

EL PROBLEMA DEL COSTE EN LA INDUSTRIA HOTELERA: EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.

Antonio J. Pérez Martínez
Universidad de Málaga

La innegable importancia del sector turístico en nuestro país reclama, en nuestra opinión, un riguroso estudio de los diversos componentes que configuran su oferta final, dentro de la que, sin ningún género de duda, ocupa una importancia destacada la industria hotelera. Ello otorga especial relevancia a todo intento de definición y cálculo de los costes que inciden en la misma, y en particular los servicios de restauración y alojamiento, del último de los cuales nos ocupamos en el presente trabajo.

We think that the great importance of tourism bussiness in our country makes necessary the elaboration of a deep study about the different factors that shape the completed offer in the sector. The products dealing with accommodations are undoubtedly an important part within this offer. It involves a special meaning for any attempt to define this sort of products and to calculate the costs that affect them. These last aspects we treat in the present piece of work.

PALABRAS CLAVE: Sector turístico, Industria hotelera, costes, restauración y alojamiento

KEY WORDS: Turist Sector, Hotel Industry, costs, lodging

1. INTRODUCCIÓN

El turismo constituye un fenómeno de masas de relevada importancia, tanto en el ámbito económico como social, político y cultural, que en nuestro país supone una de las bases fundamentales de la economía y, por lo tanto, una destacada fuente de riqueza.

El impacto histórico del turismo sobre nuestra economía ha sido claramente positivo y se ha caracterizado por una progresión que, a pesar de los altibajos inevitables en el desarrollo mundial del fenómeno³¹⁷, ha llegado a situar a España en una posición de privilegio, fundamentalmente posibilitada por un entorno que, con independencia del acierto gestor de los organismos³¹⁸ –públicos y privados- que posibilitan su desarrollo, se ha constituido en pieza básica para su actual expansión. Todo ello le otorga una posición³¹⁹ dentro del turismo mundial –en lo que se refiere al turismo puramente receptivo- que la sitúa en el tercer destino mundial tras Francia, que encabeza la relación y Estados Unidos. La Unión Europea continúa siendo el primer destino turístico del mundo, a pesar de las cuotas de mercado que han ido absorbiendo otras zonas geográficas como consecuencia de la liberalización del tráfico aéreo, que ha dado posibilidad a las compañías chárter de entrar a competir en el mercado regular doméstico e internacional.

En cuanto a los ingresos³²⁰ por turismo internacional, España se sitúa entre los años 1990-95 en cuarto lugar, precedida por Estados Unidos, Francia e Italia, ocupando por primera vez en 1996 la segunda posición, superada únicamente por Estados Unidos, pasando en 1997 de nuevo a ocupar el tercer lugar tras Estados Unidos e Italia. El saldo positivo turístico ha supuesto una aportación

³¹⁷ Existe una correlación destacada entre el desarrollo del fenómeno turístico y el crecimiento del PIB mundial tras la Segunda Guerra Mundial.

³¹⁸ Con independencia de los condicionantes externos –económicos y políticos- e innatos –geografía, clima,...-, la aceptación de la oferta turística de una determinada zona geográfica está condicionada, indudablemente, por la calidad de la misma.

³¹⁹ Francia, Estados Unidos y España recibieron en 1996 prácticamente el 25% del movimiento turístico internacional, siendo el porcentaje de participación española el 7%. Datos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo (1997): *Tourism Highlights 1996*, Madrid, Ed. O.M.T.

³²⁰ La balanza de pagos turística reflejó en 1997 unos ingresos por turismo de 3.920,8 miles de millones de pesetas, mientras que los gastos 658,4 miles de millones, que supone un saldo positivo de 3.362,4 miles de millones de pesetas, un 10,5% del PIB, lo que confirma al turismo como una de las principales industrias nacionales. (Revista Dinero nº755, pág.15)

sustancial de divisas, que ha colaborado en el desarrollo económico de nuestro país, lo que ha ayudado a “sobrellevar” el tradicional déficit de la balanza comercial española, evitando un excesivo endeudamiento externo. No debemos olvidar a su vez el efecto multiplicador que produce el turismo sobre otros sectores, como pudieran ser la construcción, industria y otros servicios.

