

## La rentabilidad de los hoteles italianos antes y durante la pandemia

The profitability of italian hotels before and during the pandemic

Guido Migliaccio<sup>1</sup>  0000-0002-8882-7648  guido.migliaccio@unisannio.it  
Noemi Romeo<sup>2</sup>  0000-0002-56442-8546  romeonoemy@gmail.com

<sup>1</sup> Profesor asociado de Contabilidad de Empresas Turísticas, Universidad de Sannio, Departamento de Derecho, Economía, Gestión y Métodos Cuantitativos, Benevento, Italia

<sup>2</sup> Investigador independiente, Avellino, Italia

**Código Clasificación JEL:** L83, Z33, G39

**Recepción:** 2022-02-12 /**Aceptación:** 2022-09-28 /**Publicación:** 2022-09-30

**Citación/como citar este artículo:** Migliaccio, G. y Romeo, N. (2022). La rentabilidad de los hoteles italianos antes y durante la pandemia. *ECA Sinergia*, 13(3), 115-128. **DOI:** [doi.org/10.33936/ecasinergia.v13i3.4419](https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v13i3.4419)

## RESUMEN

En Italia, el sector del turismo fue uno de los más afectados por Covid 19, a pesar del importante apoyo estatal. En 2020, se produjo un descenso de más del 50% en las reservas hoteleras, con una caída de los destinos de más del 80%. Aunque Italia es un país rico en atractivos artísticos y naturales, sigue siendo codiciada por los flujos de entrada, a pesar de la creciente competencia de nuevos destinos. El equilibrio económico-financiero de los hoteles se ha visto afectado. Este artículo está dedicado a un análisis detallado de la dinámica de los ingresos hoteleros, analizando la evolución decenal, tanto a nivel nacional como por macro zona, de dos índices (Roe y Roa) para una muestra significativa de empresas. Algunas elaboraciones estadísticas descriptivas apoyan el estudio cuantitativo, incluyendo las pruebas Anova y Tukey-Kramer. Los resultados muestran que la crisis pandémica ha reducido significativamente la rentabilidad. El documento contribuye al estudio de los efectos económicos y sociales de la pandemia y ofrece orientaciones a las autoridades públicas y a los agentes del sector, especialmente para tejer las estrategias de recuperación necesarias, con la esperanza de que la emergencia acabe pronto en todas partes.

**Palabras clave:** Crisis pandémica 2020, covid 2019, turismo, Roe, Roa.

## ABSTRACT

In Italy, the tourism sector was one of the hardest hit by Covid 19, despite significant state support. In 2020, it saw a drop of more than 50% in hotel bookings, with destinations falling by more than 80%. Although Italy is a country rich in artistic and natural attractions, it continues to be coveted by incoming flows, despite increasing competition from new destinations. The economic-financial balance of hotels has been affected. This article is dedicated to a detailed analysis of the dynamics of hotel revenues, analyzing the ten-year evolution, both at national level and by macro-area, of two indices (Roe and Roa) for a significant sample of companies. Some descriptive statistical elaborations support the quantitative study, including the Anova and Tukey-Kramer tests. The results show that the pandemic crisis has significantly reduced profitability. The paper contributes to the study of the economic and social effects of the pandemic and provides guidance for public authorities and industry players, especially in weaving the necessary recovery strategies, in the hope that the emergency will soon be over everywhere.

**Keywords:** Pandemic crisis 2020, covid 2019, tourism, Roe, Roa.

Este artículo es el resultado de la colaboración entre los dos autores. Sin embargo, es posible atribuir el párrafo “Resultados” a Noemi Romeo. Todas las demás son de Guido Migliaccio. Este documento es una versión ampliada de un informe inédito presentado en Escuela superior politécnica agropecuaria de manabí Manuel Félix López en Ecuador, durante las Conferenciantes del X evento internacional, la universidad en el siglo XXI - IV Congreso Internacional: Desarrollo Empresarial, Innovación y Tecnología (CIDEIT), simposio 1: Gestión de las organizaciones públicas, empresariales y turísticas. El Simposio se celebró el 19 de noviembre de 2021

## INTRODUCCIÓN

Italia es un país turístico por su riqueza en atractivos de diversa índole. En los últimos años, el turismo ha contribuido significativamente al producto interior bruto (Banca d'Italia, 2020). Sin embargo, la pandemia iniciada en 2020 ha reducido drásticamente la llegada de turistas, provocando una importante crisis en el sector (Federalberghi, 2021).

La oferta turística italiana sigue siendo atractiva y las primeras cifras para 2021 sugieren una importante recuperación, a pesar de la obsolescencia de las instalaciones de alojamiento. Este estudio está dedicado a los hoteles, proponiendo un análisis de su rentabilidad mediante el análisis de la evolución de dos ratios del balance, especialmente para evaluar el impacto más reciente de Covid-19 y comparar los efectos de la reciente crisis pandémica con la anterior crisis financiera iniciada en 2008.

En Italia, los hoteles tienen que cumplir una estricta normativa civil y fiscal específica que influye en su gestión (Bonfiglietti, 2018; Ricci et al., 2007).

Las hipótesis que se van a comprobar pueden definirse como sigue:

- H1: la crisis pandémica ha reducido la rentabilidad de las empresas;
- H2: los efectos de la crisis no fueron homogéneos en todo el País.

A partir de estas condiciones que hay que verificar, surgen dos preguntas de investigación:

- RQ1: ¿la tendencia de los principales índices de rentabilidad muestra un descenso debido a la crisis pandémica?
- RQ2: ¿han sido diferentes los efectos de Covid-19 sobre la rentabilidad de las empresas en las tres macro zonas en las que tradicionalmente se divide el país?

La bibliografía internacional se ha centrado en los orígenes de la rentabilidad hotelera, con un enfoque multifactorial. Sharma (2017) y también Taylor et al. (2018), por ejemplo, han analizado la relación con la innovación culinaria. Lado-Sestayo & Vivel-Búa (2018), por su parte, aplicaron un modelo que muestra que las características del hotel, la ubicación, los entornos competitivos y los factores del destino turístico afectan al rendimiento económico.

