada Lombo

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

- Durante el primer trimestre de 2016 la variación en los ingresos reales de los hoteles fue 11,0 %. En el primer trimestre de 2015 la variación fue de 8,3 %
- En el acumulado abril 2015 a marzo 2016, los ingresos reales de los hoteles se ubicaron en 9,5 %. Para el mismo periodo del año anterior la variación fue de 6,9 %.
- En marzo de 2016, el principal motivo de viaje de los huéspedes alojados en los hoteles fue ocio con 48,0 %, seguido por negocios con 41,6 % y convenciones con 6,2 %.

Muestra Mensual de Hoteles-MMH

Marzo de 2016

COORDINACIÓN INFORMATIVA- DANE

La Muestra Mensual de Hoteles, MMH, reveló que los ingresos reales de los hoteles para marzo de 2016 se ubicaron en 10,0 % con relación a marzo de 2015 cuando se presentó en 6,1 %.

Por su parte, el personal ocupado promedio en los hoteles durante este mes fue 4,6 %, mientras que en marzo de 2015 se ubicó en 2,5 %.

La ocupación hotelera durante el tercer mes de 2016 fue de 57,6 % y en marzo de 2015 fue de 53,4 %.

En este periodo el principal motivo de viaje de los huéspedes alojados en los hoteles fue ocio con 48,0 %, seguido por negocios con 41,6 % y convenciones con 6,2 %.

En el mes de referencia, el principal motivo de viaje de los **residentes** colombianos alojados en los hoteles fue ocio, con una participación de 51,3 % en el total, seguido por negocios con 38,8 %, convenciones con 5,8 % y “otros motivos” (salud, amercos y al rubro “otros motivos”) con 4,2 %. En marzo de 2015 estos motivos participaron así: ocio con 45,0%, negocios con 45,4 %, convenciones con 6,2 % y otros motivos con 3,4 %.

Para los **no residentes**, el principal motivo de viaje fue negocios con una participación de 47,2 %, seguido por ocio con 41,5 %, convenciones con 7,0 % y “otros motivos” (salud, amercos y al rubro “otros motivos”) con 4,2 %. Para marzo de 2015 estos motivos presentaron una participación: negocios con 51,8 %, ocio con 35,8 %, convenciones con 5,6 % y otros motivos con 6,7 %.

En cuanto a las tarifas de habitación, durante marzo de 2016 la tarifa promedio por acomodación sencilla presento variación de 7,7 %, la doble 7,0 %, la tipo suite 6,3 % y la de otros tipos de habitación 9,1 %, todas con relación a marzo de 2015 cuando la tarifa promedio para habitación sencilla se ubicó en 2,4 %, la doble en 2,5 %, la tipo suite 1,8 % y la de otros tipos de habitación (habitaciones triple, cuádruple, cabañas y apartamentos) 2,5 %.

Año corrido

Los ingresos reales de los hoteles para el primer trimestre de 2016 registraron una variación de 11,0 %. En el primer trimestre de 2015 fue de 8,3 %.

En este periodo, el personal ocupado promedio registró una variación 3,1 %, en el mismo periodo de 2015 se ubicó en 4,2 %.

Por otro lado, la ocupación hotelera entre los tres primeros meses de 2016 fue 56,4 %, frente a 51,0 % presentado en 2015.

Doce meses

En el acumulado abril de 2015 a marzo de 2016, los ingresos de los hoteles se ubicaron en 9,5 %. Para el mismo periodo del año anterior el registro fue de 6,9 %.

El personal ocupado promedio aumentó 3,4 % con relación al mismo periodo del año anterior, cuando se ubicó en 4,8 %.

Por su parte, la ocupación hotelera fue de 55,4 % y en el mismo periodo de 2015 fue 52,4 %.

Acerca de:

La Muestra Mensual de Hoteles –MMH–

La Muestra Mensual de Hoteles es una investigación complementaria a la Encuesta Anual de Servicios, cuyo objetivo es 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.

Contar con indicadores del sector hotelero se constituye en una necesidad prioritaria del sistema estadístico nacional, porque permiten evaluar la dinámica del sector y orientar la formulación y diagnóstico de la política económica nacional.



*Para contactar a la oficina de prensa escribanos a **oprensa@dane.gov.co**, o comuníquese al teléfono 597 8300 Extensiones 2298, 2515, 2367, 2230 y 2366*

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

www.dane.gov.co
@DANE_Colombia
www.facebook.com/DANEColombia