Indicadores de rentabilidad del sector hotelero

Elena Rosa Pérez
(Directora de programa)
María Velasco Gimeno
(Jefa de área)
Área de Estadísticas de Turismo
SG de Estadísticas de Empresas. INE

INTRODUCCIÓN

En la toma de decisiones, tanto si estamos hablando de medidas políticas a nivel general como de medidas de marketing a nivel de una pequeña empresa, la disponibilidad de información estadística puede resultar muy importante, y más aún en momentos de incertidumbre económica como el que estamos viviendo.

Según definición comúnmente aceptada, el *Revenue Management* es el proceso de influir en el **comportamiento del cliente** con la finalidad de obtener el **mayor beneficio** posible. El *Revenue Management* se ha convertido en una necesidad imperiosa desde el hotel más pequeño al más grande, del de menor categoría al 5*GL más reputado. Todos los establecimientos hoteleros están optando por incluir el *Revenue Management* como una parte importante de su estrategia de comercialización. Los principales indicadores asociados a este concepto, que permiten conocer el estado financiero de un hotel, son el ADR y el RevPAR.

EL ADR *(Average Daily Rate)* o Tarifa Media Diaria *es la tarifa media disponible que resulta de todas las tarifas de un establecimiento.*

$$ADR = \frac{\text{Ingreso total por habitaciones}}{\text{Total habitaciones ocupadas}}$$

El RevPAR (Revenue per Available Room) o Ingresos por Habitación Disponible *son los ingresos medios de un establecimiento por habitación disponible.*

$$RevPAR = \frac{\text{Ingreso total por habitaciones}}{\text{Total habitaciones disponibles}}$$

El ingreso total por habitación incluye sólo el precio del alojamiento, sin desayuno, ni media pensión, ni pensión completa, de una habitación doble con baño excluyendo los impuestos. Es una medida, por tanto, basada en el ingreso percibido por el empresario por la prestación únicamente del servicio de alojamiento.

El RevPAR es la forma de medir la efectividad de una estrategia comercial y de precios y lo cerca o lejos que estamos de alcanzar la rentabilidad en un hotel, ya que permite saber cuántas habitaciones se han ocupado y cuanto dinero se ha ganado por cada una de ellas, en un mes.

El RevPAR difiere del ADR en que el RevPAR se ve afectado por las habitaciones disponibles no ocupadas, mientras que el ADR muestra únicamente la tarifa media de habitaciones que realmente se han vendido. De esta forma se puede interpretar el ADR como el valor facturado por el establecimiento mientras que el RevPAR es la realmente cantidad ingresada. Ambas variables están vinculadas a través del grado de ocupación por habitaciones:

$$RevPAR = ADR * \text{Grado de ocupación}$$

METODOLOGÍA EMPLEADA EN EL INE

El ADR y el RevPAR conforman en el INE la operación estadística *Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero (IRSH)* y la información necesaria para su elaboración se recoge a través de la *Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH).*

La Encuesta de Ocupación Hotelera es una operación estadística realizada por el INE que recoge información sobre el número de viajeros y pernoctaciones, y también sobre el empleo y los precios en el sector hotelero. La metodología[1] de esta encuesta se comenta en un artículo de esta misma revista.

[1] La metodología detallada está disponible en: http://www.ine.es/daco/daco42/ocuphotel/notaeoh.htm