La innovación en la gestión es necesaria para adaptar los entornos de alojamiento a la demanda cambiante (Sandvik et al., 2014). La ubicación parece ser la principal fuente de rentabilidad de los hoteles, según Lado-Sestayo et al. (2016, 2018 y 2020), a lo que se añade el uso adecuado de formas de promoción a través de Internet (Makki et al., 2016) y una reputación positiva (Anagnostopoulou et al., 2020).

La calidad de los servicios es otro factor importante que aumenta los ingresos (Aznar et al., 2016). Obviamente, también tiene un gran impacto el entorno social y económico de la clientela (Iyengar y Suri, 2012; Krakhmal, 2006) y, por tanto, la estructura del mercado (Pan, 2005; Aznar et al., 2017) en la que la variable precio sigue siendo una referencia importante (Chen y Chang, 2012) junto a los valores y la estructura organizativa (Simons et al., 2018).

Obviamente, existen diferencias estructurales y contingentes en los distintos países, como muestran los estudios relacionados con Malasia (Singh et al., 2017), Nigeria (Olagunju et al., 2020), Bosnia y Herzegovina (Halilbegovic et al., 2020), Portugal, España y Grecia (Dimitrić et al., 2019), etc.

Más cercana a este trabajo es la investigación de (Ben Aissa y Goaied, 2016) que utilizó la rentabilidad de los activos (ROA) para probar la eficiencia interna de algunos hoteles tunecinos. Las relaciones entre la eficiencia operativa y la rentabilidad también fueron objeto de las contribuciones de Xu (2017) y Sami & Mohamed (2014).

Los estudios de Diakomihalis (2011) y O'Neill & Mattila (2006) también utilizaron parámetros extraídos de la contabilidad, a pesar de las críticas de Chow et al. (2003).

El estudio más parecido a este trabajo, referido a Italia, es el de Migliaccio (2018) y permite hacer comparaciones útiles con estas notas.

La falta de estudios cuantitativos de origen contable y los nuevos retos propuestos por la crisis pandémica han impulsado esta investigación, que también es útil para esbozar posibles estrategias de cara al futuro.

## METODOLOGÍA

Se han analizado los estados financieros de una muestra de empresas italianas de tamaño medio-grande con un volumen de negocio superior a 800.000 euros, durante el periodo de diez años (2011-2020), clasificadas en el código Ateco 2007 "55.10.00" dedicado únicamente a hoteles, excluyendo otras instalaciones de alojamiento.

Los estados financieros se tomaron de la base de datos AIDA de Bureau van Dick, que proporcionó datos sobre dos índices de rentabilidad, ROE (Return on Equity) y ROA (Return on Assets) para 5.366 hoteles. Se calculó una serie de estadísticas descriptivas: el rango de variación (Max-Min), la media aritmética, la mediana, la desviación media (la media de las desviaciones absolutas de la media), la varianza (la media de las desviaciones al cuadrado de la media), etc. La media anual de los dos índices permitió esbozar la tendencia decenal, representándola también gráficamente con la curva de interpolación relativa obtenida con una ecuación polinómica de grado 6 que maximiza el valor de R2. Las comparaciones entre las tres macro zonas nacionales (Norte, Centro y Sur) se validaron con la prueba Anova y, en caso necesario, con la prueba Tukey-Kramer.

## RESULTADOS

### ROE

El ROE expresa la rentabilidad general de una empresa. Se calcula mediante la siguiente fórmula  $\text{Ingresos netos/capital neto \%}$ . La evaluación de sus valores medios mejora mediante comparaciones temporales y, cuando es posible, espaciales.

La tabla 1 muestra el número de datos disponibles para Italia y sus macro zonas (3a) y el valor medio del índice para cada año (3b).

**Tabla 1: Determinación de la tendencia del ROE**

Año	Norte	Centro	Sur	Italia
2011	1267	556	468	2322
2012	1332	574	484	2393
2013	1370	600	495	2480
2014	1455	647	522	2657
2015	1511	695	553	2865
2016	1599	701	575	2970
2017	1670	748	591	3129
2018	1742	752	587	3213
2019	1785	754	580	3245
2020	678	146	151	956

Año	Norte	Centro	Sur	Italia
2011	-0,16	0,75	-0,06	-0,36
2012	-0,95	1,55	0,76	-0,1
2013	-1,37	0,23	1,11	-0,38
2014	3,46	4,67	4,15	3,78
2015	10,09	5,59	6,95	7,79
2016	11,78	8,07	8,77	10,24
2017	13,28	8,24	11,71	11,42
2018	12,14	8,73	13,12	11,38
2019	11,26	9,23	12,37	10,74
2020	-1,58	-1,01	-2,8	-1,74

**Fuente: elaboración de datos AIDA.**

Para trazar el gráfico de tendencia de los valores medios anuales, primero determinamos la ecuación de interpolación que maximiza el valor  $R^2$  (Cuadro 2).

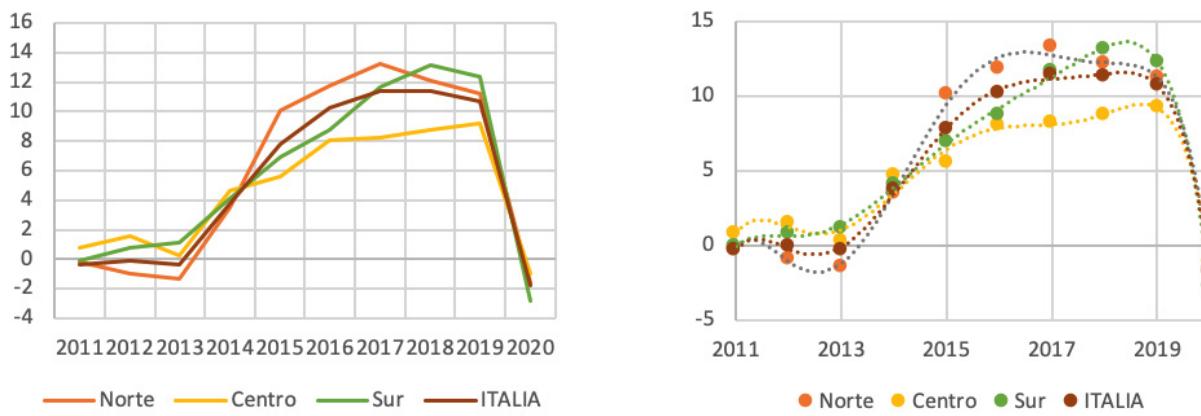
**Tabla 2: Ecuaciones de las curvas de interpolación del ROE**

