

SIIT- DMQ: Encuesta de Ocupación Hotelera
Boletín No. 1, datos de junio 2006

1

**Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del Distrito
Metropolitano de Quito (SIIT-DMQ)**

**Encuesta de Ocupación Hotelera
Boletín No. 1, junio**

- Asociación de Hoteles de Quito Metropolitano, HQM
- Asociación Hotelera de Pichincha, AHOTP
- Cámara Provincial de Turismo de Pichincha, CAPTUR
- Corporación Metropolitana de Turismo, CMT
- Centro de Planificación y Estudios Sociales, CEPLAES

Quito, julio 31 de 2006

Índice

Siglas y acrónimos utilizados	3
Presentación	4
Nota metodológica.....	5
1. Los hoteles de Quito: una esforzada industria.....	6
2. Las "observaciones" de los productores.....	10
3. Los resultados de la Encuesta.....	11
4. Cuadros Estadísticos	13
Ficha Metodológica: Boletín No. 1	16
6. Anexo técnico: principales conceptos.....	17

Siglas y acrónimos utilizados

AHOTEC	Federación Hotelera del Ecuador
AHOTP	Asociación Hotelera de Pichincha
CAPTUR	Cámara Provincial de Turismo de Pichincha
CEPLAES	Centro de Planificación y Estudios Sociales
CMT	Corporación Metropolitana de Turismo
DMQ	Distrito Metropolitano de Quito
EE. UU.	Estados Unidos de Norteamérica
EOH	Encuesta de Ocupación Hotelera
OH	Ocupación hotelera
SARS	Gripe aviaria
SETE	Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador
SICAP	Sistema Indicadores de Coyuntura y de Alerta Temprana
SICAT-DMQ	Sistema de Indicadores de Coyuntura de la Actividad Turística en el DMQ
SIIT-DMQ	Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del DMQ
SIT	Sistema de Indicadores Turísticos del DMQ
USD	Dólares de los EE. UU.

Presentación

Las instituciones participantes en el proyecto SIIT – DMQ, ponen a consideración de los productores del sector turístico del Distrito Metropolitano de Quito, los primeros resultados de la *Encuesta de Ocupación Hotelera*.

Se aspira a que este boletín apoye la gestión de los establecimientos hoteleros del Distrito y se agradece el aporte de los empresarios que respondieron a la presente investigación: únicamente el trabajo mancomunado, permitirá mejor gestión y planificación de la actividad de alojamiento.

Se ha planteado como objetivo hacer que la EOH sea una investigación continua; su permanencia será función de la cooperación que se otorgue.

Se reitera el compromiso respecto del carácter confidencial de la información entregada y se invita a hacer llegar observaciones, críticas o sugerencias, a fin de lograr la excelencia que se busca.

Nota metodológica

Diversos eventos, como la Copa FIFA -el mundial de fútbol-, dificultaron el proceso de capacitación ofrecido a los informantes; esta circunstancia dilató el trabajo de campo; por esta razón, las cifras relativas a junio de 2006, presentadas en este boletín, tienen carácter provisional. En consecuencia, en próximas entregas, los resultados del presente mes se modificarán, hasta obtener cifras con el 100% de cobertura; además, se espera que los empresarios, al conocer mejor los objetivos de la encuesta y el contenido del formulario, puedan ocupar menos tiempo en responderlo.

Encuesta de Ocupación Hotelera Boletín No. 1

1. Los hoteles de Quito: una esforzada industria

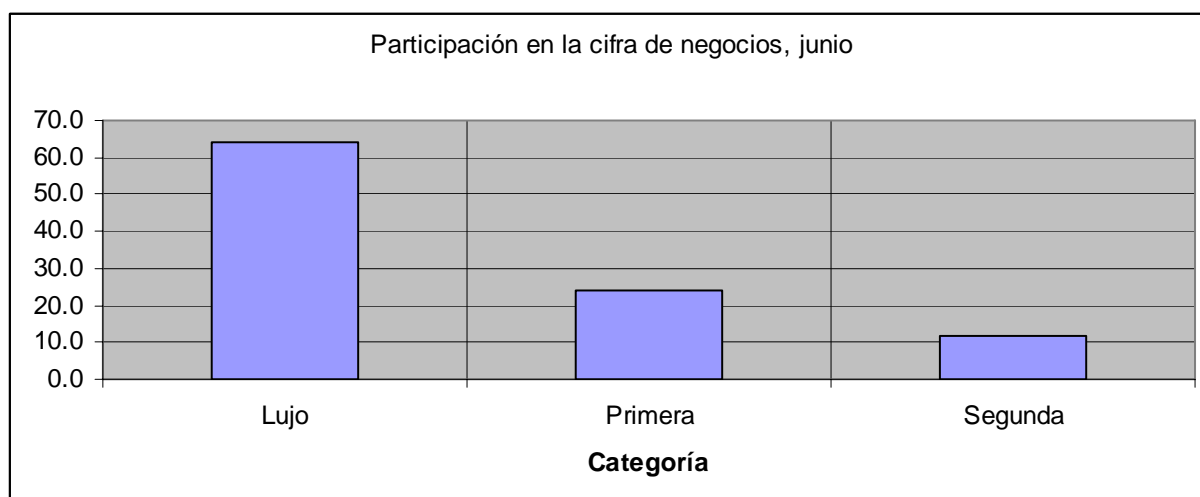
La tasa de ocupación hotelera en el Distrito Metropolitano, en junio, registra un nivel bajo: 50,0%; es decir, de 100 habitaciones ofrecidas en el mes, sólo 50 pudieron venderse; por tanto, otras 50 permanecieron vacías.

Cuadro 1. **Tasa de ocupación hotelera**
-junio, por categoría de alojamiento-

Categoría	TOH
Lujo	64.5
Primera	43.7
Segunda	43.1
Total	50.0

Fuente: EOH, No.1

Como toda media, ese indicador esconde escenarios disímiles, pues, contextos de incertidumbre o de auge, inciden de forma asimétrica en los elementos de una población estadística. Así, los hoteles de gama superior, tendrían mejor desempeño; de la misma forma, en los alojamientos situados en las zonas norte y centro - norte, la TOH registraría niveles más altos que en otras ubicaciones.



