

**Diagnóstico de las necesidades financieras para el sector hotelero de Villavicencio**

**Karen Catalina Caballero Castro**

**Paola Andrea Ramírez Cely**

**Trabajo de grado**

**Universidad de los Llanos**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Programa de Contaduría Pública**

**Pasantía En Proyecto De Proyección Social**

**Villavicencio – Meta**

**2016**

**Diagnóstico de las necesidades financieras para el sector hotelero de Villavicencio**

**Karen Catalina Caballero Castro**

**Paola Andrea Ramírez Cely**

**Trabajo de pasantía en proyecto de proyección social**

**Director**

**José Isnardi Sastoque Rubio**

**Contador Público**

**Especialista en Auditoría Financiera**

**Magister en Finanzas**

**Universidad de los Llanos**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Programa de Contaduría Pública**

**Pasantía En Proyecto De Proyección Social**

**Villavicencio – Meta**

**2016**

**Autoridades Académicas**

**Jairo Iván Frías Carreño**

**Rector Universidad de los Llanos**

**Doris Consuelo Pulido de González**

**Vicerrector Académico Universidad de los Llanos**

**José Milton Puerto Gaitán**

**Secretario General**

**Rafael Ospina Infante**

**Decano Facultad Ciencias Económicas**

**Javier Díaz Castro**

**Director Centro de Investigación Facultad de Ciencias Económicas**

**Charles Arosa**

**Director de proyección Social**

**Carlos Leonardo Ríos Viasus**

**Director Escuela Economía y Finanzas**

**Cesar Augusto Chisco Urrea**

**Director de Programa de Contaduría Pública**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

**Javier Díaz Castro**

**Director Centro de Investigaciones**

**Facultad Ciencias Económicas**

---

**Cesar Augusto Chisco Urrea**

**Director Programa de Contaduría Pública**

---

**José Isnardi Sastoque Rubio**

**Director de Investigación**

**Villavicencio, 27 de Marzo de 2017**

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de investigación a mi madre Lelys Castro, a mis hermanos Luisa Caballero, Jimmy Castro y Andrea Garzón y a mi esposo Edinson Loaiza; quienes fueron mi principal motivo para sacar adelante este proyecto de opción de grado y con el culminar mi etapa educativa con éxito.

**Karen Catalina Caballero Castro**

Dedico este trabajo de investigación a mi familia; quienes han sido el pilar, la guía y la motivación constante para lograrlo, a Dios porque es quien ha permitido que sea una realidad.

**Paola Andrea Ramírez Cely**

## Tabla de contenido

	<b>Pág.</b>
1. Introducción .....	111
2. Planteamiento del problema.....	122
3. Justificación .....	133
4. Objetivos .....	134
4.1 Objetivo General .....	144
4.2 Objetivos específicos.....	144
5. Marcos de referencia.....	15
5.1 Antecedentes .....	15
5.2 Teorías.....	16
<b>5.2.1</b> Análisis vertical. ....	19
<b>5.2.2</b> Análisis horizontal. ....	19
5.3 Investigación Financiera en Hotelería.....	200
5.4 Marco contextual.....	22
5.4.1 Hotelería en Europa. ....	233
5.4.2 Hotelería en América.. ....	233
5.4.3 Hotelería en Colombia.....	244
5.4.4 Hotelería en Villavicencio. ....	277
5.5 Marco legal y normativo. ....	29

5.6	Marco conceptual .....	30
6	Diseño Metodológico .....	33
6.1	Fuentes Primarias .....	34
6.2	Fuentes Secundarias .....	34
7	Resultados y análisis de resultados .....	35
8.	Conclusiones y recomendaciones .....	888
9.	Referencias.....	94

## Índice de tablas

Tabla N. 1 Fuentes de derecho en el sector Hotelero.....	29
--	----



## Índice de figuras

Figura 1. No. de habitaciones de los hoteles. ....	37
Figura 2. Índice de ocupación de los hoteles.....	38
Figura 3. Conceptos por los que obtienen ingresos los hoteles.....	39
Figura 4. Financiación otorgada por los proveedores.....	41
Figura 5. Financiación otorgada a los clientes de los hoteles.....	42
Figura 6. Medio de pago más utilizado por los clientes en los hoteles.....	43
Figura 7. Costo financiero de los medios de pago.....	45
Figura 8. Estructura de Pasivos y Patrimonio de los hoteles.....	46
Figura 9. Costo de financiación externa de los hoteles.....	47
Figura 10. Necesidad de financiación externa para la cancelación de pasivos con proveedores, laborales u otros. ....	49
Figura 11. Criterio de elección de la entidad de financiación. ....	50
Figura 12. Hoteles con dificultad en el pago de sus obligaciones.....	52
Figura 13. Garantía ofrecida por los hoteles para financiación. ....	53
Figura 14. Recaudo oportuno de cartera. Fuente: elaboración propia. ....	55
Figura 15. Rentabilidad esperada por los propietarios de los hoteles. ....	56
Figura 16. Respuesta de la empresa frente a la rentabilidad esperada. ....	57
Figura 17. Rentabilidad ajustada al sector hotelero. ....	58
Figura 18. Elaboración, ejecución y control de Presupuestos. ....	59
Figura 19. Distribución y pago de utilidades a los socios. ....	60
Figura 20. Aplicación periódica de Indicadores financieros. ....	61

Figura 21. Formas de contribución a los hoteles por la exoneración del impuesto de renta. ....	63
Figura 22. Establecimiento de centros de costos para los departamentos de operación y servicio. .....	64
Figura 23. Identificación de costos fijos y variables de los hoteles. ....	65
Figura 24. Determina indicadores como ROA, ROE, EBITDA a los Estados Financieros. ....	67
Figura 25. Determinación de la tarifa de servicio de habitación.....	68
Figura 26. Determinación de la tarifa de servicio de restaurante. ....	69
Figura 27. Revisión periódica de la rotación del menú de restaurante. ....	70
Figura 28. Disposición de los hoteles para recibir asesoría financiera.....	72
Figura 29. Temas requeridos para asesorías por parte de los hoteles. Fuente: elaboración propia. .....	73
Figura 30. Activo corriente y activo no corriente.....	75
Figura 31. Pasivo y Patrimonio.....	75
Figura 32. Patrimonio.....	75
Figura 33. Activo.....	75
Figura 34. Pasivo.....	76
Figura 35. Ingresos – Costos.....	81
Figura 36. Gastos operacionales –Gastos ventas.....	81
Figura 37. Ventas – Perdida.....	81
Figura 38. Porcentaje ocupación según tamaño de los hoteles.....	83
Figura 39. Tarifa por tipo de acomodación.....	85
Figura 40. Resumen principales variables.....	87

## 1. Introducción

El diagnóstico financiero comprende el análisis e interpretación de la posición económica y financiera de una entidad. Es de gran importancia puesto que sirve para obtener información significativa para la toma de decisiones que satisfagan las necesidades que pueda presentar la entidad en materia financiera; así mismo se utilizará para poder pronosticar o adelantarse a hechos futuros que puedan afectar la evolución económica de la empresa.

Con la presente investigación se identificaron las necesidades financieras que presentan las entidades, específicamente del sector hotelero de Villavicencio afiliadas a Cotelco y que cumplieran la condición de pertenecer al grupo de las PYMES. Para efectos del presente trabajo investigativo se ha determinado una muestra de 11 hoteles, la cual se consideró significativa para analizar la información en cuanto a la aplicación de indicadores financieros o estándares evaluativos que permitan valorar el sistema de gestión financiera de las empresas del sector.

Por medio de una entrevista programada para cada uno de los hoteles y a través de la aplicación de una encuesta referente al análisis financiero; el establecimiento brindará información requerida para identificar las necesidades financieras. De acuerdo con la información obtenida y través de la aplicación de diferentes indicadores a los estados financieros que de forma voluntaria puedan facilitar estas entidades; se busca determinar las necesidades financieras tanto cualitativas como cuantitativas que presentan dichas empresas con el objetivo de aportar las recomendaciones y/o metodologías que puedan ser aplicadas para agregar valor o mejorar al sistema de gestión financiera.

## **Planteamiento del problema**

En la actualidad, gracias a las facilidades tributarias que ofrece el país al sector específico, grandes cadenas hoteleras han iniciado sus operaciones en Colombia y con esto han aumentado la oferta y la demanda de sus servicios, con altos estándares de calidad. Pero esto no ha sido bueno ni equitativo para todo el sector hotelero, ya que los hoteles de mediano y pequeño tamaño han visto la disminución de huéspedes y con ello unos menores ingresos.

Muchos de estos hoteles no cuentan con las capacidades y habilidades para contrarrestar esta situación desde el ámbito financiero, y así implementar medidas que minimicen el impacto económico que se pueda generar.

El presente proyecto busca analizar, diagnosticar y aportar fundamentos de valor relacionados con la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las necesidades financieras para las PYMES del sector hotelero en la ciudad de Villavicencio, teniendo en cuenta los hoteles afiliados a Cotelco?

## **Justificación**

Este estudio de proyección social buscará determinar las necesidades financieras de las PYMES del sector turístico y hotelero de la ciudad de Villavicencio. Se ha fijado interés en este sector puesto que “el potencial que tiene el Meta como destino de viajeros internacionales es importante, prueba de ello es el aumento de 19,7% en la llegada de turistas extranjeros a la región el año pasado” (Romero, 2016), y teniendo en cuenta que Villavicencio no solo hace parte de esta región sino que es su capital se lleva gran parte de dicho potencial, haciéndola una ciudad de significativa importancia en cuanto al sector hotelero.