<b>Italia</b>	$y=-0,0046x^6+55,739x^5-280823x^4+8E+08x^3-1E+12x^2+9E+14x-3E$	$R^2=0,9988$
<b>Norte</b>	$y=-0,0059x^6+71,754x^5-361520x^4+1E+09x^3-1E+12x^2+1E+15x-4E$	$R^2=0,9961$
<b>Centro</b>	$y=-0,0043x^6+51,707x^5-260504x^4+7E+08x^3-1E+12x^2+9E+14x-3E$	$R^2=0,9787$
<b>Sur</b>	$y=-0,0029x^6+34,682x^5-174709x^4+5E+08x^3-7E+11x^2+6E+14x-2E$	$R^2=0,998$

Fuente: elaboración de datos AIDA.

El resultado es la figura 3, que muestra la evolución del índice.

**Figura 3: Tendencia ROE 2011-2020**



Fuente: elaboración de datos AIDA.

Los valores más bajos caracterizan al Centro (que nunca supera el 10%). En el Norte y el Sur, en cambio, el ROE tiene valores más altos. Además, hasta 2013 en el Norte el ROE toma valores negativos, cosa que no ocurre en el Centro y el Sur, de hecho roza el 0%, pero nunca baja de él. En el Norte en 2017 hay un aumento significativo del ROE que alcanza el 13%, un pico que el Sur alcanza en 2018.

El descenso de la rentabilidad, debido a los cierres de negocios inducidos por la pandemia en el último año, parece pues evidente. Algunas estadísticas descriptivas (Tablas 3 y 4) aclaran aún más la situación expuesta, proporcionando una útil información analítica adicional.

**Tabla 3: Estadísticas descriptivas del ROE – Italy**

	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Min	Máx	Variación
2011	-1,89	0,17	22,14	74,11	-209	44,17	253,4
2012	5,83	3,41	12,47	98,55	-48	110,9	159,21
2013	6,08	3,43	13,9	122,4	-90	88,87	178,93
2014	5,12	2,87	14,97	138,87	-210	75,52	285,6
2015	4,19	2,79	13,75	113,05	-145	69,12	214,27
2016	3,74	2,72	13,08	98,05	-150	58,94	209,18
2017	2,58	1,95	10,44	58,56	-78	71,72	150,1
2018	1,46	1,61	11,57	66,79	-106	61,95	167,91
2019	1	1,56	17,96	156,28	-290	79,31	369,79

2020	1,5	1,7	16,04	121	-219	74,83	294,22
------	-----	-----	-------	-----	------	-------	--------

Fuente: elaboración de datos AIDA.

Tabla 4: Estadísticas descriptivas del ROE

Norte									Centro									Sur								
Año	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Mn	Máx	Variación	Año	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Mn	Máx	Variación	Año	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Mn	Máx	Variación			
2011	-0,16	0,72	30,58	409,41	-147,58	117,12	264,7	2011	0,75	0,9	30,9	408,26	-148,86	97,7	246,6	2011	-0,06	0,42	27,3	315,16	-142,27	88,41	230,7			
2012	-0,95	0,56	30,55	419,3	-148,22	101,66	249,8	2012	1,55	0,67	33,37	491,88	-147,98	114,86	262,8	2012	0,76	0,49	26,77	318,28	-135,91	94,47	230,4			
2013	-1,37	0,92	32,82	504,01	-148,5	123,82	272,3	2013	0,23	0,95	33,06	504,05	-149,28	98,19	247,5	2013	1,11	0,39	26,95	327,82	-131,21	115,51	246,7			
2014	3,46	1,9	31,51	499,63	-147,62	138,74	286,4	2014	4,67	1,83	30,43	465,98	-146,16	118,09	264,3	2014	4,15	1,02	27,76	376,43	-143,31	140,94	284,3			
2015	10,09	5,38	34,34	665,72	-148,01	128,38	276,4	2015	5,59	2,73	30,22	495,65	-124,19	140,38	269,6	2015	6,95	2,06	31,09	516,75	-147,35	122,3	269,3			
2016	11,77	6,59	32,21	627,88	-145,32	138,98	284,3	2016	8,07	3,72	21,52	551,42	-141,96	122,29	264,3	2016	8,77	3,54	29,97	504,36	-139,11	118,43	257,5			
2017	13,28	8,65	31,42	641,12	-146,61	146,94	293,6	2017	8,24	4,26	32,55	625,66	-149,6	144,57	299,2	2017	11,71	4,96	31,25	570,26	-147,68	144,13	291,8			
2018	12,14	8,25	28,81	561,39	-150	145,83	295,8	2018	8,73	4,55	29,66	526,97	-134,26	118,69	258	2018	13,12	6,09	30,68	563,29	-147,59	137,43	285			
2019	11,26	8,29	30,5	635	-149,65	125,66	275,3	2019	9,13	4,78	27,15	447,42	-140,43	99,19	239,6	2019	12,37	6,21	28,16	472,55	-136	141,61	277,6			
2020	-1,58	0,07	31,29	236,2	-136,23	97,29	233,5	2020	-1,01	-0,3	39,85	177,05	-144,17	116,86	261	2020	-2,8	0,38	35,17	176,98	-136,92	96,06	233			

Fuente: elaboración de datos AIDA.

La cifra nacional muestra una mediana que difiere poco de la media. La distribución de los datos es, por tanto, asimétrica: la mayoría de ellos tienen valores inferiores a la media. La desviación típica y la varianza tienen valores bastante elevados: por lo tanto, se puede decir que la rentabilidad de los fondos propios tiene una variabilidad considerable. El ROE tiene valores mínimos negativos (en 2019 en el Norte el valor mínimo es de -150,00%) y máximos positivos (en el Norte en 2017 alcanzó el 146,94%) que caracterizan un amplio rango de variación. Una primera observación de los gráficos y una cuidadosa evaluación de las estadísticas descriptivas, no muestra diferencias significativas entre las tres macro zonas. Para medir y evaluar mejor las diferencias, los datos de la media anual de las huevas se sometieron a la prueba ANOVA (Tabla 5).