Fuente: EOH, No.1

De cualquier modo, en conjunto, la cifra de negocios de los servicios de hotelería en el DMQ, no transita su mejor momento; sin ser de crisis, acusa un letargo

diferenciado: así, en la escala superior, a la luz de las cifras de la EOH, la situación podría catalogarse como insuficiente; de su lado, en los segmentos de bajo costo, la coyuntura sería más complicada, tornándose en ciertos instantes *notoriamente insuficiente*: el perfil *tipo* sería, a la sazón, un "*hostal pequeño, situado en una zona con alta competencia, en calles algo alejadas de los monumentos más conocidos*". La coyuntura más complicada se presentaría en establecimientos pequeños, apartados de sitios de interés turístico o administrativo; ventajosamente, en julio, por el mayor flujo de visitantes -debido a la temporada alta en el hemisferio norte-, las ventas se incrementarían. Para junio, el mes investigado en la encuesta No. 1, podría establecerse la siguiente categorización del *pulso coyuntural* del sector:

DMQ: Caracterización coyuntural del sector de alojamiento

Segmento:	Situación coyuntural Junio 2006	Perspectivas para julio
Alta gama	Insuficiente	↗
Media	Notoriamente insuficiente	↗
Baja	Difícil	↗
Fuente:		

De todos modos, la tasa de ocupación, permite analizar sólo una arista del negocio; si bien, en los establecimientos grandes la tasa es más alta, en esas instalaciones los gastos fijos son proporcionalmente más elevados; por ende, la situación exige a todos los productores, afinar sus técnicas de gestión, poniendo especial cuidado en el control de costos.

De su lado, la estancia media -el promedio de noches que un huésped pernocta en un hotel- se ubica en 1,7 días / pasajero; ese corto período de estadía, explicaría -de forma importante- la baja ocupación; pues, con similar número de llegadas, y un *ratio de estadía* mayor, la tasa de ocupación se incrementaría. En ese ámbito, la eficiencia de las políticas de promoción, publicidad y mercadeo que delineen los hoteles, será determinante para revertir las condiciones observadas en junio.

Las sucesivas entregas de esta encuesta, generarán series de datos que permitirán mejorar el conocimiento de la actividad de hospedaje en el DMQ; de allí la necesidad de optimizar el comportamiento de los informantes en lo que tiene que ver con la oportunidad y la exactitud de los números consignados en el formulario de encuesta.

Elemento importante de las series que, a través de las encuestas de ocupación hotelera se vayan acopiando, será las tarifas, las que, de la información que se

dispone, habrían tenido sólo un leve incremento desde 2005 ¹/; en todo caso, a la luz de este hecho, los precios de la hotelería conservarían márgenes de competitividad, lo que, junto a la tendencia prevista para el dólar estadounidense, podría coadyuvar a elevar el flujo de visitantes en el futuro inmediato, entre agosto y diciembre de 2006.

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera, las tarifas medias por categoría, a junio, son las siguientes:

Cuadro 2. **Tarifa promedio**
-junio, por categoría de alojamiento-

Categoría	Tarifa US\$
Lujo	65.9
Primera	38.9
Segunda	15.2
Total	42.2

Fuente: EOH, No.1

Desde la óptica financiera, sin embargo, el virtual estancamiento de las tarifas, en un mercado altamente ofertado, presiona hacia abajo la rentabilidad empresarial, mediante dos vectores que operan en el mismo sentido: gastos fijos rígidos y costos de promoción que aumentan. En Ecuador, sin embargo, ese entorno se ha visto atenuado, pues los precios de los energéticos no han registrado alzas, lo que contrasta con lo ocurrido a nivel internacional.

Por otro lado, se observa dinamismo en el turismo emisor, en especial, en el deportivo (hacia eventos en los que Ecuador ha estado representado); y, sobre todo, en el turismo emisor recreacional -con estancias de 5 días, 4 noches!-, a destinos cercanos, en el Caribe, segmentos que han crecido en detrimento de la cuota que -parcialmente- podría haberse dirigido a viajes internos, repercutiendo positivamente en los indicadores de desempeño del sector hotelero nacional. Cabría interrogarse si, eventualmente, la falta de agresividad en el empaquetamiento de productos turísticos diseñados para el mercado interno, podría mejorar los indicadores del sector de alojamiento.

La tasa de ocupación tiene ese magro nivel, pues el turismo receptor, pese a las expectativas y al mejoramiento de la imagen país, tampoco acaba de despegar. Contingencias que podrían haber estimulado el *turismo de larga distancia* (el estado

¹ Así, en el *Web site* (<http://www.hotelesecuador.com/dispnov.php?id=161&idiom=1>) de la Federación Hotelera del Ecuador, en una reciente publicación, titulada *Indicadores de la Actividad Hotelera de Quito*, se afirma "*Desde el 2003 la tarifa promedio de los hoteles de lujo y 1ra. categorías de Quito no se ha incrementado. En ese año fue de \$62.10, en el 2004 subió a \$63.59 y en el 2005 bajó a \$ 62.15...* [esto por] *varios factores: a) existe capacidad disponible no utilizada; b) la demanda... no se ha incrementado... d) poca capacidad de negociación con los canales de comercialización - operadores de turismo -; e) falta de acuerdos en la fijación de tarifas referenciales para hoteles de similar; y, f) la hotelería ha escogido la estrategia de disminuir tarifas*".

latente de la epidemia de SARS en otras latitudes del Hemisferio Sur y, es de lamentar, la presencia de catástrofes y de violencia en esos sitios), no se han visto reflejadas en el número de visitantes a Ecuador, pese a que el conjunto de viajes -a nivel internacional- continúa creciendo, hecho no sólo explicado por el auge del transporte aéreo de *bajo costo*.

Los establecimientos de hospedaje del DMQ, tienen claro, sin embargo, que deben manejar dos mercados ampliamente diferenciados: el interno y el de origen externo. Un impulso a los viajes internos a Quito, mejoraría ostensiblemente la situación de un considerable número de PYMES del sector. Visiblemente, existe algún grado de especialización: si bien –en junio- la participación de pasajeros residentes y no residentes fue aproximadamente igual: 46% para los primeros versus 54% para los no residentes, la distribución por categoría de establecimiento señala diferencias mayores, en especial entre los extremos de las tres gamas: el 74% de los pasajeros que eligen establecimientos de lujo, son no residentes y 65% de las llegadas a los alojamientos de segunda categoría, son residentes. En los hoteles de primera, habría menores diferencias por origen de los huéspedes.

