



## Nota metodològica

# Índice de precios hoteleros

### Organismo responsable

Instituto Nacional de Estadística.

### Objetivos de información

Obtención de un indicador mensual que mida la evolución de los precios del alojamiento hotelero, medido desde el punto de vista de la oferta.

### Conceptos y definiciones

**Establecimiento hotelero:** unidad productora de servicios de alojamiento hotelero (hotel, hotel apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión, fonda, casa de huéspedes), situada en un mismo emplazamiento geográfico y en la que trabajan una o más personas por cuenta de la misma empresa.

**Precios de establecimientos hoteleros:** se definen como los precios aplicados a distintos tipos de clientes por una habitación doble con baño sin ningún tipo de impuestos. Esos precios se desglosan según el tipo de cliente al que se le ha aplicado:

- Tour operador tradicional
- Agencia de viajes tradicional (incluyendo bonos y talones de hoteles)
- Empresas
- Particulares
- Grupos
- Contratación directa en la web del hotel y/o de la cadena hotelera
- Tour operador on-line
- Agencia de viajes on-line
- Otros



**Tarifa media diaria o ADR (Average Daily Rate):** se define como los ingresos medios diarios obtenidos por habitación ocupada teniendo en cuenta el tipo de cliente al que se le ha aplicado:

- Tour operador tradicional
- Agencia de viajes tradicional (incluyendo bonos y talones de hoteles)
- Empresas
- Particulares
- Grupos
- Contratación directa en la web del hotel y/o de la cadena hotelera
- Tour operador on-line
- Agencia de viajes on-line
- Otros

Los ingresos hacen referencia a aquellos percibidos por los hoteleros por la prestación del servicio de alojamiento, sin incluir otro tipo de servicios que sí pueda ofrecer el establecimiento, como pueden ser servicios de restauración, spa, gimnasio, organización de reuniones o eventos.

### **Observaciones**

El índice de precios hoteleros (IPH) es un indicador que mide el comportamiento de los precios facturados por los hoteleros a distintos tipos de clientes y por diferentes canales de distribución (hogares, empresas, agencias de viajes y tour-operadores, tanto tradicionales como on-line). Así, es un indicador que mide el comportamiento de los precios desde la óptica de la oferta, ya que mide la evolución de los precios que efectivamente perciben los hoteleros facturados a todo tipo de cliente.