

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 1: Conceptos Básicos de Hotelería

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Definición de hotelería

Los hoteles son aquellos establecimientos que ofrecen alojamiento, con o sin servicios complementarios, diferentes a los de otras modalidades.

2. Características de un hotel

Entre las más importantes:

- Formar parte de un sector de servicios.
- Requiere innovaciones rápidas.
- Dentro del concepto hotelero se pueden distinguir al menos tres tipos de negocios: Empresa de servicios, Empresa transformadora, Empresa comercial.

3. Importancia de los hoteles

- Generación de empleo.
- Desarrollo económico.
- Infraestructura turística.
- Negocios y eventos.
- Promoción cultural.
- Atracción de inversiones.
- Calidad de vida

4. Categorías de empresas Hoteleras

- Por dimensión.
- Por tipo de clientela
- Por calidad de los servicios.
- Por operación.
- Por organización.

5. Organigrama básico de un hotel

- Gerente administrativo
- Contador
- Recepcionista
 - Área de seguridad.
 - Área de mantenimiento
 - Área de Alojamiento
 - Área de restaurante.

6. Gestión de experiencia del huésped - Atención al cliente

En el contexto de la hotelería, la atención al cliente implica proporcionar servicios de alta calidad a los huéspedes, resolver sus problemas y asegurar su comodidad y satisfacción durante su estancia.

7. Áreas y secciones de los hoteles

- Alojamiento
- Alimentos y bebidas (A&B)
- Áreas de ventas.
- Área de mantenimiento (control constante)

7. Área de alojamiento

Actividad: Recibir funciones de coordinación, ejecución; alojar; brindar servicio y facturar.

Importancia del alojamiento: Ocupa la mayor parte del hotel, tarifas suelen estar en moneda extranjera, menor número de empleados en esta área, la recepción es la imagen del hotel, es el centro de atención y su ubicación debe ser estratégica.

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 2: Industria Hotelera

REDC-α.viii Interpretar y Aplicar
Normas y Prácticas Contables
Especializadas por Industria⁽²⁾

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Orígenes y evolución

- Edad Media.
- Cruzadas y renacimiento.
- Siglo XVIII
- Siglo XIX
- Finales del siglo XIX
- Siglo XX

2. Características de la industria hotelera

- Producto no inventariable
- Diversidad y flexibilidad
- Estructura de costos
- Operaciones 24/7
- Rigidez de producción
- Intangibilidad del servicio
- Ingresos adicionales
- Heterogeneidad del servicio
- Consumo en el lugar de producción
- Interacción continua

3. Sistema de clasificación de hoteles por estrellas

- 5 Estrellas:** Hoteles de lujo
- 4 Estrellas:** Hoteles de categoría superior
- 3 Estrellas:** Hoteles de Gama media
- 2 Estrellas:** Alojamientos modestos con mayor confort
- 1 Estrella:** Alojamientos económicos con servicios básicos

4. Tecnología en la industria hotelera

Check-in digital: Permite a los huéspedes registrarse y acceder a sus habitaciones mediante una aplicación móvil.

Aplicaciones móviles: ofrece servicios directos con el personal.

Automatización e inteligencia artificial: Chatbots o asistentes virtuales.

5. Estructura de la Industria hotelera

- **Cadena hotelera:** Un conjunto de hoteles que operan bajo la misma marca y gestión, pertenecientes a una misma compañía o grupo empresarial.
- **Hoteles independientes:** Hoteles operados de manera autónoma, sin afiliación a una cadena hotelera.