Cuadro 3. DMQ: Llegadas de huéspedes

-junio, por origen-

Categoría	Residentes	No residentes	Total llegadas
Lujo	4761	13272	18033
Primera	5862	6911	12773
Segunda	12251	6724	18975
Total	22.874	26.907	49.781

-porcentaje, por origen-

Categoría	Residentes	No residentes	Total llegadas
Lujo	26.4	73.6	100.0
Primera	45.9	54.1	100.0
Segunda	64.6	35.4	100.0
Total	45.9	54.1	100.0

-porcentaje, por categoría-

Categoría	Residentes	No residentes	Total llegadas
Lujo	20.8	49.3	36.2
Primera	25.6	25.7	25.7
Segunda	53.6	25.0	38.1
Total	100.0	100.0	100.0

Fuente: EOH, No.1

Esta relativa " división del trabajo" por origen del cliente, va creando *especialización* y reduce los gastos de publicidad, mercadeo y promoción la que, pese a la saturación que se presenta a escala internacional, es necesaria, como lo es el mantenimiento de condiciones de competitividad. Ante la escasez de recursos y lo oneroso de estos rubros, una opción podría ser orientar el mercadeo y la publicidad a *targets* del mercado local y, la promoción, al mercado externo; por otro lado, la promoción, para ser exitosa debe ser muy bien diseñada, lo que implica costos que deberían compartirse. Al respecto, seguramente, los agentes involucrados en el negocio en el DMQ, han tomado conciencia que si bien, los productores locales son "su competencia", ésta, en realidad, se ubica fuera de las fronteras, por lo que acciones de promoción conjunta, que incrementen el negocio en su conjunto, son las acciones que van a beneficiar a todos.

2. Las "observaciones" de los productores

Las respuestas al interrogante "aspectos positivos y negativos que habrían influido la actividad" durante junio, nítidamente destaca –como un freno a la industria- la realización del "mundial", evento que habría ralentizado el turismo. De hecho, el turismo interno de negocios, y el turismo receptor de esparcimiento, vista la difusión global del *Mundial*, deben haber disminuido.

En el corto plazo, otro hecho que frenaría el alojamiento en el DMQ, según la opinión de los empresarios, es el período vacacional de los establecimientos educativos con ciclo sierra y amazonía, durante el cual los destinos preferidos del visitante se dirigen hacia las costas del país.

En los hoteles de alta gama, surgen observaciones más relacionadas con la política nacional: temas como la no suscripción del tratado comercial con Estados Unidos de Norteamérica, o aspectos sobre la política petrolera, se señalan como limitantes al negocio, en el mes de junio.

Con un enfoque más estructural, la percepción negativa que los emprendedores tienen sobre la seguridad en el sector de ubicación de su establecimiento, aparece de forma reiterada -con notorio énfasis en los establecimientos de segunda categoría- como elemento perturbador del negocio.

A nivel general, tópicos como la *situación económica*, la *falta de promoción* y, en especial, la *inestabilidad política*, se señalan como limitantes al mejoramiento de las cuentas hoteleras de la ciudad.

Los temas negativos, en general, relevan de la situación del país y de su coyuntura económica y política; al contrario, los aspectos positivos aparecen como más ligados a la firma: el mantenimiento de una página Web y las consiguiente posibilidad de comercialización electrónica de sus servicios; la calidad del servicio ofrecido; la ubicación del hotel, figuran como fortaleza, con menciones relativamente frecuentes.

Como excepción, un "hecho global", el papel cumplido por la representación nacional en la Copa FIFA, destacado como elemento que redundará en fijar la imagen - país, con repercusiones en el mercado turístico receptor. Esto, de hecho, es plausible; sin embargo, constituye sólo un impulso inicial que debería ser apoyado: el comportamiento del negocio turístico, está ampliamente correlacionado con las inversiones en promoción.

De su lado, debe destacarse que los empresarios señalen como una fortaleza el haber posicionado a sus establecimientos en las ventas *on-line*. Como se conoce, la incorporación de tecnologías amigables a la vida cotidiana, en especial a la del pasajero, es una *tendencia exponencial*, por lo que la promoción, las reservaciones y las ventas, pasan –necesariamente- por la telemática. En ese campo, no sólo es suficiente el instrumentar el desarrollo de sitios Web, lograr su adecuada visibilidad es crucial.

3. Los resultados de la Encuesta

Los resultados de la EOH corresponden al mes de junio de 2006, con previsiones para el mes de agosto. Tienen carácter provisional. Incluyen, en 3 cuadros estadísticos, información para los principales indicadores de coyuntura y de previsión, de 132 establecimientos, agrupados por categoría y tipo de alojamiento.

Sobre la coyuntura, los indicadores hacen referencia al número de llegadas y de pernoctaciones (de residentes, no residentes y totales), a la estadía promedio del huésped en el establecimiento, al número de habitaciones ocupadas (sencillas, dobles, triples y totales) y a la tarifa promedio por habitación ocupada. En próximas entregas se presentarán cifras relacionadas con plazas y empleo: se debe evaluar su consistencia y completar la información proporcionada.

Los indicadores de alerta temprana son: número de habitaciones reservadas para el mes de agosto y porcentajes promedio de variación, estimados por los empresarios para pernoctaciones y tarifa por habitación ocupada.

En una primera comparación –entre registros administrativos y formulario- se establece que entre diciembre 2005 - junio 2006, ha disminuido el número de establecimientos y de plazas, por lo que la tasa de ocupación y la tarifa promedio, se calcula en base a las habitaciones potencialmente disponibles, registradas por los establecimientos para junio de 2006. Los promedios de variación esperada (porcentajes) por los empresarios para pernoctaciones y tarifas son ponderados.

El monto de ventas por alojamiento, solicitado a diciembre de 2005, no fue proporcionado por la casi totalidad de los establecimientos que participaron en la encuesta, lo que determina que se utilice otro ponderador de *dimensión estructural*.