1.2. El sector turístico empresarial: especial referencia a la industria hotelera

A nivel estatal³²¹, en el Decreto 231/1965, de 14 de enero, por el que se aprueba el Estatuto Ordenador de las Empresas y de las Actividades Turísticas Privadas³²², se entiende por Empresas Turísticas Privadas las siguientes:

- Las de hostelería, “dedicadas de modo profesional o habitual, mediante precio, a proporcionar habitación a las personas, con o sin otros servicios de carácter complementario”.
- Las de alojamientos turísticos de carácter no hotelero, donde se incluyen “albergues, campamentos, bungalows, apartamentos, ciudades de vacaciones o establecimientos similares destinados a proporcionar mediante precio, habitación o residencia a las personas en épocas, zonas o situaciones turísticas”.
- Las de agencias de viajes, “las empresas que, en posesión del título licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos”³²³.
- Las agencias de información turística, “son las personas naturales o jurídicas que de manera habitual y retribuida, y en posesión del título correspondiente expedido por el Ministerio de Información y Turismo, presten servicios de orientación, información o asistencia a turistas, tanto en materia monumental, artística o histórica, como sobre comunicaciones y alojamientos y, en general, acerca de cuanto pueda ser de interés para el conocimiento de nuestro patrimonio turístico y la utilización de los medios existentes al servicio de los viajeros y turistas”³²⁴.
- Los restaurantes, donde se incluyen: “cafeterías y cuantos establecimientos sirvan al público, mediante precio, comidas y bebidas, cualquiera que sea su denominación”.
- Cualesquiera que presten servicios relacionados con el turismo directamente y que reglamentariamente se consideren como tales.

El presente trabajo se inserta en el primero de los referidos grupos, y en particular en la empresa hotelera. Dado que nuestro propósito es analizar los problemas derivados del cálculo del coste de alojamiento, podríamos considerar otro tipo de empresas turísticas que ofrezcan dicho servicio, como pudieran ser, albergues, apartamentos, etc., si bien, hacerlo así sería eludir la compleja heterogeneidad que converge y puede afectar al problema, cuyo tratamiento queremos situar en un marco del mayor ámbito posible.

³²¹ En materia de turismo existe la Ordenación Turística de las diversas Comunidades Autónomas donde delegan las oportunas competencias. Cabe destacar que para el caso de la Comunidad andaluza, la presente definición de tipología de empresas turísticas no presenta variación sustancialmente destacable.

³²² En BOE de 20 de febrero de 1965, se entienden como tales “todas aquellas que de manera directa o indirecta se relacionen o puedan influir predominantemente sobre el turismo, siempre que lleven consigo la prestación de servicios a un turista, tales como las de transporte, venta de productos típicos de artesanía nacional, espectáculos, festivales, deportes y manifestaciones artísticas, culturales y recreativas y especialmente las profesiones turísticas”.

³²³ Real decreto 271/1988, de 25 de marzo (BOE de 29 de marzo), por el que se regula el ejercicio de las actividades propias de las agencias de viajes, cuya disposición final primera modifica el artículo 4º del RD 231/1965 al que nos estamos refiriendo.

³²⁴ Agencias que tras la Orden de 14 de abril de 1988, del Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, deben solicitar su autorización como agencias de viajes, una vez que cumplieran y acreditaran los requisitos exigidos para éstas (BOE de 22 de abril).

Y ello, porque el servicio de alojamiento en sí resulta extremadamente simplista, y su coste de fácil cálculo, cuando se contempla como uniprodueto, sin posible influencia de procesos paralelos o alternativos que puedan afectarle. El hotel, por contra, es una empresa multiproducto en la que concurren diversos procesos más o menos colaterales al de alojamiento que, por tanto, amplían las posibles interrelaciones a considerar que puedan afectarle.

Siendo así es preciso definir el hotel tipo en el que queremos centrar el estudio, para lo cual cabría tener presente las nuevas tendencias en los servicios de alojamiento³²⁵, que propician en los establecimientos hoteleros varias posibles formas de explotación³²⁶ y dan fin a la escasa concentración empresarial del sector³²⁷.