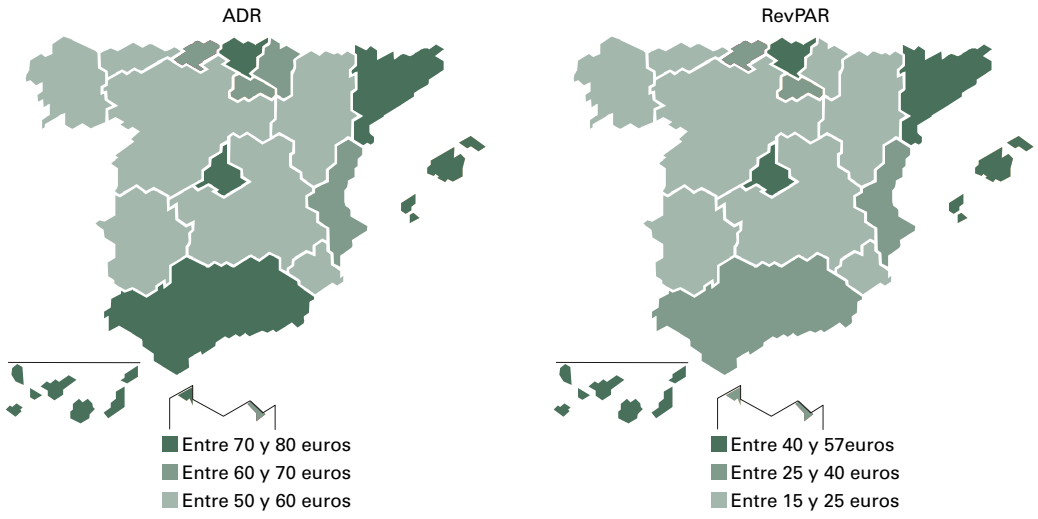
NECESIDADES DEL SECTOR, NO DEL REGLAMENTO

La información sobre viajeros, pernoctaciones, establecimientos y capacidad de los hoteles recogida por la EOH, se utiliza para satisfacer las obligaciones de suministrar información a Eurostat (Reglamento 692/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a las estadísticas europeas sobre el turismo), así como para dar respuesta a las necesidades de información de otros organismos internacionales, como la Organización Mundial del Turismo.

Sin embargo, la iniciativa de calcular los IRSH surge para dar respuesta a una demanda de información del propio sector hotelero, que tenía información parcial de estas variables.

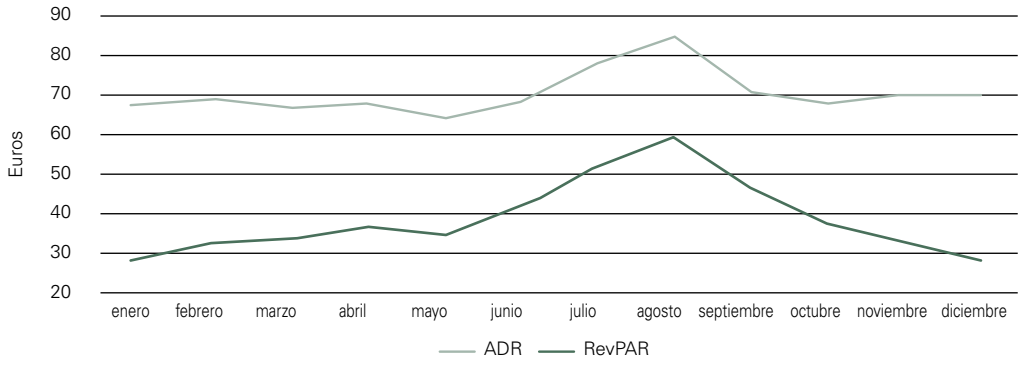
Para poder satisfacer esta necesidad, la pregunta del cuestionario de la EOH sobre los precios se modificó en 2008 con el fin de recoger el ADR de los establecimientos, distinguiendo entre los siguientes tipos de clientes: Tour operador tradicional, Agencia de viajes tradicional, Empresas, Particulares, Grupos, Contratación directa en la web del hotel o cadena, Tour operador on-line, Agencia de viajes on-line y Otros.

Gráfico. ADR por Comunidad Autónoma en 2012/RevPAR por Comunidad Autónoma en 2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Gráfico. ADR y RevPAR mensual en 2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.



DATOS NACIONALES, POR CCAA, PROVINCIAS, ZONAS, PUNTOS

Los resultados se publican en la página web del INE, tanto del ADR como del RevPAR, a nivel nacional y para las distintas Comunidades Autónomas, y está disponible también para las provincias, zonas turísticas y puntos turísticos, en algunos casos desagregada incluso por categorías.