Las llegadas y pernoctaciones, clasificadas entre *Residentes* y *No residentes* -en una buena parte de los casos- provienen del registro –estimación- de las llegadas según la nacionalidad del huésped. Igual modalidad de registro el desglose de la variable

habitaciones ocupadas: sencillas, dobles, triples, sobre todo en el caso de los establecimientos grandes.

De los 10 establecimientos de lujo visitados, se registran datos de 7, Dos proporcionaron información parcial y uno postergó su fecha de entrega. De los 168 establecimientos, 9 serán excluidos definitivamente de la muestra en los próximos meses: uno duplicado en el Catastro, y 8, que dejaron de funcionar. Se insistirá nuevamente en aquellos que no colaboraron entregando información; en especial, en los clasificados en *primera categoría*, que hasta el cierre de la encuesta no habían proporcionado la información solicitada. Los resultados, incluyen las respuestas, de acuerdo a la siguiente estructura:

Establecimientos investigados

Tipo de alojamiento / categoría	Lujo	Primera	Segunda	Total
Apartamento turístico		7	2	9
Hostal		22	20	42
Hostal residencia		6	22	28
Hotel	7	13	11	31
Hotel residencia y apartamento		1	5	6
Pensión		4		4
Total	7	53	60	120
Cobertura de respuesta	70	77	85	80
Reemplazos		1	11	12
Total establecimientos investigados que respondieron				132

4. Cuadros Estadísticos

SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS

ENCUESTA MENSUAL DE OCUPACIÓN HOTELERA Nº1, JUNIO 2006

Principales indicadores por categoría del establecimiento

Concepto / Categoría	Lujo	Primera	Segunda	Total
COYUNTURA				
Número de llegadas en el mes				
De Residentes	4.761	5.862	12.251	22.874
De No residentes	13.272	6.911	6.724	26.907
Total llegadas	18.033	12.773	18.975	49.781
Número de pernoctaciones en el mes				
De Residentes	7.630	8.297	18.791	34.718
De No residentes	23.858	12.530	12.688	49.076
Total pernoctaciones	31.488	20.827	31.479	83.794
Estadía promedio: pernoctaciones / llegadas				
De Residentes	1,6	1,4	1,5	1,5
De No residentes	1,8	1,8	1,9	1,8
Total pernoctaciones	1,7	1,6	1,7	1,7
Número de habitaciones ocupadas (mes)				
Habitaciones sencillas	13.046	7.515	12.575	33.136
Habitaciones dobles	12.820	8.886	6.898	28.604
Habitaciones triples	547	1.251	1.606	3.404
Total habitaciones ocupadas	26.413	17.652	21.079	65.144
Tasa de ocupación por habitaciones				
	64,5	43,7	43,1	50,0
Tarifa promedio				
	65,9	38,9	15,2	15,2
Ingreso estimado por alojamiento				
	1.739.550	687.156	319.528	2.746.234
PREVISIONES				
Habitaciones reservadas para agosto 2006				
	8.603	4.619	1.797	15.019
Pernoctaciones (porcentaje de variación respecto junio 2006)				
	2,6	11,4	10,7	7,8
Tarifa promedio (porcentaje de variación respecto junio 2006)				
	2,0	2,0	1,7	2,0

Fuente: Encuesta Mensual de Ocupación Hotelera, junio 2006

Elaboración: CEPLAES

SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS**ENCUESTA MENSUAL DE OCUPACIÓN HOTELERA N°1, JUNIO 2006****Principales indicadores por grupos de alojamiento**

Concepto / Grupo de alojamiento	Hoteles 1/	Hostales y pensiones 1/	Total
COYUNTURA			
Número de llegadas en el mes			
De Residentes	16.872	6.002	22.874
De No residentes	20.849	6.058	26.907
Total llegadas	37.721	12.060	49.781
Número de pernoctaciones en el mes			
De Residentes	25.327	9.391	34.718
De No residentes	36.008	13.068	49.076
Total pernoctaciones	61.335	22.459	83.794
Estadía promedio: pernoctaciones / llegadas			
De Residentes	1,5	1,6	1,5
De No residentes	1,7	2,2	1,8
Total pernoctaciones	1,6	1,9	1,7
Número de habitaciones ocupadas (mes)			
Habitaciones sencillas	25.130	8.006	33.136
Habitaciones dobles	22.049	6.555	28.604
Habitaciones triples	2.691	713	3.404
Total habitaciones ocupadas	49.870	15.274	65.144
Tasa de ocupación por habitaciones	59,2	33,3	50,0
Tarifa promedio	49,2	19,3	42,2
Ingreso estimado por alojamiento	2.452.152	294.083	2.746.234
PREVISIONES			
Habitaciones reservadas para agosto 2006	12.364	2.655	15.019
Pernoctaciones (porcentaje de variación respecto junio 2006)	4,3	17,6	7,8
Tarifa promedio (porcentaje de variación respecto junio 2006)	2,0	1,7	2,0

1/ En el grupo Hoteles se incluyen hotel, hotel residencia y hotel apartamento; y, en el grupo hostales y pensiones: hostel, hostel residencia y pensión

Fuente: Encuesta Mensual de Ocupación Hotelera, junio 2006

Elaboración: CEPLAES

SIIT- DMQ: Encuesta de Ocupación Hotelera

Boletín No. 1, datos de junio 2006

15

SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS
ENCUESTA MENSUAL DE OCUPACIÓN HOTELERA Nº1, JUNIO 2006
 Principales indicadores por categoría y grupos de alojamiento