Con el desarrollo del proyecto se podrán identificar aspectos financieros con un enfoque técnico y teórico que permitirá crear estrategias de capacitación y especialización en donde los empresarios, directivos y empleados cuenten con las competencias necesarias para realizar el análisis de sus organizaciones y puedan tomar decisiones que impulsen la economía del sector de manera individual a corto y mediano plazo, con la finalidad de que este impulso sea colectivo al largo plazo; como lo menciona Gustavo Adolfo Toro, presidente ejecutivo de Cotelco, “Lo que pretendemos es sensibilizar a los hoteleros, capacitarlos, abrirles un poco las perspectivas, que vean qué está pasando y hacer un análisis de coyuntura sobre cómo está la industria y ver los retos que tenemos y enfrentamos” (2016, pág. 3).

Después de culminar el proyecto, se habrá recolectado la información necesaria para construir bases académicas con las que se podrán proponer y diseñar estrategias dirigidas a solucionar las problemáticas financieras de las PYMES del sector hotelero. De esta manera la

Universidad de los Llanos comenzara a estructurar el programa y la metodología enfocada a la solución de cada una de las problemáticas detectadas.

## **Objetivos**

### **4.1 Objetivo General**

Diagnosticar las necesidades financieras para las PYMES del sector hotelero de Villavicencio afiliadas a Cotelco.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Identificar la situación financiera actual de las PYMES del sector hotelero de Villavicencio afiliados a Cotelco.
- Determinar las necesidades financieras del sector hotelero de Villavicencio a nivel de endeudamiento, liquidez y solvencia.
- Analizar la evolución del sector hotelero en Villavicencio en los últimos años.

## Marcos de referencia

### 5.1 Antecedentes

La gestión financiera entendida como “la comprobación empírica del comportamiento de las variables financieras tanto corporativas como de mercado a través de sofisticados modelos de análisis y predicción” (Flórez, 2008, pág. 147), tuvo sus grandes avances hacia los años 60 en el conocimiento financiero apoyado en otras ciencias económicas que permitió aportar un concepto integral sobre gestión financiera para facilitar la comprobación de las necesidades financieras de una entidad y proseguir a la toma de decisiones respecto a estas.

Estas decisiones marcan la pauta en materia de formulación de estrategias empresariales que generen evolución para la empresa, en un mundo de constante cambio donde la competitividad es cada vez mayor. Producto de la toma de decisiones adecuadas las empresas puedan alcanzar los objetivos propuestos en el marco de estrategias novedosas y efectivas que aseguren el éxito de los proyectos empresariales.

Organizaciones como las pequeñas y medianas empresas que impactan en el crecimiento económico, el empleo, la competitividad y el dinamismo de la propia economía de un país, y específicamente en Colombia donde dichos entes se destacan por su gran contribución al tejido empresarial debido a que conforman una participación importante en la economía nacional, es importante entender el papel que cumple la gestión financiera en estas empresas, con el fin de encaminar dichas organizaciones a un progreso definitivo.

Como consecuencia de lo anterior, la administración financiera de una entidad debe ser dirigida por personal idóneo que asegure el cumplimiento de los objetivos para que la creación de valor de la empresa sea alcanzada, como se menciona en un artículo de reciente publicación a nivel nacional según:

Las actividades de la Administración Financiera, incluyen el presupuesto, la búsqueda de fondos en los mercados de capital, la selección y evaluación de proyectos de inversión, la planeación de las estrategias de mercado y la fijación de los precios de la empresa. (Bautista, Mora, & Losada, 2013)

El tratamiento adecuado de dichas actividades permitirá a la empresa atender correctamente sus compromisos financieros, financiar adecuadamente las inversiones, así como mejorar ventas y beneficios, aumentando el valor de la empresa.

## 5.2 Teorías

Sobre la teoría financiera que cuenta con una serie de modelos normativos que van a ser contrastados con la realidad de una entidad, se menciona a continuación la Teoría de la Agencia o teoría financiera de la empresa sobre los mercados financieros, donde ésta se percibe como un agente económico cuyas decisiones son consecuencias de comportamientos dictados o condenados por un mercado (Azofra & Fernandez, 1992). Se entiende que dichos comportamientos son el efecto de la necesidad de los administradores de la empresa por mantenerse activos en el mercado para así satisfacer sus propios intereses, ya que ellos son conscientes de que su futuro depende de la capacidad de persistencia en el mercado.



Debido a que la empresa es la unidad básica fundamental en la economía de una nación y el principal motor de desarrollo para sus habitantes, los entes económicos, no únicamente las que fueron objeto de esta investigación sino también a todas las organizaciones en general, deban estudiar, analizar, proyectar y controlar su información financiera, para prevenir o evitar un posible fracaso empresarial que traería como consecuencia el deterioro de una sociedad en general.

Por lo tanto, definidas las metas necesarias para que la empresa pueda garantizar su éxito en el mercado, se prosigue a definir el porqué de la importancia de que la información contable refleje la situación económica y financiera de la empresa, como se menciona en la teoría del Normativismo condicional que define Tua “como aquel que busca establecer los objetivos de la información financiera y a partir de éstos definir normas contables que favorezcan el logro de tales objetivos” (Sánchez, Torres, & Vargas, 2009, pág. 29), este instrumento que sirve para alcanzar los fines propuestos por el sistema contable busca el reflejo de la realidad económica de la compañía.

Los recursos y hechos económicos deben ser reconocidos o revelados de acuerdo a su esencia o realidad económica, no obstante, en muchas ocasiones no se cumple del todo por las empresas, por lo tanto a través de la muestra seleccionada para llevar a cabo la investigación se buscaba determinar el manejo financiero que dichas empresas le han venido dando a sus operaciones, igualmente si la información contenida en su contabilidad es fidedigna y si aplican los indicadores financieros periódicamente a sus informes financieros para determinar el rendimientos de las organizaciones en el mercado.

En la medida en que los hoteles presenten en su información contable la realidad de sus finanzas, cuando sean objeto de aplicación de indicadores de medición del desarrollo de su actividad, se puede tener una mayor precisión sobre la utilidad de estos indicadores, por ejemplo: la realización de una predicción del futuro de la compañía basada en el histórico económico de la misma, la cual será útil como una forma de anticipar las condiciones futuras y, como punto de partida para la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre el curso futuro de los eventos.

La teoría de análisis técnico, como señalan Magee y Edwards citado en Parada (2005), “es una ciencia que se ocupa de registrar normalmente en forma de gráficos, la historia real de las transacciones (cambios en cotizaciones, volumen de transacción, etc.)” (pág. 9). Debido a que los mercados descuentan el futuro y ello se observa inmediatamente en los precios, por tanto, la evolución de un gráfico de precios se anticipa a la situación económica y a los fundamentos económicos y empresariales.

El análisis financiero como afirma Ortiz (2003) “se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y los datos operacionales de un negocio” (p. 24), que ayuda no solamente a evaluar el desempeño financiero de la empresa, sino que también es una guía para la toma de decisiones de los directivos con respecto de esta.

“Mediante la aplicación de todas las técnicas posibles, tales como indicadores, análisis horizontal y vertical, elaboración de estados financieros derivados, flujos de fondos, conciliación del capital de trabajo, proyecciones financieras, etc.” (Ortiz, 2003, pág. 32), se puede llegar al estudio e interpretación de la información contenida en los Estados Financieros.

**5.2.1 Análisis vertical.** Consiste en tomar un estado financiero y relacionar cada una de sus partes con un total determinado, denominado cifra base, este tipo de análisis es estático ya que evalúa la situación financiera de una empresa en un punto determinado por lo que no tiene en cuenta su evolución a través del tiempo.

**5.2.2 Análisis horizontal.** Se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un periodo a otro y por lo tanto requiere de dos o más estados financieros, esta técnica de análisis comprende la comparación de un periodo a otro con el fin de determinar la situación financiera de la empresa durante el transcurso de su existencia.

“Los indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuenta, bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias” (Medina, 2013). En correspondencia con lo anterior mencionando algunos ejemplos de indicadores financieros aplicados a la entidad, Vásquez, Guerra, & Ahmed (2008) señalan que “los indicadores financieros de liquidez y rentabilidad permiten evaluar el desempeño organizacional de las empresas, en términos de resultados” (pág. 44).

Como resultado una vez elaborados los indicadores financieros, estos deben ser sometidos a numerosas comparaciones entre diferentes periodos que permiten emitir un juicio sobre dichos resultados en cuanto a la situación financiera de los hoteles, que detallen los puntos a favor y en contra del desarrollo que tiene la misma. El establecimiento de tales comparaciones requiere la selección de valores de referencia, los cuales pueden ser de la misma entidad en periodos anteriores o escogidos entre un grupo de entidades que presenten las mismas características económicas y que en sucesos pasados hayan calculado indicadores similares.

El diagnóstico y proyección financieros exigen conocer indicadores e índices que muestren un comportamiento y una situación real financiera real, así mismo la interpretación de los resultados que arrojan los indicadores económicos y financieros está en función directa a las actividades, organización y controles internos de estas empresas como también a los períodos cambiantes causados por los diversos agentes internos y externos que las afectan.

Nuevos conceptos como EVA, EBITDA, VPN, entre otros, han cambiado la manera de analizar y evaluar empresas, por lo tanto fue importante para el estudio determinar si los hoteles empleaban dichos indicadores a sus estados financieros sin importar que tan recurrente fuera su aplicación, lo realmente importante era determinar qué tan relevante era para estas empresas su uso.

### **5.3 Investigación Financiera en Hotelería**

De acuerdo a Oscar León García (2009), quien afirma:

Por diagnóstico financiero o análisis financiero puede entenderse el estudio que se hace de la información que proporciona la contabilidad y de toda la demás información disponible, para tratar de determinar la situación financiera de la empresa o de un área específica de ésta. (pág. 2)

Para el caso de la investigación fue el sector hotelero de la ciudad de Villavicencio, en donde se buscaba analizar dicha información y así mismo en concordancia con lo anterior identificar y definir las necesidades en materia financiera que pudieran presentar estas empresas.