Para el caso que nos ocupa, sin embargo, no consideramos de interés prestarle atención especial a ésta posibilidad. Antes bien, queremos analizar el problema en todo el heterogéneo complejo que puede representar en sí mismo un hotel con una cierta multiplicidad de servicios, para lo que, como hemos apuntado con anterioridad, prevemos, fundamentalmente, los de alojamiento y restauración, independientemente de la forma en que la empresa sea gestionada.

Para ello, hemos juzgado oportuno pensar en un hotel de cuatro estrellas con:

ALOJAMIENTO

300 habitaciones (aire acondicionado, televisión, hilo musical, servicios complementarios varios)

ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Restaurante
Bar
Cafetería-Snack

SERVICIOS GENERALES VARIOS

Parking
Salones de usos múltiples
Galería Comercial (en régimen de arrendamiento)
Servicios diversos (reserva de billetes, alquiler de coches, excursiones...)
Piscina

1.3 Estructura orgánica de la empresa hotelera

El tratamiento de los costes y la incidencia que habitualmente viene dándose por parte del sector, se asienta, principalmente, en una concepción inorgánica de la empresa, con independencia de

³²⁵ Sirva de ejemplo el crecimiento experimentado por las principales cadenas hoteleras, que oscila en número de hoteles, desde un 29,6% de la cadena Barceló a un 104,5% de la cadena Tryp. El grado de ocupación de los establecimientos ha venido siendo superior al 50%, sin olvidar los niveles de temporada alta, donde el índice de ocupación media de los hoteles se sitúa en torno al 95%. La facturación de los grupos turísticos más relevantes en el sector, ha oscilado entre los 14.000 millones de la cadena Husa y los 150.000 de Air Europa-Halcón (Datos de 1996 y 1997, véase Rev. Dinero op. Cit. Pág.12).

³²⁶ El 61,1% de los hoteles en España son explotados en régimen de propiedad, seguido del arrendamiento con un 19%, el contrato de gestión, un 16,3%, en franquicia un 1,7% y el resto un 1,9%.(Federación Española de Hoteles (1997), Rev. Dinero op. Cit. Pág 14-15).

³²⁷ De esta forma, surgen en España las cadenas hoteleras y agrupaciones de hoteles independientes con el objetivo de mejorar aspectos tales como la rentabilidad, gestión y competitividad en el mercado. Las cadenas hoteleras son asociaciones de hoteles que poseen una gestión común, admiten diferentes posibilidades de vinculación y de explotación, sus establecimientos pueden estar orientados tanto a una zona en concreto como a distintas zonas geográficas y dentro de las distintas categorías de hoteles que la componen, hay una cierta homogeneidad entre las instalaciones, precios y productos que ofrecen. El hecho de constituir cadenas hoteleras supone tener una serie de ventajas entre las que podríamos destacar:

- Concentración de compras, campañas de promoción y publicidad
- Central de reservas común para todos los establecimientos
- Se produce una mayor eficacia al introducir nuevas tecnologías comunes y una mayor experiencia a la hora de tomar decisiones en la gestión empresarial.

que pueda diseñarse una estructura departamental más o menos desarrollada, cuya utilización al respecto, después, no se tiene en cuenta. Así, sobre la base del cálculo previo, en una u otra forma, de unos costes directos, es frecuente suplementarlos para absorber un montante global de costes indirectos.

Con no permitir cualquier hipotética medida de la eficiencia de los múltiples centros productivos que operan en el hotel, dicha globalización impide, además, de una parte la incidencia de algunos costes que, aunque no de una manera directa, sí tienen una incuestionable relación con determinados centros productivos y, de otra, la exclusión de los que, en su caso, no guardan ninguna relación con otros. Consideramos, pues, que enfocar el problema en el marco de una concepción inorgánica de la explotación carecería de la necesaria oportunidad y, por tanto, fiabilidad.