Concepto / Categoría	Lujo		Primera		Segunda		Total
	Hoteles	Hoteles	Hostales y pensiones	Hoteles	Hostales y pensiones		
COYUNTURA							
Número de llegadas en el mes							
De Residentes	4.761	4.588	1.274	7.523	4.728	22.874	
De No residentes	13.272	4.652	2.259	2.925	3.799	26.907	
Total llegadas	18.033	9.240	3.533	10.448	8.527	49.781	
Número de pernoctaciones en el mes							
De Residentes	7.630	6.357	1.940	11.340	7.451	34.718	
De No residentes	23.858	7.431	5.099	4.719	7.969	49.076	
Total pernoctaciones	31.488	13.788	7.039	16.059	15.420	83.794	
Estadía promedio: pernoctaciones / llegadas							
De Residentes	1,6	1,4	1,5	1,5	1,6	1,5	
De No residentes	1,8	1,6	2,3	1,6	2,1	1,8	
Total pernoctaciones	1,7	1,5	2,0	1,5	1,8	1,7	
Número de habitaciones ocupadas (mes)							
Habitaciones sencillas	13.046	5.067	2.448	7.017	5.558	33.136	
Habitaciones dobles	12.820	6.300	2.586	2.929	3.969	28.604	
Habitaciones triples	547	953	298	1.191	415	3.404	
Total habitaciones ocupadas	26.413	12.320	5.332	11.137	9.942	65.144	
Tasa de ocupación por habitaciones							
	64,5	50,0	33,9	59,6	32,9	50,0	
Tarifa promedio							
	65,9	44,2	26,8	15,1	15,2	42,2	
Ingreso estimado por alojamiento							
	1.739.550	544.154	143.003	168.448	151.080	2.746.234	
PREVISIONES							
Habitaciones reservadas para agosto 2006							
	8.603	3.304	1.315	457	1.340	15.019	
Pernoctaciones (porcentaje de variación respecto junio 2006)							
	2,6	8,7	16,6	3,8	18,0	7,8	
Tarifa promedio (porcentaje de variación respecto junio 2006)							
	2,0	2,3	0,9	1,0	2,5	2,0	

1/ En el grupo Hoteles se incluyen hotel, hotel residencia y hotel apartamento; y, en el grupo Hostales y pensiones: hostel, hostel residencia y pensión
 Fuente: Encuesta Mensual de Ocupación Hotelera, junio 2006
 Elaboración: CEPLAES

5. Ficha Metodológica: Boletín No. 1

La muestra incluyó 150 establecimientos (y 18 reemplazos), de las categorías de Lujo, Primera y Segunda; Para las dos primeras categorías se programó un censo y para los de segunda, una muestra con posibilidad de reemplazo. Los establecimientos fueron agrupados en 7 sectores geográficos de la ciudad de Quito: Norte, Centro, Sur, Centro Histórico, Mariscal 1, Mariscal 2 y Mariscal 3.

La última semana de junio se efectuaron dos rondas piloto. La experiencia obtenida permitió identificar tres componentes que debían tratarse con cuidado: capacitación, simplificación del formulario y visita al establecimiento.

- a. Se reforzó la capacitación de los investigadores, respecto de las variables fundamentales consideradas en el formulario (llegadas, pernoctaciones y habitaciones ocupadas), toda vez que para la mayor parte de los establecimientos, la diferenciación de éstas es difícil, en tanto no siempre figuran en sus registros estadísticos.
- b. El formulario se simplificó, reduciendo su contenido a una hoja; en el anverso se incluyó lo relativo a la identificación del establecimiento y en el reverso la consulta sobre la información de las variables básicas, para la coyuntura y la previsión inmediata.
- c. En la visita al establecimiento, el encuestador/a debía comunicar el acuerdo interinstitucional que sustenta la investigación y su principal propósito (crear herramientas de gestión turística necesarias tanto para los establecimientos como para las instituciones promotoras, en un clima de confianza y optimización de recursos). Este componente contó con la colaboración de las instituciones promotoras. Pese a esto, en una buena parte de establecimientos se apreció cierta resistencia a la encuesta que alargó los plazos y compromisos de entrega de los datos a los entrevistadores.

Al cierre de la encuesta, el comportamiento de los establecimientos fue el siguiente:

Comportamiento	Número	Porcentaje
▪ Respondieron	132	78,6
▪ Respondieron parcialmente	5	3,0
▪ Ofrecieron responder en agosto	17	10,1
▪ Suspendieron su funcionamiento	8	4,8
▪ Rechazaron la encuesta	5	3,0
▪ Duplicados en el registro catastral	1	0,6
Número e establecimientos investigados	168	100.0

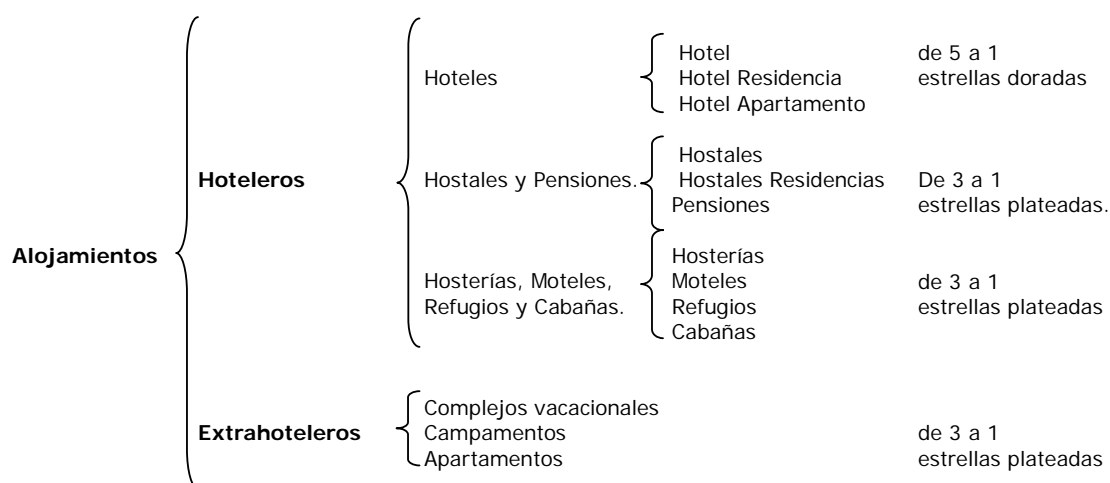
6. Anexo técnico: principales conceptos

El propósito de este anexo es recordar –y precisar- los aspectos técnicos tratados en la capacitación suministrada a los responsables de los establecimientos hoteleros de la EOH; a la vez, se espera, será útil para los usuarios de los resultados de la encuesta.

1. Alojamientos y categorías

Se define como *alojamiento* al establecimiento dedicado de modo habitual, mediante pago, a proporcionar hospedaje a las personas.