Ya enfocados en el sector hotelero materia de investigación, “además del control presupuestario de desviaciones, otro instrumento para el diagnóstico de la gestión hotelera son los índices financieros tradicionales, los cuales permiten detectar problemas relativos a una estructura financiera deficiente y una rentabilidad insuficiente” (Amat, 1995, pág. 95).

Los tradicionales índices financieros son: rotación de cuentas por cobrar, plazo de cobro a clientes, rotación de cuentas por pagar, plazo de pago a proveedores, endeudamiento total, razón circulante, rendimiento patrimonial, rendimiento del activo operativo, rendimiento de la inversión total, margen neto, rotación del patrimonio, rotación del activo operativo, rotación del activo total, y rotación del activo fijo.

Para el diagnóstico de la situación económico-financiera de los hoteles de la ciudad de Villavicencio, se enfocó la investigación en las tradicionales propuestas de análisis de los estados financieros, “concentrado de manera esencial en la identificación de dos problemas: una estructura financiera deficiente y/o una rentabilidad insuficiente” (Amat, 1995, pág. 95).

Los indicadores aparecen como un instrumento importante para el análisis de estados financieros del hotel y en general el rendimiento económico de la empresa; de allí que se reduzca al aspecto financiero considerado de primordial importancia para la estabilidad económica perdurable de la misma en el mercado. “El seguimiento de los resultados alcanzados proporcionan una <base real> para la toma decisiones, al tiempo que permite identificar responsabilidades sobre los resultados obtenidos” (Ferrer & Gamboa, 2003, pág. 6).

#### **5.4 Marco contextual**

La Hotelería tiene sus orígenes desde siglos atrás A.C., y ha ido evolucionando en las diferentes etapas históricas de la humanidad. Alrededor del 1000 a 500 A.C la necesidad de intercambiar productos entre las diferentes civilizaciones, hacía que los comerciantes viajaran de un país a otro para realizar este intercambio (Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva, 2010). En un comienzo este tipo de servicio se prestaba por caridad, las personas que realizaban largos viajes en zonas rurales, pedían hospedaje en las cabañas que encontraban a su paso, y a cambio entregaban parte de sus comestibles, una prenda personal, o algún tipo de pago en especie como señal y muestra de agradecimiento.

Después de la caída del imperio Romano hasta el XI el servicio de hospedaje pasó a manos de los monasterios, quienes ayudaban a los viajeros brindándoles un lugar donde descansar y alimentarse, pero con el inicio de las Cruzadas, entre el siglo XII y XIII, se dio un fuerte impulso al comercio y con esto se comenzó a buscar un lucro por el servicio de hospedaje por el que en ese momento no se cobraba (Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva, 2010).

El naciente sistema mercantilista entre los siglos XV al XVIII impulsó a que se desarrollara el servicio hotelero y se comenzaran a implementar modelos y estándares en este mercado por todas las ciudades. Según el artículo publicado por **Moreno (1981)**, a medida que se fue incrementando la costumbre de viajar para atender situaciones de orden comercial, político, cultural y religioso, las personas vieron la necesidad de construir casonas al lado de santuarios, monasterios, y lugares concurridos, como en las orillas de los caminos donde se calculaba que el cansancio haría buscar reposo a los peregrinos que por allí transitaban. En los siglos XIX y XX existió una evolución en los medios de transporte y de comunicaciones lo que aumentó los viajes, lo que condujo a una evolución de los hoteles.

**5.4.1 Hotelería en Europa.** La hotelería moderna tiene su origen en Alemania, en donde se crea el primer hotel de concepción moderna. Fue el “Badische Hof”, tenía un elegante comedor, biblioteca y sala de lectura, una serie de aspectos que para la época eran novedosos. Con la aparición del ferrocarril aparecieron los hoteles en las estaciones. A mediados de 1800 aparecen los grandes hoteles de propiedad corporativa y controlada. El primer hotel que apareció fue el Grand Hotel construido en París en 1850. En 1880 inauguró el Ritz y su cadena de hoteles **(Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva, 2010)**.

**5.4.2 Hotelería en América.** De acuerdo al artículo publicado por **Moreno (1981)**: “En ciudad de México, se fundó el primer hotel del continente en el año 1525, construido en lugar céntrico y donde se ponía a disposición del visitante, habitación, alimentos, vinos y provisiones para su consumo, en las jornadas siguientes”.

El primer hotel inaugurado en Estados Unidos fue el City Hotel (Bazán Bedregal), el cual inicio operaciones en 1794, en la ciudad de Nueva York. Contaba con 73 cuartos para huéspedes e inspiró la construcción de varios hoteles como La Exchange, Coffee House en Boston, seguido de la Mansión House en Filadelfia y el Adelphy Hotel en Nueva York. Estos hoteles se convirtieron en importantes centros sociales y, a diferencia de sus contrapartes europeas, los alojamientos limpios y cómodos estaban a disposición de cualquier trabajador o familia de clase media a tarifas razonables, a diferencia de los hoteles en Europa, en donde un hospedaje higiénico continuaba siendo considerado un privilegio reservado a la aristocracia.

**5.4.3 Hotelería en Colombia.** La hotelería en Colombia se desarrolló de manera similar a otras naciones “ya que en su comienzo fue primitiva y rudimentaria por las precarias condiciones de construcción y comodidad de las posadas que se ubicaban a la vera de los caminos para el servicio de los viajeros, comerciantes y arrieros” (Moreno, 1981). Cuando vino el comercio entre las poblaciones, éstas se vieron precisadas a instalar fondas y pensiones para las personas que allí concurrían en busca de intercambio de productos o mejores condiciones socio-económicas. La afluencia de personas que llegaban a los puertos fluviales a desarrollar diferentes actividades, obligó a varios de estos a construir Hospedajes para los visitantes a las diferentes ciudades y municipios, fue así como se inaugura el primer hotel en Colombia en el municipio de Honda en 1889 llamado (Hotel América) y que actualmente funciona. Doce años después debido al escaso progreso económico del país se construye en la ciudad de Cali el Hotel llamado (el Menéndez) y en 1918 el Lusitania en la ciudad de Ibagué.



En la más elegante mansión de Bogotá el distinguido señor Daniel Pombo, fundó el 17 de abril de 1921 el Hotel Regina, con 18 habitaciones, algunas con baño privado las que eran distinguidas exclusivamente para damas, ubicado sobre la calle real (carrera 7ª entre calles 16 y 17). Fue el primer hotel más lujoso hasta el momento ya que utilizó uniformes vistosos para sus empleados, de corte inglés, y botones dorados; para esa época se inicia con este hotel una etapa sobresaliente para la industria Hotelera pues a continuación y en forma paulatina se inauguraron los siguientes Hoteles:

- En Cali El Alférez Real 1927
- En Medellín El Bristol 1928
- En Popayán El Lindbergh 1928
- En Pasto El Niza 1929 (Allí tuvieron preso al Presidente Alfonso López).
- En Barranquilla El Prado 1929 (Se convirtió en el primer Hotel de Turismo del País y utilizó el Plan Americano, con un costo de \$14.00 diarios).
- En Cúcuta El Europa 1930
- En Barranquilla El Victoria 1930
- En Bogotá El Granada 1930 Funcionó donde hoy está en el Banco de la República, (Parque Santander). Este hotel fue apreciado como el mejor y más grande de la ciudad con ciento treinta y seis habitaciones donde se alojaban las personas más importantes que visitaban la ciudad. También era el sitio de reuniones y tertulia de la alta aristocracia bogotana, y en donde se saboreaba el más famoso y exquisito chocolate santafereño.

Con el paso de los años el boom hotelero se extendió por todo el país y en un poco más de una década, Colombia se puso prácticamente al día en infraestructura hotelera. En número de establecimientos, la hotelería nacional saltó de unos 700 en el 2003 a cerca de 900 al cierre del 2014, inscritos en el Registro Nacional de Turismo. De cero habitaciones nuevas construidas en el 2003, el país estrenó 32.353 entre el 2004 y diciembre del año pasado.

Este avance del sector hotelero fue posible gracias en gran parte a ciertas medidas económicas implementadas por el gobierno para beneficiar el desarrollo económico de la industria, más específicamente al impulso generado por el “decreto 2755 de hace 13 años, que exoneró por 30 años del impuesto de renta, a los proyectos hoteleros que se construyan en el país antes del 31 de diciembre del 2017” (Tovar, 2015, p.1).

Este decreto dio incentivos para que las cadenas hoteleras internacionales más importantes se sintieran seducidas por el mercado colombiano, tanto que en la actualidad tienen presencia prácticamente la mayoría de las más importantes del mundo, y hay varias con proyectos en desarrollo o estudiando planes para su ingreso.

La actividad hotelera se ha convertido en una de las más dinámicas de la economía colombiana en la última década, gracias a que el país adelantó sus procesos en infraestructura, pero ahora el desafío es aumentar la ocupación promedio que se encuentra en 52,8%, pero que debería llegar al 75 u 80%, para así posicionar la industria hotelera en un nivel más alto.

La construcción de los hoteles ha generado más de 100.000 empleos, en tanto que las 32.553 habitaciones nuevas son atendidas por unas 25.000 personas, de manera permanente, si se tiene en cuenta que, en promedio, una habitación requiere de 0,8 empleados para su atención. Según el Dane, en enero pasado, el empleo en el sector hotelero creció 4,5%. (Tovar, 2015). Los anteriores datos reflejan el desarrollo positivo que esta actividad trae para la economía del país, gracias a la generación de empleo y movimiento en el mercado.