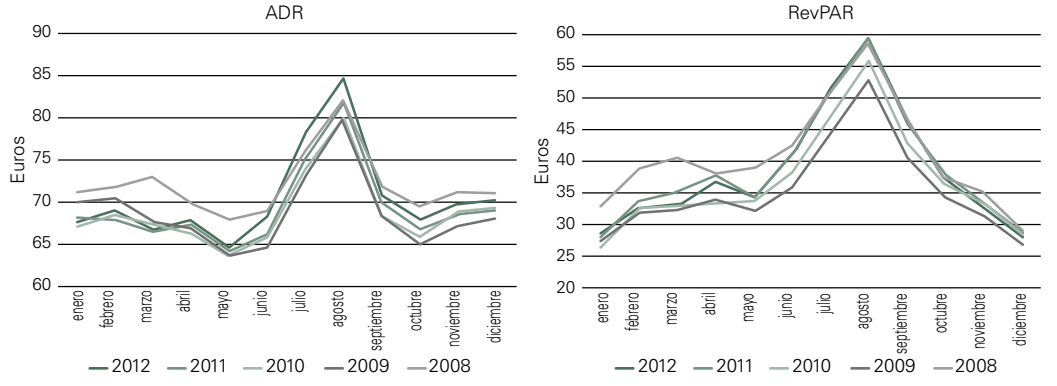
Analizando los datos de 2012 se puede observar que aunque el ADR disminuye en los cinco primeros meses del año, el RevPAR experimenta un ligero crecimiento, influido por el efecto Semana Santa. Mientras que a final de año ocurre lo contrario, ya que aunque el ADR aumenta, el RevPAR experimenta una bajada continua.

En ciudades como Madrid se puede llegar incluso a disponer de información sobre estos indicadores para las distintas zonas de la ciudad. Estos datos pueden ayudar a los hoteleros y cadenas a detectar posibles desviaciones de precios o a desarrollar acciones para elevar el nivel de ocupación respecto a su competencia más directa, que en ciudades grandes puede no ser el municipio, sino la de la zona en que se sitúa el hotel.

ESTACIONALIDAD

La estacionalidad se puede observar a través de los indicadores, que toman su valor máximo en el mes de agosto, siendo los meses de verano aquellos en los que los precios son más altos a lo largo del año. También se puede observar el efecto de la Semana Santa, que cayó en marzo en 2008 y en abril en el resto de los años. Por otro lado puede observarse una subida de precios en los meses de noviembre y diciembre. Los meses de mayo y octubre son los que tienen los valores más pequeños.

Gráfico. ADR 2008-2012/RevPAR 2008-2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

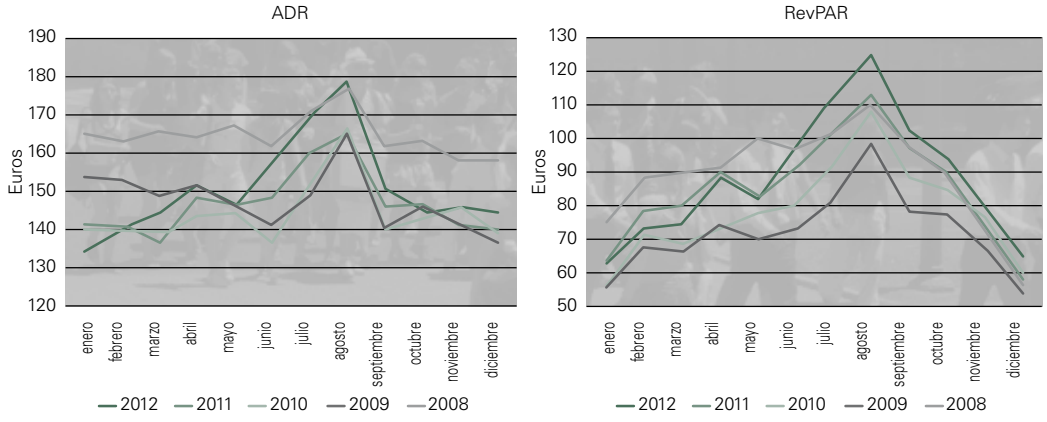
CRISIS

Analizando los datos de los últimos cinco años se puede observar que en 2009 y 2010 fue cuando alcanzaron los valores más bajos, recuperándose en 2011 y 2012 valores parecidos a los que había en 2008, sobre todo en verano.

Sin embargo, si este análisis lo realizamos por categorías se puede observar que en el caso de hoteles de 5 estrellas, mientras que el ADR en 2012 tomó valores que variaron mucho a lo largo del año, siendo bajos en invierno y subiendo en verano, si nos fijamos en el RevPAR de los años 2011 y 2012 se observa una recuperación respecto a los años 2009 y 2010, incluso los valores desde junio de 2012 son los más altos en los últimos cinco años. Esto se puede explicar por el hecho de que un 75% de las pernoctaciones realizadas en hoteles de 5 estrellas en 2012 son de residentes en el extranjero y por que el sector de lujo ha acusado menos la crisis.