La categoría de un establecimiento hotelero es fijada, en Ecuador, por el Ministerio de Turismo, por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Los alojamientos se clasifican en dos grupos y cuatro subgrupos:



2. La encuesta

a) Alcance y objetivos

La EOH mide la evolución de la oferta y de la ocupación en los alojamientos hoteleros, a través del análisis de diversas variables: llegadas², pernoctaciones³, estancia media, grado de ocupación, etc.

² / Se utilizan como sinónimos de llegadas, los siguientes términos: viajeros, *check in*, ingresos.

³ **Pernoctación:** "Cada una de las noches que un viajero permanece o está registrado en un establecimiento de alojamiento colectivo o en un alojamiento turístico privado, siendo innecesaria su presencia física". Fuente: Instituto de Estudios Turísticos; Glosario de Turismo y Hostelería;

<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php?a=list&d=1>

Se denomina *Ocupación hotelera*, al nivel de ocupación que registra un establecimiento hotelero, en el mes de referencia de la encuesta; además de calcular este indicador, la encuesta tiene como finalidades principales:

- Difundir información continua sobre la evolución de la actividad;
- Generar indicadores de coyuntura y previsión;
- Proporcionar información para orientar la toma de decisiones de los empresarios y analistas económicos, del sector privado y público.

b) Características técnicas de la EOH

- o **Unidad de análisis:** establecimiento hotelero - alojamiento
- o **Ámbito geográfico:** núcleo urbano de la ciudad de Quito
- o **Ámbito temporal:** mensual
- o **Dominio de estudio:** establecimientos hoteleros de lujo, primera y segunda categoría
- o **Actividad económica o tipo de alojamiento cubierto:** **hoteles** (hotel, hotel residencia, hotel apartamento y apartamento turístico,) y **hostales** (hostal, hostal residencia y pensión)^{4/}.
- o **Marco muestral:** catastro de establecimientos turísticos, junio 2006
- o **Recolección de datos:** mediante entrevista directa, con apoyo de correo electrónico. La fase de validación de resultados se realizó mediante supervisión directa, comunicación a través de correo electrónico, fax y teléfono.
- o **Frecuencia:** mensual.
- o **Reporte de resultados:** mensual y acumulado del período investigado.

Para obtener la tasa de ocupación hotelera, en términos de habitaciones⁵ vendidas en el mes, y la estadía promedio, se requiere conocer datos sobre: llegadas^{6/}, pernотaciones^{7/} y habitaciones ocupadas.

c) Contenido de la información solicitada

Antes de definirla, para mejorar la calidad de los datos proporcionados y la interpretación de los resultados, se ilustra las características de la información solicitada en el formulario de la EOH; se comenta, además, la fórmula de cálculo de los principales indicadores derivados de la encuesta.

^{4/} Pensiones de primera.

^{5/} La medición de la tasa de ocupación hotelera, referida a plazas vendidas en el mes, se realizará una vez consolidada la investigación.

^{6/} *Llegada = ingreso, entrada, check in*, en un alojamiento hotelero.

⁷ Pernотación: (del latín *pernoctāre*). 1. f. Acción de pernoctar: 1.intr. Pasar la noche en determinado lugar, especialmente fuera del propio domicilio. <http://buscon.rae.es/draeI>

i) Ejemplo 1.**A un establecimiento, llega una persona el 1ero. del mes y sale el 31.**

El formulario debería llenarse:

- **Llegadas: 1** (puesto que 1 huésped llega una vez. Se aclara que, si la misma persona -u otro pasajero, se *chequea* en el hotel en otro día del mes, habría un *check in* (ingreso) adicional; es decir, las llegadas no dependen de las "personas", sino de la frecuencia de ingresos.

- **Pernoctaciones: 30.** El pasajero durmió (pasó la noche, pernoctó) 30 noches en el establecimiento.

- **Habitaciones ocupadas: 30.** El huésped ocupó una habitación diaria, durante el mes; por tanto, en el período de medición se ocuparon 30 habitaciones.

1 Habitaciones ocupadas en el mes:		1. Sencillas	2 Dobles	3. Triples	4. Subtotal
A.1	Habitaciones vendidas	-	30	-	30
A.2	Habi. Complement	-	-	-	-
2 Llegadas y pernoctaciones					
		1. Residentes	2.No residentes	3. Total	
2.1	Llegadas en el mes	1	-	1	
2.2	Pernoctaciones en el mes	30	-	30	

ii) Ejemplo 2. Durante el mes llega un pasajero (extranjero) cada día; cada huésped pernocta (duerme) dos noches. A los primeros 15, se les asigna habitaciones dobles y a los 15 restantes, sencillas:

- **Llegadas: 30.** Ingresa 1 huésped cada día; por tanto, en el mes hay 30 *check in*.

- **Pernoctaciones: 60** (cada pasajero duerme 2 noches); en consecuencia la estancia media (EM) es 2.

EM = pernoctaciones / llegadas = 60 / 30 = 2. En el ejemplo, en promedio, un huésped, pernocta una noche por llegada.

Según el Instituto Nacional de Estadística de España, en ese país, en junio de 2006, la estancia media fue de 3,46 noches por viajero.

- **Habitaciones vendidas: 60** (cada huésped, ocupó una habitación por dos días); por ende, en este mes –también- las habitaciones ocupadas son **60**.

1 Habitaciones ocupadas en el mes:		1. Sencillas	2 Dobles	3. Triples	4. Subtotal
A.1	Habitaciones vendidas	30	30	-	60
A.2	Habi. Complement	-	-	-	-
2 Llegadas y pernoctaciones					
		1. Residentes	2.No residentes	3. Total	
2.1	Llegadas en el mes	-	30	30	
2.2	Pernoctaciones en el mes	-	60	60	

iii) Ejemplo 3. A Mi Hostal llegan, en el mes, 2 pasajeros (1 residente en Ecuador y 1 no residente) que comparten, por 10 días, una habitación doble:

- Llegadas: **2**. En el transcurso del mes ingresaron dos pasajeros.
- Pernoctaciones: **20**. Cada pasajero pernoctó 10 noches.
- Habitaciones ocupadas (vendidas): **10**. Compartieron una habitación durante 10 días;

Mi Hostal

1 Habitaciones ocupadas en el mes:		1. Sencillas	2 Dobles	3. Triples	4. Subtotal
A.1	Habitaciones vendidas		10	-	10
A.2	Habi. Complement	-	-	-	-
2 Llegadas y pernoctaciones					
		1. Residentes	2.No residentes	3. Total	
2.1	Llegadas en el mes	1	1	2	
2.2	Pernoctaciones en el mes	10	10	20	

Recuérdese que para medir la ocupación hotelera, en el mes, cada habitación *física* tiene un "potencial" de 30.