**5.4.4 Hotelería en Villavicencio.** El proyecto fue realizado en la ciudad de Villavicencio, capital del departamento del Meta. Esta ciudad está ubicada en el Piedemonte de la Cordillera Oriental, al Noroccidente del departamento del Meta, en la margen izquierda del río Guatiquía. Es una ciudad principalmente agroindustrial y minera, pero en los últimos años se han unido esfuerzos públicos y privados para promover a la ciudad y el departamento como un destino turístico nacional e internacional.

En el 2014 la contribución del sector hotelero a la economía metense fue de los más altos del departamento, teniendo así una alta demanda laboral, junto con comercio y restaurantes representó un alto porcentaje de aporte a la economía del departamento con un 37,4%.

Con la llegada de dos cadenas hoteleras de gran importancia en el país como lo son la cadena GHL y la cadena de Hoteles Estelar, se han fijado altos estándares de calidad en el servicio, esto ha obligado a los demás hoteles de la región a cambiar y mejorar sus procesos para no perder segmentos de mercado ante estos dos gigantes hoteleros.

El tamaño de los hoteles clasificados como PYMES, se configura como una limitante para ampliar la inversión en el servicio del hotel, ya sea en la calidad de la alimentación y habitaciones, como en otros atractivos que tiene los hoteles grandes como casino, piscina, shows y juegos para los niños, que por falta de recursos o en ocasiones por una administración inadecuada no permite su crecimiento.

Toda empresa inicialmente tiene dificultades para su crecimiento, casos como los enormes capitales que se requieren, la prolongada recuperación de la inversión, pérdidas en su etapa de conocimiento entre otra serie de acontecimientos, tienen como consecuencia la falta de interés en la construcción de hoteles, e igualmente las crisis que ha vivido el país por la industria petrolera, la crisis energética y la descomposición social y política de los estamentos del Gobierno, atentan indiscutiblemente contra la estabilidad del turismo y el desarrollo de la hotelería colombiana.

Cotelco que es la “Asociación Hotelera y Turística de Colombia, fundada el 14 de junio de 1954 por un grupo de empresarios hoteleros en la ciudad de Barranquilla, se fundó en ese momento con la presencia de 19 hoteles del país.” (Cotelco Nacional, 2016), unida a todas las empresas del sector turístico y hotelero deben afrontar y amortiguar el impacto que estas crisis generan y buscar su recuperación.

## 5.5 Marco legal y normativo.

El marco legal y normativo para este proyecto lo conforman las fuentes de derecho que se relacionan en la siguiente tabla.

Tabla N. 1 Fuentes de derecho en el sector Hotelero.

<b>Norma</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Ley 300 de 1996</b>	Define términos como ecoturismo y regula otros aspectos relacionados con la operación turística.
<b>Ley 1101 de 2006</b>	Reglamenta asuntos fiscales aplicables a los prestadores de servicios turísticos.
<b>Ley 788 de 2002 y</b>	Exenciones y deducciones de impuestos para los servicios hoteleros.
<b>Decreto 920 de 2009</b>	Reforma tributaria: incentivos para el no pago del impuesto a la renta por un determinado tiempo para servicios turísticos.
<b>Ley 1607 de 2012</b>	Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.
<b>Resolución 0119 de febrero 12 de 2002</b>	Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo.
<b>Decreto 504 de 1997.</b> <b>Resolución 0657 de 2005</b>	Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.

Fuente: Elaborado por los autores

## 5.6 Marco conceptual

Para el análisis de las necesidades financieras de las pymes del sector hotelero, afiliadas a Cotelco se tuvo presente lo que se define como finanzas. El autor Alfonso Ortega Castro define a las Finanzas como:

La disciplina que, mediante el auxilio de otras, tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios, los trabajadores y la sociedad. (Ortega, 2009)

De igual manera, fue indispensable apropiarnos del termino pyme, basándonos en una definición brindada por Bancoldex: “El término pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV” (Bancoldex, 2016).

Teniendo en cuenta que los hoteles afiliados a Cotelco, fueron nuestro objeto de investigación, se vio la importancia de aclarar acerca de esta organización:

Cotelco es la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, fundada el 14 de junio de 1954 por un grupo de empresarios hoteleros en la ciudad de Barranquilla. En ese momento la Asociación se fundó con la presencia de 19 hoteles del país, hoy contamos con cerca de 1000 empresas aliadas. Cotelco tiene presencia en 23 departamentos a nivel nacional. (Cotelco Nacional, 2016)

Siendo el turismo el eje principal de desarrollo de los hoteles, fue importante hacer mención del mismo, que comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y

estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”

Se ha hecho énfasis en esta investigación acerca de cuál es el objeto de estudio, pero también ha sido necesario saber su definición, encontrando que “el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario”

De igual manera puesto que el sector analizado fue el de la hotelería, fue primordial conocer el concepto de hotel, definido este como un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante) (Definiciones, 2009).

Partiendo de esto se puede comprender que este tipo de empresa goza de una percepción mayoritaria que la caracteriza como un buen negocio porque tienen la posibilidad de ofrecer un conjunto de servicios atractivos y populares entre la mayoría de usuarios. Para averiguar la situación financiera de estos entes, se utilizaron indicadores financieros que ayudaron a medir la situación de la empresa, hablar desde un punto crítico y constructivo.

Entre estos, se aplicaron el índice de liquidez que ayuda a ver la capacidad para satisfacer las obligaciones de pago a corto plazo, manejo de las finanzas de la empresa, como también el

índice de endeudamiento para saber la cantidad de recursos utilizados de terceros para el funcionamiento de la entidad.

El apalancamiento financiero es el que indica que la rentabilidad se obtiene si se emplea la deuda para el desarrollo de su actividad, siendo utilizado de manera adecuada puede ayudar a dar resultados favorables y muy benéficos, aunque sin dejar de lado la rentabilidad financiera que ofrecen varias medidas, diferentes del éxito de la empresa, en la generación de beneficios (Enciclopedia Financiera, 2016).

Se brindó un diagnóstico, que es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera, poder proponer cambios en el mismo y lograr resultados previsibles (Rodríguez, 2007).



## 6 Diseño Metodológico

La población de la investigación comprendió todos los hoteles que se encuentran afiliados a Cotelco asentados en la ciudad de Villavicencio y en algunos de sus municipios más cercanos. Teniendo en cuenta que la cantidad de estos hoteles es considerable se determinó que la muestra objeto de la investigación estuviese limitada a 11 hoteles que se encuentren únicamente en la ciudad de Villavicencio y que además cumplan las condiciones para estar clasificados en el grupo PYMES.

En observancia con los objetivos del proyecto se utilizó una metodología tanto de tipo cualitativa como cuantitativa aplicada a los hoteles de la ciudad que finalmente fueron entrevistados. Para el cumplimiento del primer objetivo se aplicó una encuesta en la modalidad de entrevista diseñada con las preguntas pertinentes para determinar la situación financiera actual de estos hoteles, la entrevista está clasificada como la fuente primaria para la obtención de la información, como fuente secundaria y en obediencia al segundo objetivo se solicitó a los hoteles sus estados financieros básicos del año o periodo inmediatamente anterior para el caso el año 2015, con el fin de practicarles un análisis de la información contenida allí y mediante la aplicación de indicadores financieros a nivel de liquidez, eficiencia, endeudamiento y desempeño, con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de estos hoteles.

Luego de que se obtuvo la información anterior, se procedió como primera medida a hacer la tabulación de las respuestas plasmadas en la entrevistas, para valorar de forma individual y

mediante una comparación general la información allí contenida, debido a que ninguno de los gerentes o administradores hoteles accedió a otorgar su información financiera específica, tales como Balance General o Estados de Resultados no se logró proceder a la aplicación de indicadores financieros tales como: liquidez, endeudamiento y solvencia; sin embargo para efectos de la investigación con el fin de cumplir los objetivos y poder brindar una información real de las necesidades financieras que presenta los hoteles, se decidió realizar la búsqueda de los estados financieros en la página de Superintendencia de Sociedades (SIREM) en donde se encuentro únicamente información financiera del Hotel Don Lolo, se procedió a la organización de los estados financieros y a la respectiva formulación y aplicación de la razones financieras anteriormente mencionadas; finalmente se manifestaran las conclusiones y recomendaciones en torno a los resultados que fueron obtenidos.

### **6.1 Fuentes Primarias**

- Estados Financieros de los hoteles de Villavicencio, sin otorgar por parte de las entidades.
- Información financiera de las mismas empresas.
- Información sectorial suministrada por Cotelco o entidades relacionadas. Páginas web. Sitio web de la Superintendencia de Sociedades SIREM.

### **6.2 Fuentes Secundarias**

- Libros y publicaciones.
- Bases de datos de Biblioteca en Línea Unillanos Informes estadísticos del Meta o Villavicencio del DANE a través de ICER Meta

## **7 Resultados y análisis de resultados**

### **Diagnóstico de las necesidades financieras para el sector hotelero de Villavicencio**

En Colombia las micro, pequeñas y medianas empresas son las mayores creadoras de trabajos en el país y son parte fundamental del sistema económico ya que cuentan con una gran representación en el mercado, “en el país el 94,7% de las empresas registradas son microempresas y el 4,9% registradas como pequeñas y medianas” (RUES, 2016). Teniendo en cuenta la importancia que estas empresas representan para el país, el proyecto de investigación fue llevado a cabo en los hoteles clasificados como mi pyme en la ciudad de Villavicencio.

Tomando una base de datos suministrada por COTELCO de los hoteles que se encuentran afiliados a dicha asociación, de un total de 43 hoteles afiliados en el Departamento del Meta, se tomó como muestra inicial un total de 11 hoteles que se encuentran dentro de la jurisdicción de Villavicencio y por supuesto que están clasificados como mi pyme.

El instrumento de investigación que se utilizó para obtener la información necesaria, fue una encuesta aplicada al área financiera y contable de los hoteles, dicha encuesta consta de 29 preguntas entre respuestas abiertas y respuestas de selección múltiple con única respuesta.