5. Ranking mundial de grupos hoteleros al 31/12/23

- 1. Marriott International:** 8 691 hoteles / 1 574 486 habitaciones (+4,8%)
- 2. Jin Jiang:** 13 218 hoteles / 1 336 399 habitaciones (+7,7%)
- 3. Hilton:** 7 438 hoteles / 1 166 828 habitaciones (+4,8%)
- 4. IHG:** 6 333 hoteles / 936 677 habitaciones (+3,8%)
- 5. Wyndham Hotels & Resorts:** 9 178 hoteles / 871 794 habitaciones (+3,5%)
- 6. H World Group:** 8 866 hoteles / 845 573 habitaciones (+12,7%)
- 7. Accor:** 5 584 hoteles / 821 518 habitaciones (+2,4%)
- 8. Choice Hotels:** 7 527 hoteles / 632 986 habitaciones (+0,8%)
- 9. BTH Hotels:** 6 263 hoteles / 481 503 habitaciones (+2,9%)
- 10. OYO Hotels:** 16 128 hoteles / 404 154 habitaciones

7. Stakeholders de las empresas hoteleras

- Vínculos de apoyo
- Vínculos funcionales
- Vínculos normativos
- Vínculos difusos

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 3: Cifras Económicas de la Industria Hotelera

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Estadísticas mundiales

- Los viajes y el turismo representaron el 10% del producto interno bruto (PIB) mundial
- Marriott es el mayor proveedor hotelero
- El turismo se recuperó en 90% en 2023 después de la pandemia

2. Mercado hotelero mundial

Hotel más grande del mundo: First World Hotel & Plaza
Habitaciones en el mundo: 17,5 millones
Principales compañías hoteleras: Wyndham Hotel Group y Marriott International
Rendimiento Regional: Europa lideraba en ocupación
Impacto de la Pandemia: Contribución al PIB global: 10% (normal) → 5,5% (2020).

3. Big Brands

Hilton es la marca hotelera más valiosa a nivel global, con un valor de 7,600 millones de dólares en 2021 y alrededor de 6,000 propiedades. Marriott, con su amplia cartera de marcas como Ritz-Carlton y Sheraton 2015 adquirió Starwood Hotels & Resorts. Además, Marriott Bonvoy es el programa de lealtad más grande en el sector, con más de 120 millones de miembros en 2019.

4. Tendencia de los viajeros y la industria hotelera

Los viajeros leen reseñas antes de reservar, prefieren alojamientos sostenibles y valoran la limpieza y políticas flexibles. Los millennials optan por puntos de mejora, mientras que el 72% paga más por hoteles con mejores reseñas. Además, el 59% estaría dispuesto a pagar más por viajes sostenibles.

5. Crecimiento del mercado hotelero mundial (2022-2028)

Se espera que el mercado alcance \$1.063 billones para 2028, con una tasa de crecimiento anual del 10,24%. Impulsado por la mayor demanda de viajes y aumento de la renta disponible.

6. Ingresos por habitación disponible (RevPAR) 2024

RevPAR aumentará un 3% en 2024, un 13,2% superior a 2019, impulsado por la recuperación de los viajes en grupo, internacionales y de negocios.

7. Crecimiento de la tarifa media diaria (ADR) en 2024

La ADR en la industria hotelera se espera que aumente un 4% a nivel mundial, reflejando una fuerte recuperación y mayor demanda de alojamiento.

8. Repunta de los viajes internacionales

La OMT prevé que el turismo internacional recuperará plenamente los niveles prepandemia para finales de 2024. GlobalData estima que las salidas internacionales alcanzarán el 97% de los niveles previos a la pandemia en 2024, con una recuperación total en 2025.

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 5: Operación de un Hotel

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Servicios brindados y fuentes de ingresos de un hotel

Servicios

- Restaurante.
- Cafetería.
- Salón para banquetes.
- Lobby
- Room Service
- Bar

Fuentes de ingresos

- Habitaciones
- Restaurante
- Bar
- Salones de eventos
- Complementarios

2. Características de la actividad hotelera

Generales

- Diversidad y complejidad
- Rigidez de la oferta
- Condicionamiento a factores exógenos
- Demanda elástica

Especiales

- Naturaleza del producto hotelero
- Ciclo de operaciones
- Inestabilidad o fluctuación de los ingresos

3. Contabilidad hotelera

La contabilidad hotelera tiene se enfoca en la supervisión, gestión y registro de los ingresos, costos y gastos de un hotel. Su objetivo es proporcionar información precisa que funcione como herramienta y guía para la toma de decisiones y la planificación futura.