Conforme a la concepción y estructura dada al hotel tipo propuesto para la estratificación en lugares y secciones del mismo, –sobre la que después asentaremos nuestra propuesta de cálculo del coste en el servicio de alojamiento–, nos permitimos tomar la propuesta formulada en su día por el profesor Requena³²⁸, que prevé los siguientes lugares y secciones:

SECCIÓN DE APROVISIONAMIENTO

Servicio de compras
Bodega
Economato
Cámaras
Platería
Lencería

SECCIÓN DE EXPLOTACIÓN

Habitaciones
Restaurante
Bar
Cafetería-Snack
Room service
Cocina
Pastelería
Teléfonos, internet y fax
Cambio de divisas
Parking
Salón usos múltiples
Tintorería
Galería comercial
Servicios varios

SECCIÓN COMERCIAL

Dirección
Administración
Personal

SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN

Servicio de ventas
Marketing y publicidad
Relaciones públicas
Financiación

LUGARES AUXILIARES

Recepción
Piscina
Conserjería
Pisos
Mayordomía
Limpieza
Lavandería
Central telefónica
Internet y fax
Animación
Vigilancia y seguridad
Energía eléctrica
Explotación de edificios

Zonas nobles
Explotación de edificio
Climatización
Hilo musical
Televisión
Zonas nobles
Piscina
Jardines
Ascensores
Garaje
Mantenimiento y conservación
Agua

³²⁸ Requena Rodríguez, J.M^a: La empresa de servicios: una propuesta de estructuración orgánica y definición del producto de restauración en la industria hotelera. (II Jornada de trabajo sobre contabilidad de costes y de gestión ASEPUC) Málaga, 1995.

Con la estructura de interrelaciones³²⁹ que se muestra en el cuadro:

Aunque similares puntualizaciones cabría realizar para otros supuestos³³⁰, juzgamos aconsejable precisar los matices diferenciadores de las nociones de Alojamiento, Habitaciones y habitación, porque van a afectar directamente al problema que nos ocupa y, por ello, entendemos que su auténtico alcance e interpretación no debe ofrecer duda alguna.

El servicio de alojamiento es una más de las ramas productivas del hotel, sería una de las funciones básicas de la empresa; habitaciones, en sentido estricto, serían los espacios físicos³³¹ donde se presta al cliente el servicio específico de alojamiento; Habitaciones como lugar de coste, sería la conjunción de múltiples unidades de igual naturaleza, que contribuyen al fin común de prestar al cliente dicho servicio

La estancia del cliente, sería el portador de coste final.

En principio y sin descender a mayores consideraciones, -lo que realizamos en el siguiente epígrafe-, es obvio que cada producto de alojamiento que el hotel oferta, es decir, la estancia por cliente en el hotel, debe incorporar costes directos y una parte de costes indirectos, que asignaremos en función del criterio de reparto adecuado a cada caso. Dado que la asignación de los costes directos, principalmente, por su propia naturaleza, no plantea especiales obstáculos, en lo sucesivo vamos a referirnos, a los indirectos, previa distribución entre, y por tanto a través de, los distintos centros que le afectan.

³²⁹ Aunque el lector habrá podido deducirlo, juzgamos oportuno significar que tanto los lugares y secciones propuestos, como el cuadro de interrelaciones, no son más que, en cada caso, una entre las múltiples que podría realizarse. Las circunstancias reales que concurrieran en el hotel de que se trate, serían las que determinarían la auténtica oportunidad o limitaciones de las mismas.

³³⁰ Véase al respecto: Requena Rodríguez José M^a, op. cit. pág. 18 y 19.

³³¹ Con su correspondiente equipamiento: mobiliario, televisión, baño, etc...

1.4. El coste de mantenimiento de los centros y el cálculo del coste del servicio de alojamiento

Si se tratara de una rama productiva simple, con un único tipo de producto, similar a cualquier producción en serie, el cómputo del coste unitario sería muy sencillo. No siendo así, es preciso acudir a las convencionales equivalencias para homogeneizar la heterogeneidad derivada del pluriproducción final, si bien, procurando precisar al máximo en el análisis que nos conduzca a los correspondientes coeficientes, para evitar incurrir en las deficiencias propias de los criterios operativos frecuentemente aplicados en el sector.

Con independencia de cualquier otra diversificación que pudiera resultar oportuna³³² al caso, en lo que sigue vamos a considerar los siguientes tipos de producto final:

Suite
Doble
Individual

Cuya descripción de características, tomamos de la Ordenación Turística de Andalucía³³³.