Tabla 5: prueba ANOVA sobre el ROE

RESUMEN																			
Grupos	Cuenta	Suma		Media		Desviación		Origen de la variación	SQ	gdl		MQ		F		Valor de significacion	F crit		
Norte	10	29,61		2,961		7,03025444		Entre grupos	18,8384067	2		9,41920333		1,49344892		0,242568848	3,35413083		
Centro	10	12,8		1,28		5,59653333		En grupos	170,28938	27		6,30701407							
Sur	10	29,61		2,961		6,29425444		Total	189,127787	29									

Fuente: elaboración de datos AIDA.

El ROE muestra mayores diferencias dentro de los grupos que entre ellos. El análisis de la varianza no reveló diferencias estadísticamente significativas entre los grupos considerados ( $F < F_{crit}$ ). Dado que se acepta la hipótesis nula, no es necesaria la prueba post-Anova.

#### ROA

El ROA evalúa la rentabilidad del capital invertido. Se calcula mediante la siguiente fórmula: beneficio de explotación/activo total %.

Tiene en cuenta la gestión característica, la gestión no característica y las inversiones de capital y deuda. Por tanto, se considera un índice de rentabilidad "global". La evaluación de sus valores medios mejora mediante comparaciones temporales y, cuando es posible, espaciales.

La tabla 6 muestra el número de datos disponibles para Italia y sus macro zonas y el valor medio del índice para cada año.

**Tabla 6: Determinación de la tendencia del ROA**

**Cuadro 6a: Los datos disponibles**

Año	Norte	Centro	Sur	Italia
2011	1121	644	423	2733
2012	1151	667	444	2827
2013	1198	704	451	2987
2014	1282	742	483	3125
2015	1392	782	522	3250
2016	1467	791	540	3395
2017	1555	838	549	3469
2018	1628	840	553	3487
2019	1670	833	548	1072
2020	618	188	143	4208

**Cuadro 6b: El ROA – valores medios anuales**

Año	Norte	Centro	Sur	Italia
2011	1,71	0,66	1,5	1,33
2012	0,42	0,29	1	0,34
2013	1,04	0,6	1,46	1,04
2014	1,98	0,44	2,58	1,76
2015	5,36	2,36	3,74	4,1
2016	5,33	3,47	4,19	4,5
2017	5,81	3,12	5,12	4,8
2018	4,88	3,36	6,08	4,65
2019	4,96	2,85	5,83	4,5
2020	-1,88	-4,35	-1,89	-2,43

Fuente: Elaboración de datos AIDA.

Para la elaboración del gráfico de tendencia de los valores medios anuales, determinamos en primer lugar la ecuación de interpolación que maximiza el valor  $R^2$  (Tabla 7).

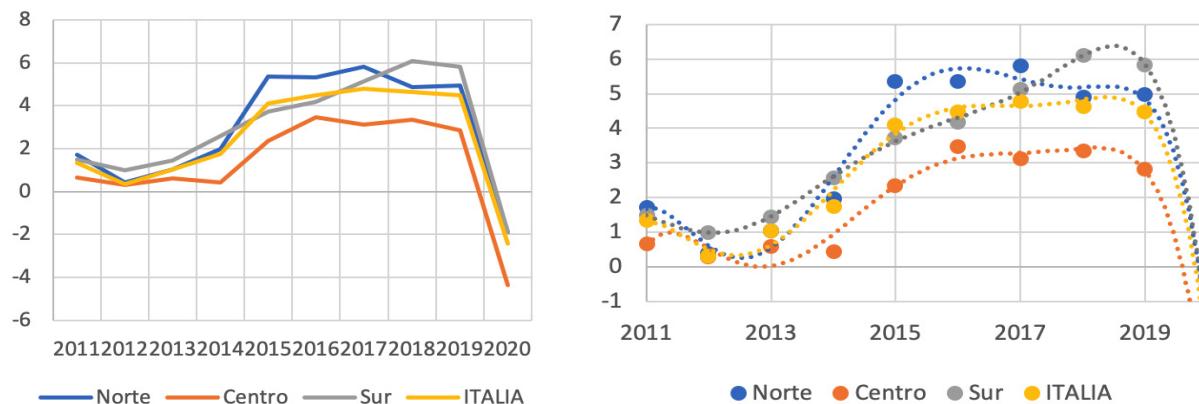
**Tabla 7: Ecuaciones de las curvas de interpolación del ROA**

<b>Italia</b>	$y=-0,002x^6+24,416x^5-122999x^4+3E+08x^3-5E+11x^2+4E+14x-1E$	$R^2=0,9902$
<b>Norte</b>	$y=-0,0027x^6+32,974x^5-166120x^4+4E+08x^3-7E+11x^2+5E+14x-2E$	$R^2=0,9787$
<b>Cen-tro</b>	$y=-0,0022x^6+26,274x^5-132369x^4+4E+08x^3-5E+11x^2+4E+14x-1E$	$R^2=0,984$
<b>Sur</b>	$y=-0,0013x^6+15,227x^5-76691x^4+2E+08x^3-3E+11x^2+3E+14x-8E$	$R^2=0,9994$

Fuente: elaboración de datos AIDA.

El resultado es la figura 4, que muestra la tendencia del índice, muy similar a la del ROE.

**Figura 4: tendencia ROA 2011-2020**



Fuente: elaboración de datos AIDA.

Los valores más bajos caracterizan al Centro (negativo a partir de 2019). En el Norte y el Sur, en cambio, el Roe tiene valores más altos, alcanzando picos del 6% en 2018 en el Sur. Además, en 2020 en el Norte el ROA adquiere valores negativos, debido a las pérdidas de explotación. Así, parece evidente el descenso de la rentabilidad debido a los cierres impuestos por la pandemia en el último año. La tendencia de los datos de la media del ROA se puede elaborar con más detalle calculando algunas estadísticas (Tablas 8 y 9).