4. Ingresos por alquiler de habitaciones

- Llegada de los huéspedes
- Registro de huéspedes
- Libro de habitaciones

6. Sistema de registro contable

Basado en diversos documentos internos y externos que respaldan cada una de las operaciones del hotel. Una vez clasificada y procesada la información, se estará en condiciones de generar informes financieros confiables y oportunos, adecuados para la toma de decisiones.

7. Documentos para la contabilidad

- Póliza de ingresos por ventas
- Póliza de ingresos por depósitos al banco
- Póliza de egresos y póliza-cheque
- Póliza de operaciones diversas
- Póliza de cuentas por cobrar
- Póliza de ajustes y descuentos
- Póliza del costo

8. Cuentas eenerales

Almacén: Bebidas, Alimentos y suministros.

Ingresos: Por hospedaje, ingresos por alimentos, ingresos diversos, huéspedes.

Costos: Costos de hospedaje, costo de alimentos y costos de bebidas.

9. Centro de costos de un hotel

Centros operacionales costo directos:

alojamiento, alimentos y bebidas y servicios generales.

Centro de estructura de costos indirectos:

Administración, compras y ventas, mantenimiento, y gastos generales de estructura.

10. Guía de costos de un hotel

Disponible en Universidad REDContable

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 6: Contabilidad Hotelera de Activos

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Definición de activo

Recursos controlados por la empresa. Esperados para generar beneficios económicos futuros.

Clasificación

- Activos Corrientes: Caja y bancos, cuentas por cobrar e inventarios.
- Activos No Corrientes: Propiedades, planta y equipo, activos intangibles e inversiones.

Importancia de la gestión de activos

- Fundamentales para la operación y crecimiento del hotel.
- Impactan directamente en la capacidad operativa y financiera.

2. Cuenta de activos

- | | | |
|--|--|---|
| 1. Fondo fijo de caja | generales | 31. Gastos preoperatorios y de inauguración |
| 2. Bancos | 18. Terrenos | 32. Amortización acumulada de gastos preoperatorios y de inauguración |
| 3. Huéspedes | 19. Edificios y construcciones | 33. Gastos de organización |
| 4. Particulares | 20. Depreciación acumulada de edificios y construcciones | 34. Amortización acumulada de gastos de organización |
| 5. Agencias de viajes | 21. Mobiliario y equipo | 35. Gastos de instalación |
| 6. Funcionarios y empleados | 22. Depreciación acumulada de mobiliario y equipo | 36. Amortización acumulada de gastos de instalación |
| 7. Documentos por cobrar | 23. Herramientas | 37. Adaptaciones a locales arrendados |
| 8. Cheques devueltos | 24. Construcciones en proceso | 38. Amortización acumulada de adaptaciones a locales arrendados |
| 9. Deudores diversos | 25. Equipo de operación | 39. Licencias de funcionamiento |
| 10. Rentas por cobrar | 26. Equipo de transporte | |
| 11. Anticipo a proveedores | 27. Depreciación acumulada de equipo de transporte | |
| 12. Estimación para cuentas y documentos incobrables | 28. Depósitos en garantía | |
| 13. Anticipos a contratistas | 29. Inversiones en valores | |
| 14. IVA acreditable | 30. Gastos pagados por anticipado | |
| 15. Almacén de alimentos | | |
| 16. Almacén de bebidas | | |
| 17. Almacén de suministros | | |

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 7: Contabilidad Hotelera de Pasivos

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Definición de pasivo

Los pasivos son obligaciones financieras que una empresa debe pagar en el futuro. Incluyen deudas, préstamos, cuentas por pagar, y otras obligaciones.

2. Gestión de cuentas por pagar

La gestión eficiente de las cuentas por pagar es crucial para mantener la estabilidad financiera, asegurar la precisión en los registros contables, y fomentar relaciones positivas con los proveedores.