Teniendo en cuenta que no todos los hoteles accedieron a responder dicha encuesta se tuvo la necesidad de cambiar algunos de los hoteles tomados inicialmente, por otros que igualmente se encuentran clasificados como mi pymes pero que no se encuentran afiliados a la Asociación

Hotelera y Turística de Colombia, Cotelco. La muestra de hoteles que finalmente accedió a responder la encuesta se relaciona a continuación:

- Hotel Cinaruco Caney
- Cabañas Campestres Rincón de Apiay
- Hotel El Caimito
- Hotel Llano Lindo
- Hotel Campestre Navarcity
- Hotel Portal del Llano
- Hotel Campestre La Herradura
- Hotel Don Lolo Ltda.
- Hotel Embajador del Llano
- Hotel Inambu
- Hotel Nuevo Faro

## ANALISIS DE LA ENCUESTA

### 1. ¿Cuántas habitaciones tiene el Hotel?

- a. 1 – 50 hab.
- b. 51 – 100 hab.
- c. 101 – 150 hab.
- d. + 150 hab.



Figura 1. No. de habitaciones de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Dentro de la muestra, de los 11 hoteles entrevistados, se tiene como resultado que 10 (diez) hoteles tienen un número de habitaciones entre 0 y 50 habitaciones, identificando el hotel más pequeño de la muestra con una instalación de 8 habitaciones. Tan solo un hotel tiene una capacidad de instalación superior a 50 habitaciones; del anterior resultado se puede identificar que los hoteles clasificados como mi pymes en Villavicencio no cuentan con una capacidad instalada mayor a 50 habitaciones, los hoteles clasificados como pymes cuentan con instalaciones

pequeñas, en las que pueden atender una demanda limitada debido a el número de habitaciones que se encuentran disponibles.

## 2. ¿Qué índice de ocupación maneja el Hotel?

- a. 0 – 25%
- b. 26 – 50%
- c. 51 – 75%
- d. 76 – 100%

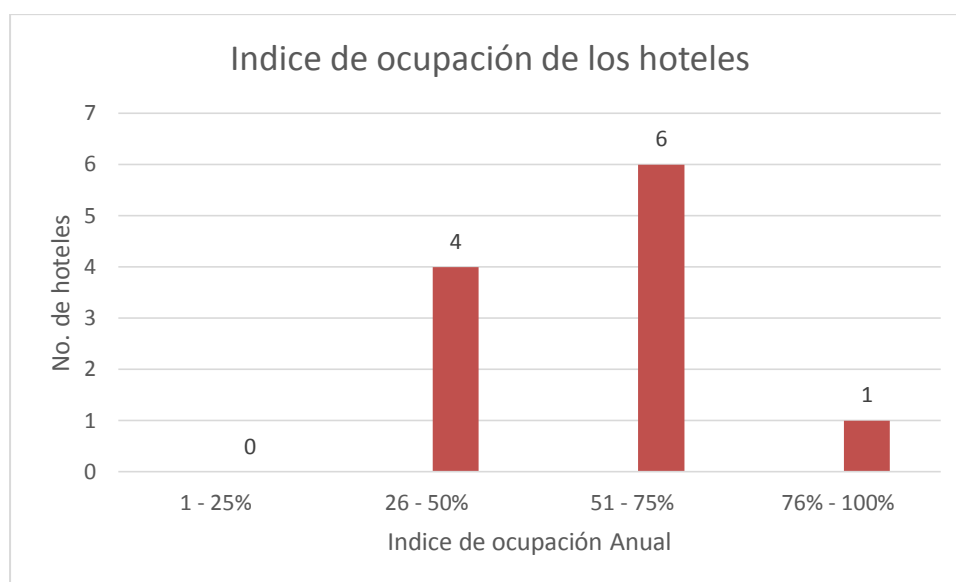


Figura 2. Índice de ocupación de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

El porcentaje de ocupación indica la proporción de ocupación que registra el establecimiento, y se obtiene dividiendo el total de cuartos ocupados entre el total de cuartos disponibles al período de interés. Al final se multiplica por 100 a fin de que éste quede expresado en porcentaje. Por lo tanto de la muestra de 11 hoteles encuestados se pudo determinar que 6 (seis) hoteles manejan una ocupación entre el 51-75%, frente a 4 (cuatro) hoteles que manejan una ocupación entre 26-50%; de los rangos establecidos como índices de ocupación, se puede determinar que los hoteles no manejan una ocupación inferior al 26% pero tampoco superior al 75% anualmente; el

que los hoteles no presenten una ocupación mayor o total durante el año, es consecuencia de las temporadas bajas a las que se enfrenta el sector hotelero en ciertas temporadas del año, una de las características más importantes de la actividad hotelera, la constituye la variabilidad de su ciclo de operaciones, ya sea el ciclo anual, los días de la semana o las horas del día, lo que provoca una inestabilidad o fluctuación en los ingresos, dado según las condiciones climatológicas o los eventos económico sociales, (estaciones del año, ferias y eventos internacionales de prestigio, etc.) que se producen, tanto del polo hotelero emisor, como del polo receptor, o de su área geográfica de localización.

### 3. ¿Por cuáles de los siguientes conceptos ingresan recursos al Hotel?

- a. Derecho a utilizar un activo
- b. Servicio de Restaurante
- c. Facilitación de un servicio
- d. Inventario para la venta

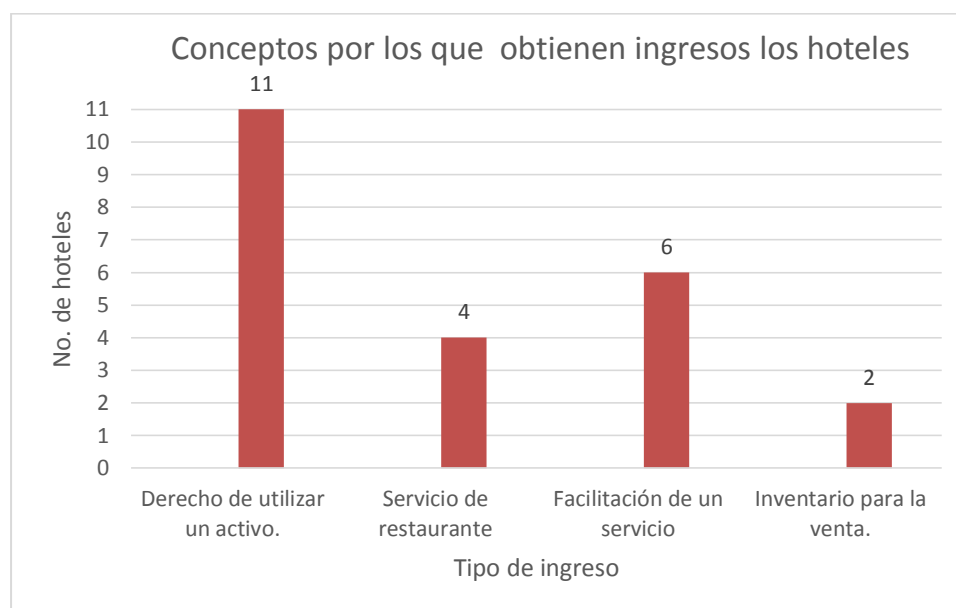


Figura 3. Conceptos por los que obtienen ingresos los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Los ingresos o entradas económicas que perciben los hoteles se pueden dar gracias al desarrollo de su actividad principal y al desarrollo de actividades secundarias que generan un valor agregado a los ingresos de los hoteles, de los hoteles entrevistados se obtuvo como resultado que los 11 hoteles tienen ingresos por el concepto de derecho a utilizar un activo; tan solo 4 hoteles respondieron afirmativamente al concepto de servicio de restaurante, y de acuerdo a los hoteles que no contaban con servicio de restaurante en sus respuestas afirmaban que tenían algún convenio con un establecimiento para que los clientes tuvieran acceso a este servicio; 6 de los hoteles entrevistados respondieron afirmativamente al concepto de facilitación de un servicio entre los cuales se encuentra: el alquiler de espacios para eventos, alquiler de zonas verdes para acampar, y finalmente 2 hoteles respondieron que dentro de sus tipos de ingresos el concepto de inventarios para la venta representaba un rubro importante para la obtención de sus ingresos.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se puede concluir que los hoteles mi pyme no manejan un gran porcentaje de servicios adicionales al servicio de alojamiento que pueda generar un valor agregado a dicha actividad, de acuerdo a la perspectiva económica en turismo y hotelería proporciona herramientas que permiten discernir los tipos de opciones y decisiones que toman los consumidores de este servicio. La clave de esta ventaja competitiva está en realizar alianzas estratégicas que permitan ofrecer una amplia gama de servicios mediante una mayor diversificación que permita diferenciarse de la competencia, de esta manera generar mayores ingresos a los hoteles, que impulsen un mayor grado de desarrollo, posicionándolos de forma positiva en el mercado.