Variante 1: Ejemplo 3ª

Si *Mi Hostal*, tiene 14 habitaciones, éstas –en términos mensuales- significan 420 "habitaciones potenciales" (14 hab. x 30 noches).

Si *Mi hostel* -de 14 habitaciones- vendió (a 16 huéspedes) 8 habitaciones dobles, durante el mes las "habitaciones vendidas" son 240. (8 hab. x 30 días) = 240 "habitaciones vendidas" (pregunta II.A.1.4 del formulario de encuesta)

Tasa de ocupación hotelera = habitaciones vendidas / habitaciones potenciales.

En el ejemplo:

$$\text{TOH} = (240 / 420) \times 100 = 57,1\%$$

3ª. Mes: XX

Llegadas	16 huéspedes
Pernoctaciones	480 (16 huéspedes x 30 noches)
Habitaciones vendidas	240 (8 habitaciones x 30 días)

Variante 2: Ejemplo 3^b.

De las 8 habitaciones vendidas, 3 son tipo "Ejecutivo", con un precio diario de US\$ 40; dos habitaciones son *Senior* y se venden a US\$ 30 por día. Las tres restantes son habitaciones *Junior*, a US\$ 20 diarios; sin embargo, de esas tres, dos fueron alquiladas a "clientes frecuentes" quienes tuvieron un descuento de 25%. La encuesta pide que el hotel proporcione la tarifa promedio del mes.

Para obtener la tarifa media del mes, se debe calcular los ingresos mensuales y dividirlos para las habitaciones vendidas:

Hotel XX		Mes XX . Calculo de la tarifa media del mes					
Tipo de habitación	Cantidad	Días	Precio/ Día	Valor por habitación	Total US\$	Días por habitación	tarifa promedio
(a)	(b)	©	(d)	(e)=© * (d)	(f)= (e) * (b)	(g) = (b) * ©	(h) = (f) / (g)
Ejecutivas	3	30	40	1200	3600	90	40
Senior	2	30	30	900	1800	60	30
Junior	1	30	20	600	600	30	20
Junior CF	2	30	15	450	900	60	15
	8			3150	6900	240	28.75

3. El formulario

El formulario de la encuesta, incluye cuatro secciones. En la Sección I, se solicita información relacionada con la identificación, ubicación geográfica, características de asociación del establecimiento y datos económicos sobre el número de habitaciones y plazas y, el monto de ventas por alojamiento (aproximado en miles de dólares).

SIIT - DMQ		<i>Referida a Junio 2006</i>	
Encuesta Mensual de Ocupación Hotelera			
I. IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
A. Identificación y ubicación		B. Registro de la Encuesta	
1,1	Razón Social	a) Mes: _____ Año: _____	
		b) Número de Encuesta	
1,2	Nombre comercial	c) Secuencial del establecimiento	
		d) Sector	
1,3	RUC	1,4	Número de Registro Turístico
1,5	Ubicación		
	a) Provincia		e) Teléfono
	b) Cantón		f) Fax
	c) Ciudad/parroquia		g) e-mail _____ @ _____
	d) Calle y número		h) Página web
1,6	Gerente (o Propietario) del establecimiento:		
	a) Nombre y apellido:		b) e-mail _____ @ _____
1,7	Categoría de alojamiento: <i>marque una "x" en la casilla que corresponda</i>		
	0. Lujo	1. Primera	2. Segunda
			3. Tercera
1,8	Tipo de alojamiento:		
	1. Apartamento turístico	2. Hostal	3. Hostal residencia
	4. Hotel	5. Hotel residencia	6. Hotel apartamento
	7. Pensión	8. Otro	
	Especifique 8: _____		
1,9	Afiliación a cámaras y asociaciones gremiales		
	1.AHOTP	2. HQM	3. CAPTUR
	4.Otra	6.Ninguna	
	Especifique 4: _____		
1,10	Tipo de administración		
	1. Independiente	2. Cadena internacional	3. Franquicia
	Especifique 2: _____		4. Especifique 3. _____
1,11	Naturaleza jurídica del establecimiento		
	1. Sociedad anónima	2. Compañía limitada	3. Persona natural
	Especifique 4: _____		4. Otra

La identificación será solicitada sólo en las dos primeras encuestas, realizadas en julio y agosto; ésta es imprescindible para tener un panorama claro de la oferta hotelera en el DMQ. Los datos económicos que se solicita son: pregunta 1.13 (número total de habitaciones a diciembre de 2005 y a junio de 2006; igual demanda para el número de plazas, 1.14), se requieren para analizar la evolución de esa oferta.

Las cifras requeridas en la pregunta 1.15, "monto de ventas por alojamiento (en miles de US\$)", son utilizadas para: i) ponderar el peso de las respuestas de los establecimientos; ii) establecer la cifra de negocios total de los establecimientos hoteleros del DMQ y estar en posibilidad de cuantificar su contribución a la riqueza del país.

Información del Establecimiento			
1.12	Año de inicio de las actividades de alojamiento:		
		a) A dic 2005	b) Referida a Junio 2006
1.13	Número total de habitaciones		
1.14	Número total de plazas:		
1.15	Monto de ventas en miles de dólares por alojamiento (enero - diciembre 2005)		

Los empresarios deben estar –absolutamente- seguros de que los datos proporcionados no tendrán otra utilización que la de carácter estadístico y que su manejo se ceñirá a una estricta deontología en esta área.

La Sección II, se refiere a información sobre las variables más importantes de la actividad hotelera, aquella que tiene que relación con el grado de ocupación de los establecimientos, en el mes anterior al que se realiza la encuesta.