5. Cuentas de pasivo

1. Proveedores
2. Acreedores diversos
3. Documentos por pagar
4. Impuestos por pagar
5. Sueldos y salarios por pagar
6. Préstamos bancarios a corto plazo
7. Participación de los trabajadores en las utilidades
8. Depósitos por rentas y concesiones
9. Depósitos para reservaciones
10. Provisiones para indemnizaciones y gratificaciones al personal
11. IVA por pagar
12. Provisión para reposición de equipo de operación
13. Préstamos hipotecarios

4. Sueldos en una empresa hotelera

Los sueldos son compensaciones económicas que reciben los empleados a cambio de sus servicios.

3. Provisiones para una empresa hotelera

Las provisiones son fondos reservados por una empresa para cubrir futuros gastos o pérdidas anticipadas. En el sector hotelero, estas pueden incluir mantenimiento, reparaciones, renovaciones, y otros gastos imprevistos.

- **Mantenimiento y reparaciones**
- **Renovaciones y mejoras**
- **Provisiones para malas deudas**
- **Gastos legales y contingencias**
- **Suministros y alimentos**

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 9: Contabilidad Hotelera de Resultados

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Ingresos

- Por hospedaje
- Ingresos por alimentos
- Ingresos diversos
- Huéspedes

2. Cuentas de resultados acreedoras

1. Ventas
2. Rentas, comisiones y concesiones
3. Otros ingresos
4. Descuentos sobre compras

3. Costos

- Costo de hospedaje
- Costo de alimentos
- Costo de bebidas

4. Cuentas de resultados deudoras

1. Costo de ventas de alimentos y bebidas
2. Costo de ventas, planta de lavandería
3. Costo de ventas, tintorería
4. Costo de ventas, teléfono
5. Costo de ventas, telégrafos
6. Ajustes y descuentos
7. Sueldos y prestaciones
8. Gastos departamentales
9. Gastos de administración y generales
10. Gastos de publicidad y promoción
11. Gastos de mantenimiento
12. Depreciaciones y amortizaciones
13. Gastos financieros

5. Estructura del Estado de Resultados

VENTAS DE DEPARTAMENTOS OPERADOS
menos
COSTO DE VENTAS DE DEPARTAMENTOS OPERADOS
menos
GASTOS DE NÓMINA Y OTROS GASTOS
=
UTILIDAD DEPARTAMENTAL
menos
GASTOS NO DISTRIBUIDOS
menos
UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS
menos
GASTOS DE LA PROPIEDAD
=
UTILIDAD O PÉRDIDA NETA

6. Modelo del Estado de Resultados

Disponible en Universidad REDContable.com

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 10: Control Interno en Empresas Hoteleras

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Control interno

El control interno es una función esencial de gerencia, apoyada y ejecutada por el departamento de contabilidad mediante la auditoría nocturna y avalada por la auditoría de ingresos. Actúa como el sistema motor que activa las políticas de operación del hotel, siendo fundamental para la administración de cualquier organización.

2. Objetivos del control interno

1. Proteger sus activos
2. Asegurar la exactitud y confiabilidad de los datos
3. Asegurar el estricto cumplimiento de las políticas
4. Evaluar en forma permanente el nivel de rendimiento en toda la empresa
5. Permitir la preparación de Estados Financieros ajustadas a las NIIF

3. Control de ingresos por hospedaje

1. Recuento de habitaciones
2. Actualización de tableros
3. Departamentos productivos

4. Control de ingresos por alimentos

Dependiendo de las dimensiones y el tamaño del hotel, y basándose en el número de restaurantes, bares y cafeterías que tiene, los ingresos por alimentos se dividen en dos:

- Ingresos por consumo de alimentos y bebidas de los huéspedes.
- Ingresos por consumo de alimentos y bebidas de clientes externos.