#### **4. ¿La financiación que otorgan los proveedores es?**

- a. Ninguna



- b. 0 – 30 días
- c. 31 – 60 días
- d. + de 60 días

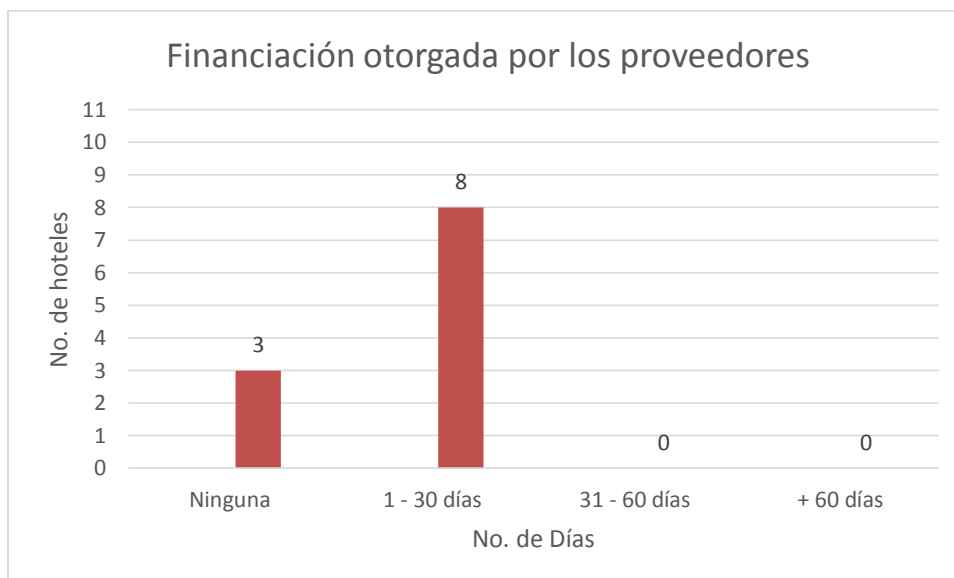


Figura 4. Financiación otorgada por los proveedores. Fuente: elaboración propia.

El crédito comercial es un sistema de financiamiento a corto plazo que le permite disponer a la empresa fácilmente de fondos, a la vez que se constituye en una forma flexible de financiamiento por medio de la cual la empresa no debe entregar garantías para poder obtenerlo; teniendo en cuenta el concepto anterior de la muestra de los hoteles entrevistados se obtuvo que a 8 de los hoteles sus proveedores les otorgan una financiación entre 1 y 30 días, que se encuentra dentro de un rango aceptable de financiación, 3 hoteles respondieron que sus proveedores no les otorgan ningún tipo de financiación lo cual está dado por las 2 siguientes razones: sus compras siempre han sido de contado y por lo general en almacenes de cadena y al no contar con servicios adicionales al de alojamiento, las compras de mercancías y materias primas son muy esporádicas por lo que no consideran necesario contar con proveedores fijos y mucho menos generar algún tipo de financiación con algún de ellos.

Respecto a los resultados obtenidos se considera importante que los hoteles tengan en cuenta la financiación a través de sus proveedores, ya que por medio de este sistema la empresa obtiene liquidez inmediata para continuar con el flujo de sus operaciones mientras llega el momento de cumplir con la cancelación de dicho pasivo, siempre que tenga en cuenta la necesidad de recurrir a este y el beneficio que dicho financiamiento pudiese generar al hotel.

### 5. El Hotel otorga financiación a los clientes de:

- a. Ninguna
- b. 1 – 15 días
- c. 1 – 30 días
- d. 31 – 60 días
- e. + de 60 días

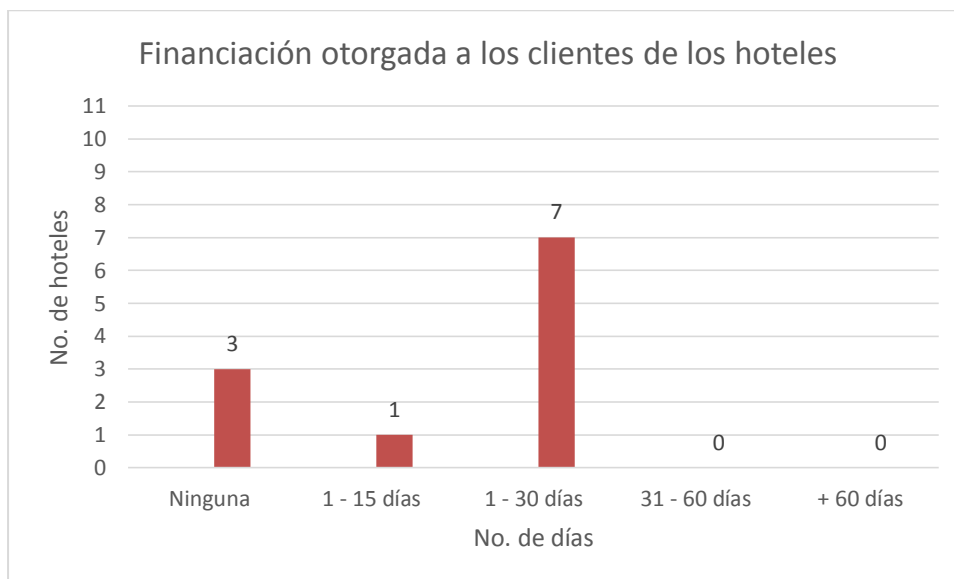


Figura 5. Financiación otorgada a los clientes de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Debido a que el sector hotelero es el único gremio en el que el cliente disfruta de la ventaja de la facilidad de crédito desde el momento en que llega al hotel y por regla general es el único en el que se percibe un beneficio sólo a partir de la salida de los clientes y cuando el disfrute del servicio o la transacción ha terminado. También a veces después de un período de 30 a 40 días en

el curso normal de las operaciones. Para el caso de los hoteles entrevistados se entiende como crédito otorgado a los clientes, un plazo de pago por un periodo de tiempo después de finalizado el servicio; de la pregunta se obtuvo como respuesta que 7 de los hoteles entrevistados otorgan financiación a los clientes de 1 a 30 días como plazo máximo, 3 hoteles prefieren no otorgar ningún tipo de financiación a sus clientes; los hoteles que otorgan financiación a sus clientes llevan a cabo convenios con diferentes empresas en donde se establecen acuerdos de pago por el servicio prestado e igualmente se pueden establecer tarifas preferenciales por el acceso a dichos servicios; además de establecer todas las condiciones que el crédito amerite para ser tomado.

## 6. ¿Cuál es el medio de pago más utilizado por los clientes?

- a. Efectivo
- b. Tarjeta Debido
- c. Tarjeta Crédito
- d. Cheque Gerencia
- e. Otros

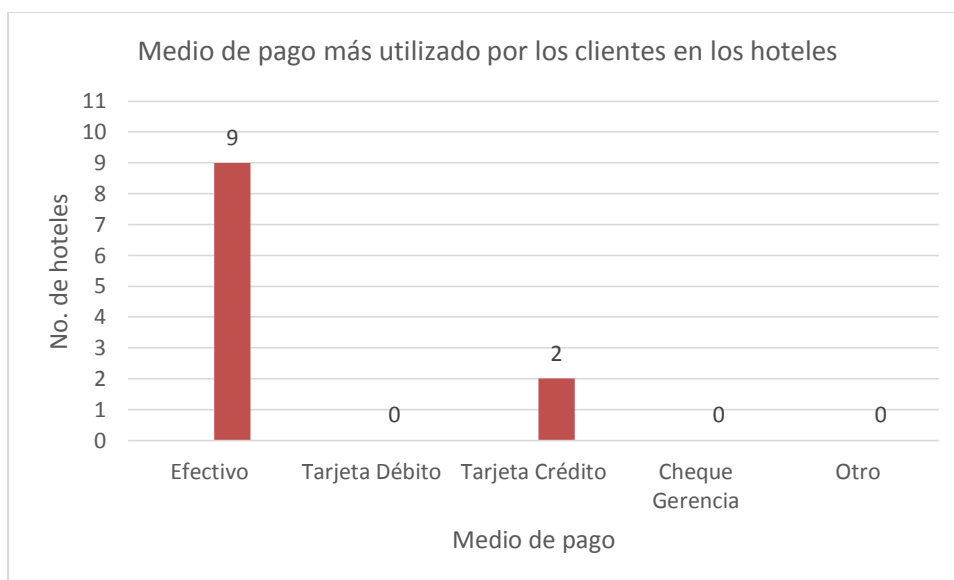


Figura 6. Medio de pago más utilizado por los clientes en los hoteles. Fuente: elaboración propia.

El medio de pago entendido como el activo de aceptación para efectuar el pago de un servicio, para este caso el servicio de alojamiento y los servicios complementarios que presta el hotel se puede dar de diferentes formas; de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los hoteles se pudo determinar que el medio de pago más utilizado por los clientes es el efectivo puesto que 9 de los hoteles entrevistados respondieron afirmativamente a esta opción, y en tan solo 2 hoteles las tarjetas de crédito son el medio de pago más utilizado por los clientes, aunque el efectivo es un medio de pago que los clientes pueden manejar con frecuencia y tienen a su alcance dada por las costumbre, la necesidad de automatización de ciertos procesos en el sector hotelero conlleva a que sea indispensable el uso de dinero plástico para el pago de los servicios prestados por el hotel, lo anterior puede evitar pérdidas de clientes que tengan la costumbre de hacer pagos a través de este medio y facilitar los procesos de recaudo del dinero ya que el manejo de dinero en efectivo puede hacer dispendiosa esta actividad.