**Tabla 8: Estadísticas descriptivas del ROA – Italia**

Año	Media	Mediana	Desviación Están-dar	Varianza	Min	Máx	Variación
2011	1,33	1,76	15,49	117,34	-245	150,6	395,64
2012	0,34	1,17	15,4	120,86	-290	79,31	369,79
2013	1,04	1,59	15,25	122,73	-321	75,56	396,3
2014	1,76	1,98	17,21	165,63	-399	206,9	605,99
2015	4,1	2,75	12,24	91,38	-150	98,74	248,98
2016	4,5	2,99	18,09	2013,12	-216	519,3	735,25
2017	4,8	3,21	16,34	174,21	-363	290,3	652,84
2018	4,65	3,27	14,37	138,41	-307	108,4	415,12
2019	4	3,3	19,3	246,55	-589	323,9	912,84
2020	-2,43	0,06	19,23	74,76	-209	208,3	417,51

Fuente: elaboración de datos AIDA.

**Tabla 9: Estadísticas descriptivas del ROA**

Norte								Centro								Sur							
Año	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Mn	Máx	Variación	Año	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Mn	Máx	Variación	Año	Media	Mediana	Desviación Estándar	Varianza	Mn	Máx	Variación
2011	1,71	1,9	15,13	113,98	-153,79	150,6	304,4	2011	0,66	1,88	17,04	143,92	-245,04	61,35	306,4	2011	1,5	1,7	16,04	121	-219,39	74,83	294,2
2012	0,42	1,2	14,02	102,21	-156,99	75,57	232,5	2012	0,29	1,31	14,54	108,36	-142,25	68,41	210,7	2012	1	1,56	17,96	156,28	-290,48	79,31	369,8
2013	1,04	1,66	16,36	143,4	-320,74	73,42	394,2	2013	0,6	1,46	16,82	153,17	-241,51	75,56	317,1	2013	1,46	1,61	11,57	66,79	-105,96	61,95	167,9
2014	1,98	2,07	15,8	142,95	-399,06	72,35	471,4	2014	0,44	2,23	23,05	303,18	-367,02	78,49	445,5	2014	2,58	1,95	10,44	58,56	-78,38	71,72	150,1
2015	5,36	3,25	12,13	93,66	-92,31	98,74	191,1	2015	2,36	2,33	12,2	90,74	-96,88	52,03	148,9	2015	3,74	2,72	13,08	98,05	-150,24	58,94	209,2
2016	5,33	3,46	18,78	226,64	-215,97	519,28	735,3	2016	3,47	2,49	19,88	243,18	-174,63	374,65	549,3	2016	4,19	2,79	13,75	113,05	-145,15	69,12	214,3
2017	5,81	3,96	15,81	170,6	-362,57	121,75	484,3	2017	3,12	2,3	18,45	221,43	-173,08	299,27	463,4	2017	5,12	2,87	14,97	138,87	-210,08	75,52	285,6
2018	4,88	3,64	15,15	161,18	-306,76	89,92	396,7	2018	3,36	2,62	13,68	123,46	-140,78	108,36	249,1	2018	6,08	3,43	13,9	122,4	-90,08	88,87	179
2019	4,96	3,74	16,67	198,78	-341,62	172,3	514	2019	2,85	2,68	28,2	511,04	-588,9	323,94	912,8	2019	5,83	3,41	12,47	98,55	-48,33	110,88	259,2
2020	-1,88	0,25	17,12	78,11	-168,42	101,43	269,9	2020	-4,35	-0,91	23,48	81,55	-106,56	208,28	314,8	2020	-1,89	0,17	22,14	74,11	-209,23	44,17	253,4

Fuente: elaboración de datos AIDA.

La cifra nacional tiene una mediana que se desvía poco de la media. La distribución de los datos es, por tanto, asimétrica: la mayoría de ellos tienen valores inferiores a la media. La desviación típica y la varianza tienen valores bastante elevados: por lo tanto, se puede decir que el rendimiento de los activos tiene una variabilidad considerable.

El ROA tiene valores mínimos negativos (en 2019 en el Centro el valor mínimo es -588,90%) y máximos positivos (en el Norte en 2016 alcanzó el 519,28%) que caracterizan un amplio rango de variación. Sin embargo, estos valores especialmente altos o bajos son muy raros, aunque influyan en la media. Una primera observación de los gráficos y una cuidadosa evaluación de las estadísticas descriptivas, no muestra diferencias significativas entre las tres macro zonas. Para medir y evaluar mejor las diferencias, los datos medios anuales del ROA se sometieron a la prueba ANOVA (Tabla 10).

**Tabla 10: Prueba ANOVA sobre el ROA**

<b>RESUMEN</b>					
<i>Grupos</i>	<i>Cuenta</i>	<i>Suma</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación</i>	
Norte	10	29,61	2,961	7,03025444	
Centro	10	12,8	1,28	5,59653333	
Sur	10	29,61	2,961	6,29425444	
<b>ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN</b>					
<i>Origen de la variación</i>	<i>SQ</i>	<i>gdl</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>Valor de significación</i>
Entre grupos	18,8384067	2	9,41920333	1,49344892	0,242568848
En grupos	170,28938	27	6,30701407		
Total	189,127787	29			