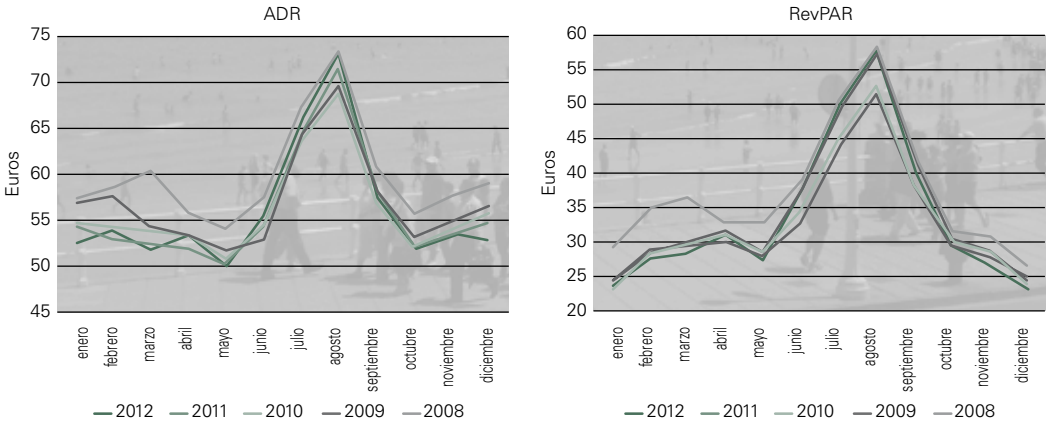
En 2009 y 2010 fue cuando alcanzaron los valores mas bajos, recuperándose en 2011 y 2012 valores parecidos a los que había en 2008

Gráfico. ADR en hoteles de 5 estrellas 2008-2012/RevPAR en hoteles de 5 estrellas 2008-2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Gráfico. ADR en hoteles de 3 estrellas 2008-2012/RevPAR en hoteles de 3 estrellas 2008-2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.



Con la información sobre precios del cuestionario de la EOH también se obtiene el Indice de Precios Hoteleros (IPH), que es utilizado por el propio INE en la Cuenta Satélite de Turismo o por el Banco de España en la Balanza de Pagos

Para saber más...

- Metodologías de las encuestas de Ocupación publicadas en la web del INE (**www.ine.es**).
- Metodología y datos de los Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero en la web del INE: **http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe230&file=inebase&L=0**
- Oficina Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT) (1999), "Metodología Comunitaria sobre las Estadísticas del Turismo", Bruselas.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2008), "Recomendaciones sobre estadísticas de turismo", Madrid y Nueva York (2009).
- Instituto de Estudios Turísticos: **www.iet.tourspain.es**
- Organización Mundial del Turismo (OMT): **http://www2.unwto.org/es**
- Eurostat: **http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal**

Si nos fijamos en los hoteles de 3 estrellas, en los cuales las pernoctaciones de residentes en España ya representan un 34%, se puede ver que el ADR toma valores semejantes a los recogidos desde 2009 a 2011, ligeramente inferiores a los de 2008, y lo mismo ocurre con el RevPAR, que refleja precios semejantes en los últimos cincos años.

USUARIOS DE LA INFORMACIÓN

Entre los usuarios de estos indicadores se encuentran desde confederaciones como la CEHAT, que mensualmente publica el "Cehat Hotel Monitor", o asociaciones como EXCELTUR, que utilizan esta información para elaborar el "Barómetro de la rentabilidad", hasta organismos públicos como universidades o Comunidades Autónomas, pasando por consultoras que utilizan la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera, sobre precios y también sobre oferta y demanda, con el fin de ofrecer asesoramiento estratégico y financiero.

Indicar también que con la información sobre precios del cuestionario de la EOH también se obtiene el Índice de Precios Hoteleros (IPH), que es utilizado por el propio INE en la Cuenta Satélite de Turismo o por el Banco de España en la Balanza de Pagos.

Otra utilidad de los IRSH son los informes personalizados que el INE proporciona a los establecimientos que envían el fichero XML con los datos mensuales de la Encuesta de Ocupación Hotelera. Estos informes contienen gráficos y tablas presentando el ADR, RevPAR y Grado de Ocupación del establecimiento comparándolos con la media de los de su misma categoría y provincia.