**7. ¿Cuál es el costo financiero del medio de pago?**

- a. 0 – 5%
- b. 5,1 – 8%
- c. 8,1 – 10%
- d. +10%

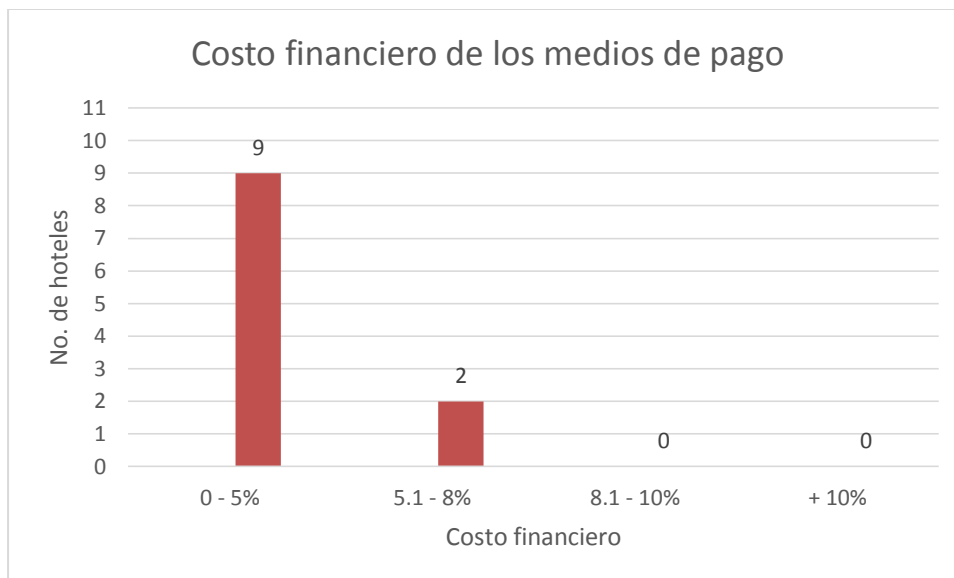


Figura 7. Costo financiero de los medios de pago. Fuente: elaboración propia.

De la muestra utilizada en la aplicación de la entrevista a los diferentes hoteles, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que para 9 hoteles el costo financiero del medio de pago oscila entre 0 y 5%, puesto que en estos hoteles el medio de pago más utilizado es el efectivo no tienen la necesidad de incurrir en dicho costo por lo tanto este sería igual a 0 (cero), caso contrario de que los clientes cancelaran los servicios prestados con dinero plástico como lo afirmaron en 2 de los hoteles entrevistados que respondieron que sus clientes cancelaban los servicios con tarjeta de crédito por lo tanto el costo financiero de este medio de pago se encuentra entre el 5,1- 8%, que corresponde a un cobro por la comisión que las entidades financieras descuentan a los hoteles por el derecho a prestar el servicio de pago con tarjeta de crédito sumado a las respectivas retenciones en la fuente aplicadas para cada caso, dependiendo del monto de la transacción. Por lo tanto para la muestra tomada como base de la investigación tan solo dos hoteles brindan el beneficio a los clientes del pago con tarjetas de crédito, teniendo en cuenta el costo que debe ser asumido por las prestación de este servicio, frente a los que prefieren manejar

dinero en efectivo ya que no tienen la necesidad de incurrir en costos adicionales, que generen un grado de desconfianza económica para estos hoteles.

### 8. ¿Su estructura % de pasivos y patrimonio en el último año es?

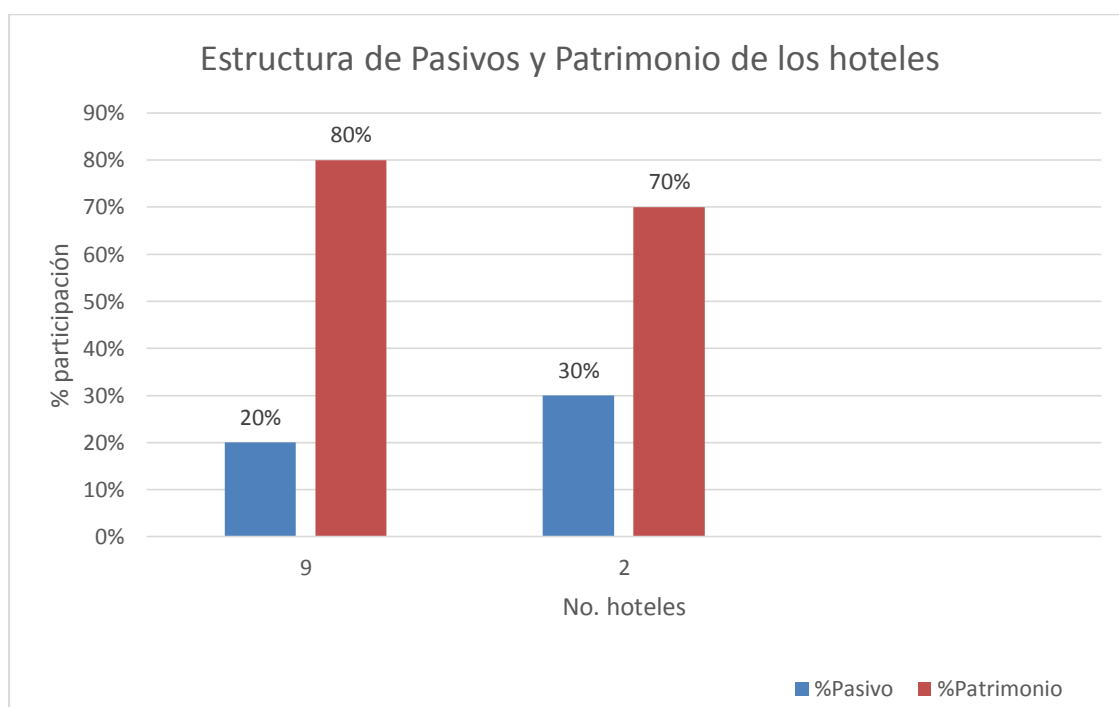


Figura 8. Estructura de Pasivos y Patrimonio de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Los pasivos comprenden: las deudas que tiene la empresa con sus proveedores y las deudas que tienen pendientes con los bancos y otras entidades financieras. El patrimonio comprende: las aportaciones hechas por los socios y los beneficios o utilidades que ha obtenido la empresa. Teniendo en cuenta los conceptos anteriores, se buscaba a través de la encuesta conocer cómo era la distribución que los hoteles tenían de sus pasivos y de su patrimonio en su estructura económica; por lo tanto de la muestra utilizada para la aplicación de la entrevista, se puede determinar que nueve de los hoteles entrevistados tienen un pasivo que se encuentra entre el

rango de 0 a 20%, reflejando de esta manera la poca participación de los pasivos frente al patrimonio que oscila entre el 81-100%, dichos datos reflejan el bajo porcentaje de obligaciones frente a terceros que tienen estos hoteles y que adicionalmente pueden reflejar el bajo índice de endeudamiento que presentan los hoteles clasificados como mi pyme en Villavicencio, lo anterior dado como consecuencia de que la cultura de emprendimiento en la región ha impuesto la autofinanciación, es decir que se han utilizado las utilidades y el capital aportado para el financiamiento del desarrollo económico de la empresa. De la información brindada por los hoteles entrevistados se encontró que dicho endeudamiento corresponde a préstamos otorgados para remodelaciones de infraestructura y posibilidades de expansión de las empresas.

### 9. ¿La financiación externa tiene un costo de?

- a. 0 – 5%
- b. 5,1 – 10%
- c. 10,1 – 15%
- d. 15,1 – 20%
- e. + 20%

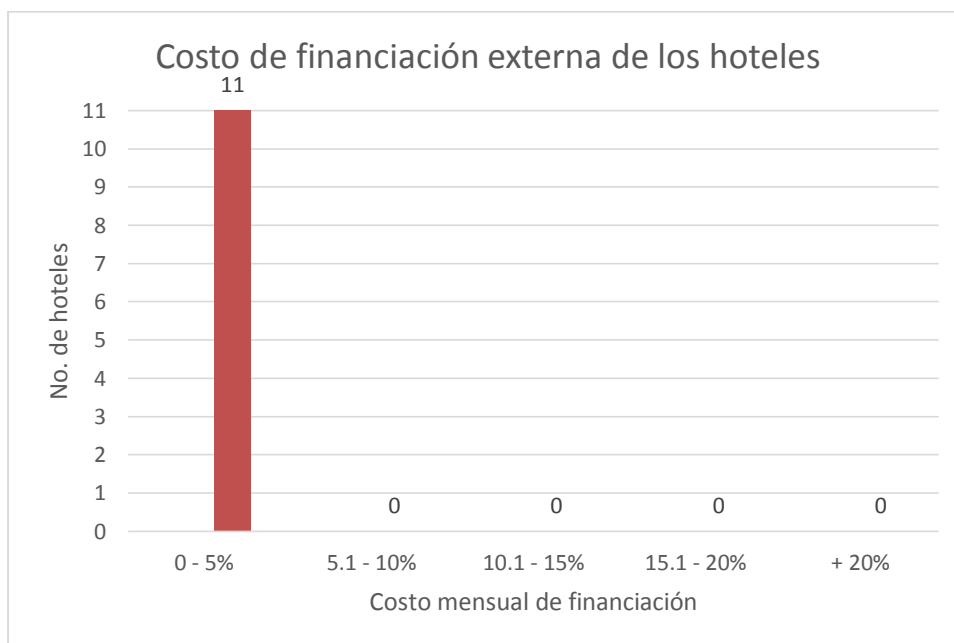


Figura 9. Costo de financiación externa de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Para el caso de financiación a través de créditos la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados; por lo tanto de la muestra utilizada para la aplicación de la entrevista, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que el costo mensual de financiación por algún tipo de préstamo otorgado a estos hoteles se encuentra entre el rango del 0 -5%, dichas respuestas reflejan como resultado la adquisición de créditos con un costo aceptable frente al mercado, puesto que las tasas para créditos comerciales o de libre inversión se encuentran entre este rango en las entidades financieras.

Es importante que los hoteles tengan en cuenta las consecuencias que el incremento de estas tasas pueda traer a la organización, al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero en el mercado la tasa baja y cuando hay escasez esta sube; por lo tanto la volatilidad a la que se enfrentan dichas tasas, debe ser observada de manera permanente por lo hoteles para que en un futuro sus flujos de caja no se vean afectados por incrementos inesperados y que por el contrario tenga un porcentaje constante a lo largo del crédito, que beneficie el progreso económico de los hoteles.