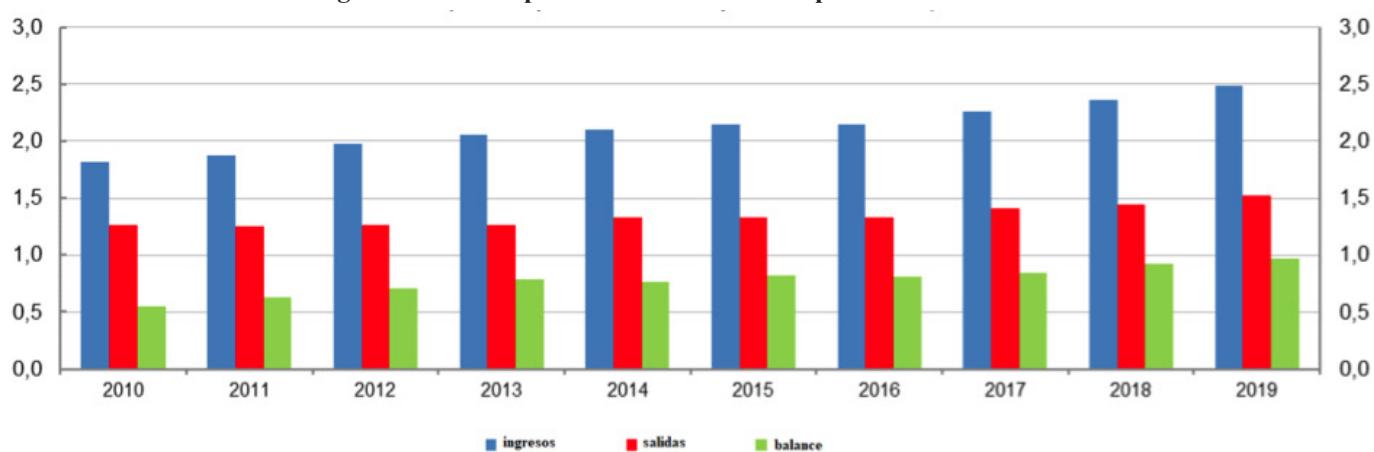
**Fuente: elaboración de datos AIDA.**

El ROA muestra mayores diferencias dentro de los grupos que entre ellos. El análisis de la varianza no reveló diferencias estadísticamente significativas entre los grupos considerados ( $F < F_{crit}$ ). Dado que se acepta la hipótesis nula, no es necesaria la prueba post-Anova.

## DISCUSIÓN

Durante décadas, el turismo ha sido un sector económico importante para Italia, con una contribución positiva a la balanza de pagos y al producto interior bruto (Figura 5).

**Figura 5: El saldo positivo del turismo en el producto interior bruto**



**Fuente: Banca d'Italia, 2020, p. 1.**

Por lo tanto, por desgracia, la pandemia ha tenido un impacto negativo debido a la prohibición de viajar a las personas necesaria para limitar los contagios (Figura 6).

**Figura 6: Llegadas de turistas internacionales a Italia**



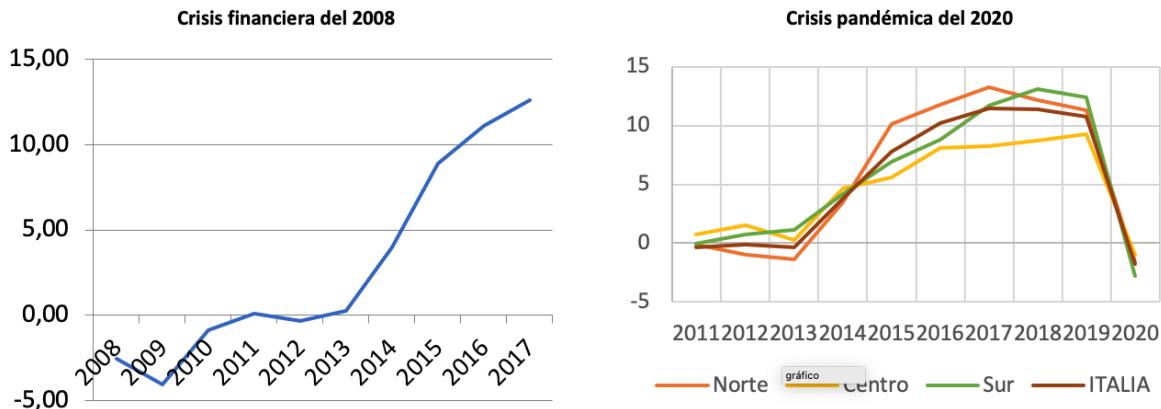
Fuente: Federalberghi (2021), p. 14.

Este estudio ha puesto de manifiesto la evolución de la rentabilidad de los hoteles italianos mediante el análisis de las tendencias de dos índices de balance relativos a una amplia muestra. La primera hipótesis (H1), que es bastante obvia, se confirma ciertamente: la crisis pandémica ha reducido drásticamente la rentabilidad de las empresas, a pesar de que los gestores públicos respondan a la RQ1. Los efectos negativos de la pandemia fueron similares en todas las macroregiones del país. Respondiendo a la RQ2, la segunda hipótesis de la investigación H2, por lo tanto, no puede ser confirmada: no se encontraron diferencias estadísticamente significativas, a pesar de que las macro-áreas tienen considerables diferencias económicas y sociales (Bianchi y Fraschilla, 2020). La principal limitación de esta investigación es el uso de solo dos índices. En el futuro habrá que añadir otros, como los ratios de capital y financieros.

También habrá que considerar que las empresas turísticas italianas se están organizando en redes empresariales (Migliaccio et al., 2018). Otra limitación es su carácter únicamente cuantitativo, limitado a las empresas más grandes, teniendo en cuenta que en Italia también existen numerosos hoteles más pequeños de tamaño familiar. También es necesario apoyar los análisis cualitativos también con referencia a los principios de sostenibilidad (Yenidogan et al. 2021; Migliaccio, 2021; Fontana y Migliaccio, 2021). Los resultados obtenidos confirman la necesidad de realizar estudios cuantitativos que se centren en los procesos de eficiencia interna, continuando la pista de las investigaciones de Ben Aissa y Goaied (2016) que también utilizaron el ROA, Xu (2017), Sami & Mohamed (2014), Diakomihalis (2011) y O'Neill & Mattila (2006), a pesar de las críticas de Chow et al. (2003).