Cualquier conocedor del sector sabe que las relaciones de equivalencia entre ellas no son de carácter único y globalizado, pues en lo concerniente al coste, mientras que determinados consumos se comportan en forma homogénea, otros lo hacen en función de variables tan diversas como pueden ser el número de personas, la tipología y características de parte de su inmovilizado, la superficie ocupada etc. Y ello es extensible, así mismo, a la incidencia de sus interrelaciones con otros centros productivos.

Así, pues, costes primarios (factores) y secundarios (centros auxiliares), son los que deben ser objeto de individualizado análisis para su ulterior agrupación en bloques de comportamiento que, después, nos permitan cifrar los respectivos coeficientes.

Por lo que respecta al coste de los factores, hecha exclusión del personal³³⁴, parece oportuno pensar en una cierta homogeneidad en el consumo de los restantes, salvo en todo caso, los de amortización de cierto tipo de inmovilizado y materiales, en ambos casos en una presunta relación de dos a uno entre suites y habitaciones dobles respecto de las individuales, si bien por la escasa relevancia de éstos últimos podrían considerarse entre los de consumo homogéneo y, por tanto, hacer caso omiso a ellos.

En cuanto a los costes secundarios, de entre los que inciden en el lugar de coste Habitaciones (según anterior cuadro de interrelaciones), pueden presuponerse las siguientes relaciones de consumo³³⁵:

³³² Cada hotel en particular, con sus propias instalaciones y particularidades, determinaría la tipología de habitaciones de su oferta.

³³³ "Todos los establecimientos deberán tener habitaciones dobles e individuales. Los de cinco y cuatro estrellas dispondrán además de habitaciones dobles con salón, y las de cinco de varias suites. Se consideran suites los conjuntos de dos o más habitaciones con sus correspondientes cuartos de baño y al menos un salón". Decreto 110/1986, de 18 de junio sobre ordenación y clasificación de establecimientos hoteleros de Andalucía (BOJA nº69, de 15-07-86; Art.18)

³³⁴ En el lugar de coste Habitaciones no existe incidencia directa de éste factor por carecer de plantilla alguna específicamente adscrita al mismo

³³⁵ Como fácilmente cabe deducir, tales relaciones son una apreciación personal, sin duda alguna perfectible y en cualquier caso, a establecer para cada hotel, en particular, en función del comportamiento real comprobado.

		CRITERIO	
LUGAR DE COSTE	Homogéneo	Nº Personas	Superficie
Recepción	X		
Conserjería		X	
Pisos			X
Lavandería		X	
Central Telefónica		X	
Internet y fax		X	
Climatización			X
Hilo musical	X		
Televisión	X		
Zonas nobles		X	
Piscina		X	
Jardines			X
Ascensores		X	
Animación		X	
Vigilancia y seguridad	X		
Mant. y Conservación		X	
Energía eléctrica			X
Agua			X
Explotación Edificios			X

Consiguientemente, comprobado por tipo de habitación el montante de todos y cada uno de los consumos primarios y secundarios correspondientes a algunos ejercicios económicos precedentes (en defecto de datos reales habría que estimarlos hasta disponer de suficiente información), se establecería la relación de importes que nos llevara a la asignación de la equivalencia que proceda.

La afectación del coste de mantenimiento de Habitaciones, único lugar de incidencia directa en el portador que nos ocupa, se llevaría a cabo, finalmente, en la forma usual del método de las equivalencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranda Hipólito, Angel W.: Gestión técnico-económica de hoteles. Centro de estudios Ramón Areces, S.A.Madrid, 1994.
- BOJA nº69, de 15-07-86;Art.18
- Horwath Consulting España, miembro de Horwath International. Federación Española de Hoteles, 1997.
- Montaner Montejano,Jordi: Estructura del mercado turístico. Ed. Síntesis. Madrid, 1996
- Organización Mundial del Turismo (1997): Tourism Highlights 1996, Madrid, Ed. O.M.T.
- Requena Rodríguez, J.Mª: La empresa de servicios: una propuesta de estructuración orgánica y definición del producto de restauración en la industria hotelera. (II Jornada de trabajo sobre contabilidad de costes y de gestión ASEPUC) Málaga, 1995.