5. Control de ingresos por otros ingresos

Los ingresos de un hotel son cíclicos o estacionales, por lo que las empresas buscan generar ingresos adicionales en temporada baja con otros servicios, como: spa, lavandería, servicio telefónico, banquetes, entre otros.

6. Medidas de control interno

- Para un mejor control interno se debe:
- Elaborar de un Mapa de Riesgos
 - Realizar un Seguimiento Permanente
 - Tener un Manual de Control Interno

8. Revisiones periódicas de cuentas como parte del control interno

Las estrategias, aplicadas con regularidad, pueden ayudar a mantener un mejor control interno en un hotel.

- a) Efectivo en Caja y Bancos
- b) Cuentas por Cobrar
- c) Proveedores

9. Auditoría en el control interno

Auditoría interna: Evaluar y mejorar el control interno, gestión de riesgos y gobernanza.

Auditoría externa: Opinión independiente sobre estados financieros.

Contabilidad de Empresas de Hotelería

Semana 10: Control Interno en Empresas Hoteleras

GUIA DEL ESTUDIANTE

1. Métricas operativas del departamento de habitaciones

- Tarifa media diaria (ADR)
- ADR por segmento de ingresos
- Ingresos por habitación disponible (RevPAR)
- Ingresos operativos totales por habitación disponible (Total RevPAR)

2. Estadísticas de habitaciones y ratios de ocupación

Se detallan mediciones como el inventario total de habitaciones, el número de habitaciones no disponibles para la venta (por mantenimiento o cierre temporal), y las habitaciones ocupadas. Además, se incluyen estadísticas sobre los tipos de huéspedes (transitorios, en grupo, con contrato) y ratios de ocupación, como el porcentaje de habitaciones ocupadas por cada tipo de huésped. También se analizan las llegadas de huéspedes y la duración promedio de la estancia. Estas métricas permiten una gestión eficiente de la disponibilidad y rentabilidad del hotel.

3. Métricas de funcionamiento del Departamento de Alimentos y Bebidas

En cuanto a ingresos, se dividen en categorías como locales de comida y bebidas, catering y banquetes, alquiler de salones de actos, y audiovisuales. Las métricas operativas incluyen la mezcla de ingresos, cheque medio, rotación de existencias, y el costo de las ventas de alimentos y bebidas. También se contemplan los ingresos generados por el uso de salones, y el alquiler de espacios para eventos. Estas métricas permiten evaluar el desempeño económico del departamento y la eficiencia en el uso de recursos, facilitando la toma de decisiones para optimizar la rentabilidad y la gestión de inventarios.

4. Métricas del Consejo de Alimentación y Bebidas (AH&LA)

El contenido presenta métricas de la Asociación Americana de Hoteles y Alojamiento (AH&LA) para evaluar ingresos en alimentos y bebidas en hoteles. Incluye indicadores como ingresos por catering por metro cuadrado, ingresos por asiento disponible y métricas por cliente y habitación. Estas métricas ayudan a comparar el rendimiento financiero de los establecimientos.

5. Métricas adicionales de alimentos y bebidas

El contenido presenta métricas adicionales de alimentos y bebidas para evaluar el rendimiento financiero en hoteles. Incluye indicadores como ingresos mixtos, cheque medio de comidas y bebidas, y análisis por periodo de comida y local. Estas métricas permiten optimizar la gestión y comparación del desempeño en establecimientos.

6. Ratios Financieros

- **Ratio de liquidez:** Liquidez corrientes, Prueba ácida, Rotación de cuentas por cobrar y Período promedio de cobro
- **Ratio de solvencia:** Ratio de solvencia, Ratio de rendimiento de la deuda, Ratio deuda-capital y Ratio de cobertura del servicio de la deuda
- **Ratio de actividad:** Rotación de inventarios
- **Ratios de rentabilidad:** Beneficio bruto de explotación por habitación disponible (GOPAR), Ratio de margen bruto de explotación, Ingresos antes de ingresos y gastos no operativos por habitación disponible, ente otros.