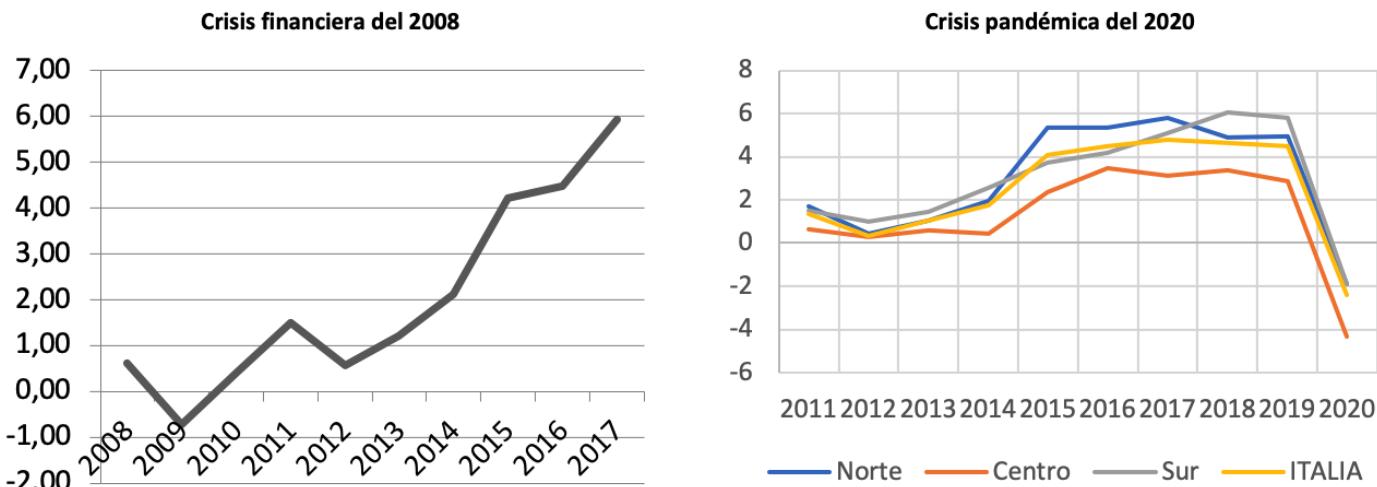
La única comparación prácticamente posible por identidad de metodología y alcance es el estudio previo de Migliaccio (2018) que también analizó con detalle la evolución de la rentabilidad hotelera tras la crisis financiera global de 2008, pero que no desagregó los datos por zonas geográficas. Sin embargo, es posible comparar los efectos de las dos crisis tanto para Roe (Figura 5) como para Roa (Figura 6).

**Figura 7: Roe de los hoteles y crisis internacionales**



Fuente: Migliaccio (2018). Elaborado por los autores.

**Figura 8: Roa de los hoteles y crisis internacionales**



Fuente: Migliaccio (2018). Elaborado por los autores.

Una comparación de mis tendencias muestra claramente que la rentabilidad se desplomó como resultado de las dos crisis, que tuvieron diferentes orígenes y condujeron a diferentes políticas de apoyo público.

## CONCLUSIÓN

A pesar de algunos problemas típicamente internos, Italia sigue siendo un emblema de los países turísticos. La oferta de alojamiento ha sufrido los efectos de la crisis pandémica, lo que se ha traducido en un desplome de la rentabilidad, a pesar de las subvenciones públicas.

El desplome de la rentabilidad empresarial ha sido homogéneo en todo el país, a pesar de que las características socioeconómicas son muy diferentes entre las regiones por razones atávicas. Esto pone de manifiesto la especial gravedad de la crisis, que también afectó a las zonas más ricas y a las más buscadas por los turistas por su especial belleza natural y/o artística.

El estudio puede tener varias implicaciones para la ciencia y la práctica.

La metodología interdisciplinaria utilizada, que combina los conocimientos de contabilidad con el tratamiento estadístico, puede aplicarse fácilmente a otros sectores de la economía, incluido el turismo. Valdría la pena investigar, por ejemplo, cómo les fue a los restaurantes, agencias de viajes y operadores turísticos antes y después de la pandemia. Es muy probable que se obtengan resultados similares, teniendo en cuenta las considerables interconexiones entre las empresas que operan en el mismo sector. Sin embargo, habría que realizar una prueba empírica.

Además, también podrían analizarse otros sectores productivos para ver el diferente efecto de las medidas de protección de la salud pública en las distintas zonas. De hecho, algunas actividades se han desarrollado considerablemente tras la difusión de Covid 19, a diferencia de otros sectores económicos.

En general, los estudios sectoriales contribuyen a evaluaciones macroeconómicas más amplias y, por tanto, también informan de las políticas económicas de las autoridades públicas nacionales y locales.

Sin embargo, es necesario disponer de datos presupuestarios durante un periodo de tiempo suficientemente largo, y para ello es fundamental la información disponible en las bases de datos, que contribuyen de forma encomiable a los análisis científicos típicos. Sin embargo, la práctica empresarial también puede hacer uso de estos estudios. La empresa individual puede compararse con la media del sector para comprobar si hay lagunas y resolverlas rápidamente. Las asociaciones comerciales también pueden llevar a cabo sus tareas de coordinación y orientación de sus empresas miembros, partiendo de un conocimiento analítico de la situación general. Por lo tanto, en este caso concreto, las asociaciones de hoteleros pueden necesitar información de tipo sintético, a nivel

nacional y también, y sobre todo, desglosada por regiones, considerando que la promoción turística debe desarrollarse también en relación con las características locales. Todos los demás actores del sector hotelero pueden ajustar sus opciones utilizando los datos propuestos. En primer lugar, los empleados, teniendo en cuenta la inseguridad laboral que ha caracterizado los últimos tiempos, aunque algunos estudios (Aguiar-Quintana et al., 2021) han mostrado una respuesta positiva por parte de los empleados: el riesgo de perder el empleo no ha afectado a su rendimiento. Los bancos y todos los demás prestamistas deben utilizar elaboraciones similares a las propuestas aquí para una mejor definición de la solvencia. Además, los propietarios de hoteles no pueden dejar de considerar la rentabilidad del capital invertido y el riesgo del sector en el que operan.