1. Número de habitaciones ocupadas en el mes		1. Sencillas	2 Dobles	3. Triples	4. Subtotal
A.1	Habitaciones vendidas				
A.2	Habitaciones complementarias				
B.1	Camas supletorias				
2. Llegadas y pernoctaciones de pasajeros registrados durante el mes		1. Residentes en Ecuador	2.No residentes en Ecuador	3. Total	
2.1	Llegadas en el mes				
2.2	Pernoctaciones en el mes				

A.1 Habitaciones vendidas: Aquellas en las que pernoctan una o más personas a cambio de una tarifa. Se debe registrar por separado el número de habitaciones simples, dobles y triples. Se debe tener presente que el total de habitaciones vendidas no puede superar al número de "habitaciones potenciales".

A.2 Habitación complementaria: aquella sin pago de una tarifa.

B.3 Cama supletoria o adicional: la que se aumenta en una habitación. Una cama supletoria es igual a una plaza.

2. Llegadas y pernoctaciones de pasajeros registrados durante el mes

2.1. Llegada (del pasajero⁸) en el mes: ingreso de una persona a un establecimiento de alojamiento en el que pernocta uno o más días. Se debe diferenciar llegadas de pasajeros residentes en Ecuador y de No Residentes en Ecuador.

2.2 Pernoctaciones, número de noches que un pasajero duerme en el establecimiento.

Sobre el empleo

3. Empleo registrado en el mes

3.1 Empleo permanente: personas asalariadas que en calidad de “**administrativos**” y “**operativos**”, con un contrato de trabajo indefinido, prestan sus servicios en el establecimiento durante el mes de referencia de la investigación, aunque trabaje fuera de los locales del mismo.

3.2 Empleo temporal se refiere a las personas asalariadas que en calidad de “**administrativos**” y “**operativos**”, con un contrato de trabajo definido por un período menor a un año, prestan servicios en el establecimiento durante el mes de referencia de la investigación, aunque laboren fuera de los locales del mismo.

3.3 Empleo eventual se refiere a las personas asalariadas que en calidad de “**operativos**”, prestan sus servicios en el establecimiento, durante el mes de referencia de la investigación, para atender un evento específico (ocasional).

Para cada tipo de empleado administrativo y operativo se registrará por separado el número de empleados hombres (tres dígitos), mujeres (tres dígitos) y total (cuatro dígitos), en la siguiente forma. Es importante diferenciar el género, para cumplir con requerimientos internacionales sobre el tema, pero, sobre todo, para conocer la estructura de la sociedad y sus cambios.

	Pregunta / Código	1	2	3
3.	Empleo registrado en el mes	Hombres	Mujeres	Total
3.	Empleo permanente			
3.1.	Administrativos	3.1.1.1	3.1.1.2	3.1.1
3.1.	Operativos	3.1.2.1	3.1.2.2	3.1.2
3.	Empleo temporal			
3.2.	Administrativos	3.2.1.1	3.2.1.2	3.2.1
3.2.	Operativos	3.2.2.1	3.2.2.2	3.2.2
3.	Empleo eventual			
3.3.	Operativos	3.3.2.1	3.3.2.2	3.3.2

⁸ También denominado viajero, huésped, turista. Turista es el viajero o pasajero que pernocta en Quito por lo menos una noche fuera de su lugar de residencia.

4. Tarifa promedio: precio medio por habitación. Es el cociente que resulta de dividir el total de ingresos obtenidos por alojamiento, para el número de habitaciones vendidas en el mes.

Sección II. Previsiones

En esta sección se busca crear herramientas para la gestión empresarial; así, al tener -oportunamente- información referida al mes próximo al de ejecución de la encuesta, los empresarios puede anticipar decisiones. Si la encuesta se realiza en agosto, recogerá información de coyuntura referida al mes de julio y previsiones para el mes de septiembre. Si se cumple con los calendarios de información, a mediados de agosto, se podría disponer de información para septiembre.

En síntesis, se trata de averiguar ¿cuál será el desempeño de la actividad en el mes próximo? Supóngase que hay elementos para pronosticar que las pernoctaciones aumentaran en 5%; las tarifas se mantendrán y el empleo se reducirá en 2%. En este caso, el formulario debería llenarse así:

III. PREVISIONES			
Número de habitaciones			
1. reservadas para el mes			
Evolución esperada: Por favor escriba el porcentaje de variación para cada variable e indique, según el caso, más (+) para indicar aumento, menos (-) para disminución o, igual (=) cuando no prevea cambios. Ejemplo. +5%; -2%; = (0) %			
		Incluya: signo: +, -, =	%
2.1	Pernoctaciones de pasajeros	+	5
2.2	Tarifas de alojamiento	=	
2.3	Empleo, No. de operativos	-	2

Sobre las observaciones

3.1 Indique tres problemas que tuvo la actividad de alojamiento en este mes. Las tres respuestas deben ser lo más precisas posible. (60 caracteres)

3.2 Indique tres ventajas que tuvo la actividad de alojamiento en este mes. Las tres respuestas deben ser lo más precisas posible. (60 caracteres)

Estas preguntas "abiertas", aunque son de difícil proceso, son útiles para percibir los temas que preocupan –o estimulan- a los empresarios.

4. Indicadores

A partir de las cifras proporcionadas, se obtienen –entre otros- los siguientes indicadores (se incluyen sólo aquellos que se presentan en este boletín):

Estancia media

Es la relación entre el número (n.) de pernoctaciones y el de llegadas de pasajeros (o viajeros ingresados) al establecimiento en el mes de referencia. Se debe calcular para residentes y No residentes.

$$Em = \text{n. de pernoctaciones} / \text{n. de viajeros (o entradas)}$$

Tasa de ocupación por habitaciones

Es la relación, en porcentaje, entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el mes y el número total de habitaciones en el mismo período

$$TOp = \text{n. de habitaciones ocupadas} / \text{n. de habitaciones} \times \text{n. de días}$$

Tarifa promedio por habitación ocupada (T-ho)

Es igual al cociente entre los ingresos recibidos por la venta de habitaciones para el número de habitaciones vendidas en el mes

$$Tp = \text{ingresos totales por venta de habitaciones} / \text{n. de habitaciones}$$

Ventas estimadas por alojamiento (V*)

Son los ingresos percibidos por el establecimiento hotelero por concepto de derechos de utilización de una habitación y sus activos. Es el resultado de multiplicar el número total de habitaciones vendidas por la tarifa promedio

$$Tp = \text{n. de habitaciones vendidas} * \text{tarifa promedio}$$