El estudio se centró únicamente en el país Italia, elegido por sus características turísticas típicas. Sin embargo, dada la disponibilidad de datos, sería deseable llevar a cabo una investigación similar también en otras zonas geográficas, también para fomentar las comparaciones internacionales útiles para verificar los diferentes efectos de la pandemia y, sobre todo, de las medidas adoptadas en los distintos países.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar-Quintana, T., Nguyen, H., Araujo-Cabrera, Y., Sanabria-Díaz, J.M. (2021). Do job insecurity, anxiety and depression caused by the COVID-19 pandemic influence hotel employees' self-rated task performance? The moderating role of employee resilience. *International Journal of Hospitality Management*, 94, art. no. 102868.
- Anagnostopoulou, S.C., Buhalis, D., Kountouri, I.L., Manousakis, E.G., Tsekrekos, A.E. (2020). The impact of online reputation on hotel profitability. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), 20-39.
- Aznar, J.P., Bagur, L., Rocafort, A. (2016). Impact of service quality on competitiveness and profitability: The hotel industry in the Catalan coast. *Intangible Capital*, 12(1), 147-166.
- Aznar, J.P., Sayeras, J.M., Rocafort, A., Galiana, J. (2017). The irruption of Airbnb and its effects on hotel profitability: An analysis of Barcelona's hotel sector. *Intangible Capital*, 13(1), 147-159.
- Banca d'Italia (2020). Indagine sul turismo internazionale. Banca d'Italia, Roma.
- Ben Aissa, S., Goaied, M. (2016). Determinants of Tunisian hotel profitability: The role of managerial efficiency. *Tourism Management*, 52, 478-487.
- Bianchi, L., Fraschilla, A. (2020). Divario di cittadinanza. Un viaggio nella nuova questione meridionale. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Bonfiglietti, F. (2018). La gestione professionale dell'azienda alberghiera. Franco Angeli, Milano.
- Chen, C. M., Chang, K. L. (2012). Effect of price instability on hotel profitability. *Tourism Economics*, 18(6), 1351-1360.
- Chow, C.W., Haddad, K.M., Leung, S., Sterk, W. (2003). Using value-based performance measures to improve hotel profitability. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 4(1), 23-50.
- Diakomihalis, M.N. (2011). Financial structure and profitability analysis of greek hotels. *Journal of Hospitality Financial Management*, 19(1), 51-70.
- Dimitrić, M., Tomas Žiković, I., Arbula Blecich, A. (2019). Profitability determinants of hotel companies in selected Mediterranean countries. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 1977-1993.
- Federalberghi (2021), DATATUR. Trend e statistiche sull'economia del turismo. Istituto Internazionale di Studi e Documentazione Turistico Alberghiera "Giovanni Colombo", Roma.
- Fontana, F., Migliaccio, D. (2021). Web Communication of Sustainability of Italian Hotels: Results of an Exploratory Survey. In Varadzhakova, D., Mancheva-Ali, O., Kostadinova, N., Dimitrov, S., Godzhaeva, E., Naumov, N., Thangadurai, S. (Eds.).

Proceedings of the international scientific conference on “Tourism and the global crises”. Univesity of Veliko Turnovo, 21 april 2021, Publishing house “I and B”, Veliko Turnovo, 89-98.

Halilbegovic, S., Ciber, E., Celebic, N., Cero, E. (2020). Comparative profitability analysis of foreign direct and domestic investment in hotels of Bosnia and Herzegovina. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(2), 1-16.

Iyengar, A., Suri, K. (2012). Customer profitability analysis - An avant-garde approach to revenue optimisation in hotels. *International Journal of Revenue Management*, 6(1-2), 127-143.

Krakhmal, V. (2006). Customer profitability accounting in the context of hotels. In Harris, P. and Mongiello, M. (Eds). *Accounting and Financial Management: Developments in the International Hospitality Industry*. Elsevier, Amsterdam, 188-210.

Lado-Sestayo, R., Otero-González, L., Vivel-Búa, M., Martorell-Cunill, O. (2016). Impact of location on profitability in the Spanish hotel sector. *Tourism Management*, 52, 405-415.

Lado-Sestayo, R., Vivel-Búa, M. (2018). Profitability in the hotel sector: a PLS approach. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 455-470.

Lado-Sestayo, R., Vivel-Búa, M., Otero-González, L. (2020). Connection between hotel location and profitability drivers: an analysis of location-specific effects. *Current Issues in Tourism*, 23(4), 452-469.

Makki, A.M., Singh, D., Ozturk, A.B. (2016). HotelTonight usage and hotel profitability. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(3), 313-327.

Migliaccio, G. (2018). The Profitability of Italian Hotels During and After the 2008 Crisis. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(6), article No 2, 1-21.

Migliaccio, G. (2021). Italian Hotels and Sustainability: some Experiences. In Varadzhakova, D., Mancheva-Ali, O., Kostadinova, N., Dimitrov, S., Godzhaeva, E., Naumov, N., Thangadurai, S. (Eds.). *Proceedings of the international scientific conference on “Tourism and the global crises”*. Univesity of Veliko Turnovo, 21 april 2021, Publishing house “I and B”, Veliko Turnovo, 125-134.

Migliaccio, G., Lurgi, M. & Aufiero, V.A. (2018). Business networks in Italian tourism. Case study: “Rete destinazione sud”. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 6(2), 117-135.

Olagunju, A.O., Nwaobia, A.N., Ogundajo, G.O. (2020). Working capital and profitability of listed hotel companies in Nigeria. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(4), 669-684.

O'Neill, J.W., Mattila, A.S. (2006). Strategic hotel development and positioning: The effects of revenue drivers on profitability. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(2), 146-154.

Pan, C.-M. (2005). Market structure and profitability in the international tourist hotel industry. *Tourism Management*, 26(6), 845-850. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517704001281>

Ricci, P., Jannelli, R., Migliaccio, G. (2007). Profili gestionali e rivelazioni contabili delle imprese alberghiere. Franco Angeli, Milano.

Sami, B.A., Mohamed, G. (2014). Determinants of tourism hotel profitability in Tunisia. *Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 163-175.

Sandvik, I.L., Duhan, D.F., Sandvik, K. (2014). Innovativeness and Profitability: An Empirical Investigation in the Norwegian Hotel Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(2), 165-185.

Sharma, S. (2017). Culinary innovation in Indian hotels and building cost efficiencies that spur profitability growth. In Munjal, S., Bhushan, S. (Eds.). *The Indian Hospitality Industry: Dynamics and Future Trends*. Routledge, Londra, 252-274.

Simons, T., McLean Parks, J., Tomlinson, E.C. (2018). The Benefits of Walking Your Talk: Aggregate Effects of Behavioral Integrity on Guest Satisfaction, Turnover, and Hotel Profitability. *Cornell Hospitality Quarterly*, 59(3), 257-274.

Singh, H., Saufi, R.A., Tasnim, R., Hussin, M. (2017). The relationship between employee job satisfaction, perceived customer satisfaction, service quality, and profitability in luxury hotels in Kuala Lumpur. *Prabandhan: Indian Journal of Management*, 10(1), 26-39.

Taylor, D.C., Snipes, M., Barber, N.A. (2018). Indicators of hotel profitability: Model selection using Akaike information criteria. *Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 61-71.

Xu, X. (2017). Evaluating operating and profitability efficiencies of hotel companies. *International Journal of Information and Decision Sciences*, 9(4), 315-333.