**10. ¿Ha recurrido a financiación externa para realizar pago oportuno de pasivos con proveedores, laborales, u otros acreedores?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica



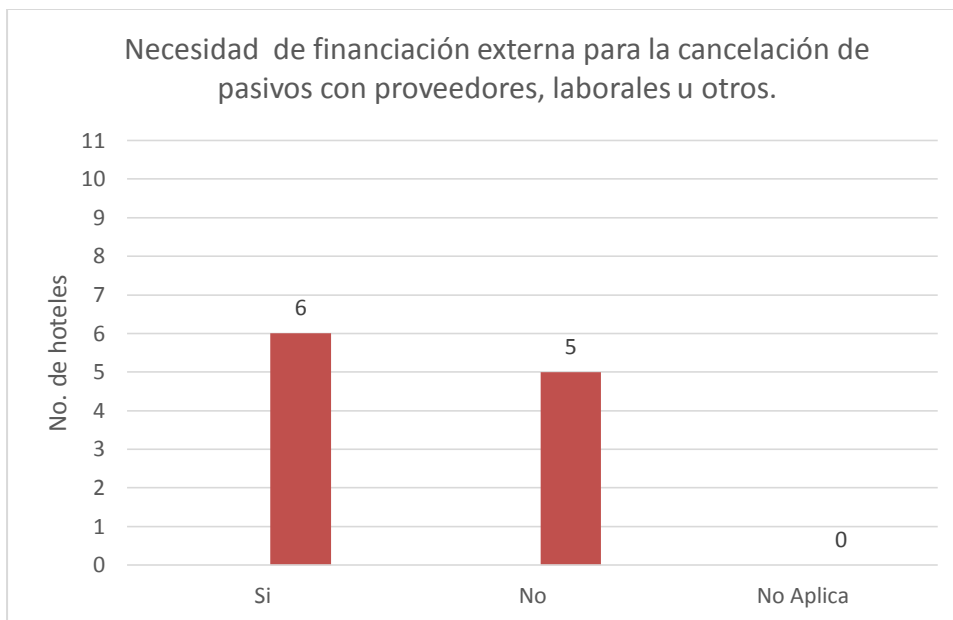


Figura 10. Necesidad de financiación externa para la cancelación de pasivos con proveedores, laborales u otros. Fuente: elaboración propia.

Los pasivos cuyo pago es más urgente producen una gran tensión sobre el efectivo de la empresa, por lo tanto en algunos casos cuando la empresa no tiene un flujo de caja que le permita cubrir estas obligaciones de corto plazo se ve en la necesidad de recurrir a financiación externa para poder cumplir con el requerimiento de dichos pasivos, por consiguiente de la muestra de hoteles entrevistados se determinó que la recurrencia a financiación externa por parte de los hoteles para cubrir el pago de diferentes pasivos tiene proporcionalidad en sus respuestas, puesto que de los 11 hoteles entrevistados, 6 respondieron afirmativamente a la recurrencia de créditos utilizados para pagos de este tipo, mientras que 5 hoteles no han utilizado financiación externa para cubrir obligaciones con proveedores, acreedores, empleados, entre otros; en efecto el requerimiento de financiación externa por parte de los hoteles para el cumplimiento de pasivos a corto plazo, obedece a que quizás el flujo de caja obtenido no sea el esperado y por lo tanto no alcance a cubrir dichas obligaciones o por el contrario exista una falta de organización del flujo

de caja obtenido y también puede obedecer a la cantidad de pasivos que cada hotel pueda tener y como consecuencia de lo anterior se vean en la necesidad de adquirir dicho financiamiento.

### 11. ¿Qué criterio tiene en cuenta para escoger la entidad de financiación?

- a. Tasa
- b. Tasa y Plazo
- c. Tasa, Plazo y Requisitos
- d. Tasa, Plazo, Requisitos y Amistad

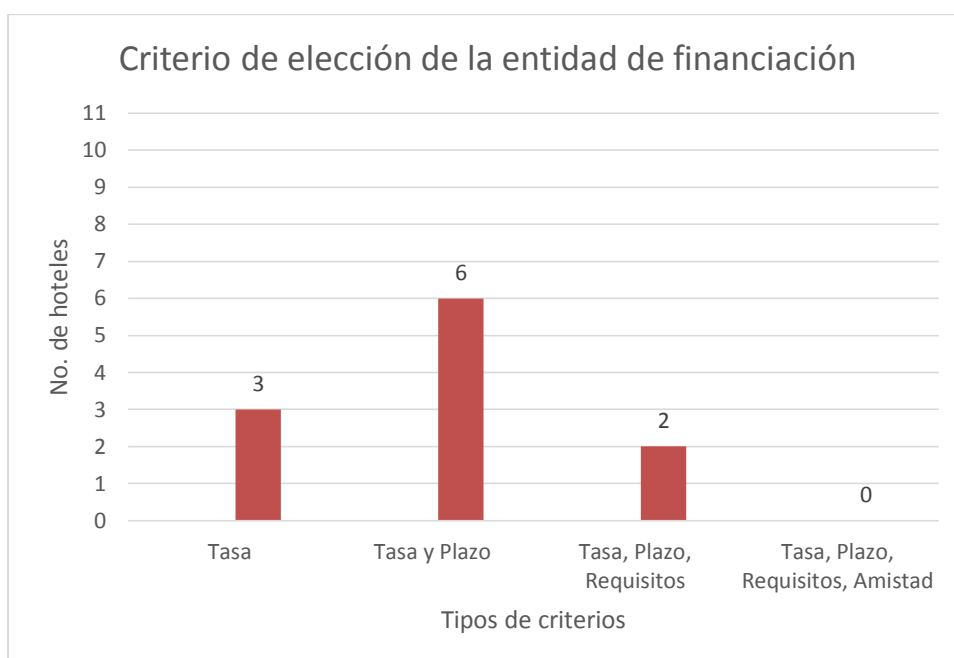


Figura 11. Criterio de elección de la entidad de financiación. Fuente: elaboración propia.

De la muestra utilizada para la aplicación de la entrevista a los diferentes hoteles, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que 6 de los hoteles tiene preferencia para escoger la entidad de financiación de acuerdo a la Tasa y Plazo que esta le pueda otorgar, mientras que 3 hoteles tiene como preferencia el porcentaje de la Tasa que la entidad le pueda brindar al momento de adquirir un crédito y finalmente solo 2 hoteles optaron por tener en cuenta más criterios como los son la Tasa Plazo y Requisitos como como una buena opción para escoger la entidad financiera en donde podrían adquirir un crédito.

Es recomendable comparar los costos y beneficios que genera el crédito y la entidad de financiación a la que se piensa recurrir, también se deben evaluar las necesidades reales respecto de los beneficios del producto o servicio y descartar los que son innecesarios o que no serán utilizados. Tener en cuenta cual es el periodo de tiempo que otorga la entidad financiera para devolver el préstamo y pagar los intereses para elegir según las capacidades de pago que tiene el hotel y como consecuencia de que según los datos analizados se obtuvo que la tasa y el plazo son de los criterios que los hoteles consideran más importantes al momento de elegir una entidad financiera, servirá entender lo siguiente: a menor plazo, suele ser menor la tasa de interés, pero mayores las cuotas a pagar; mientras que a si el plazo es mayor, la tasa de interés también lo será, pero menores las cuotas a pagar; por lo tanto el hotel determinará la mejor opción de acuerdo a las ventajas que los criterios le vayan a representar.

**12. ¿Ha tenido dificultades en el flujo de caja para cubrir sus obligaciones con acreedores de corto plazo?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica

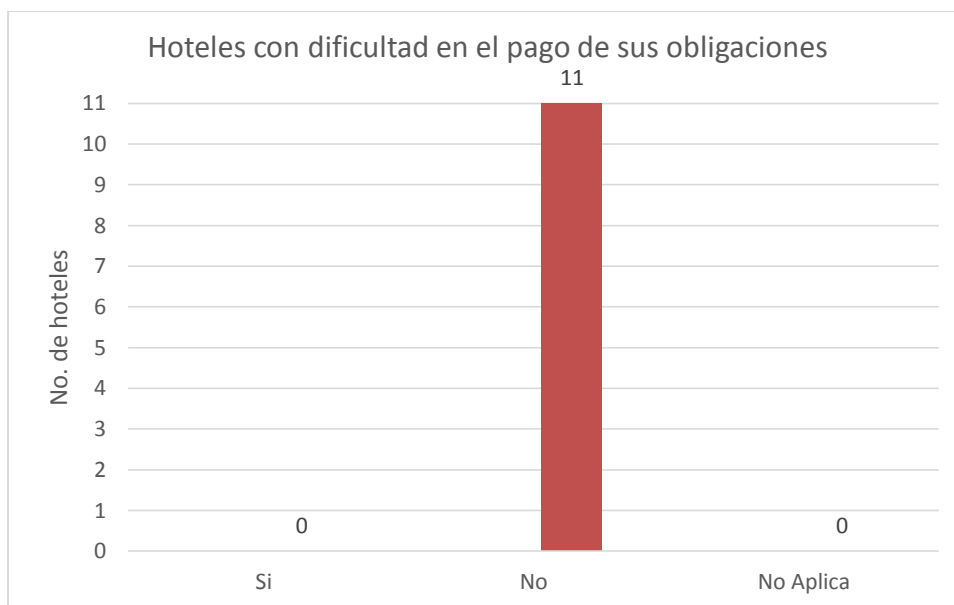


Figura 12. Hoteles con dificultad en el pago de sus obligaciones. Fuente: elaboración propia.

El flujo de caja, año a año, de un hotel que se esté proyectando corresponde a la suma de la utilidad neta después del pago del impuesto sobre la renta, más la depreciación de los activos sometidos a la depreciación y menos el pago del capital o principal que se tomó en préstamo de una entidad bancaria. Con dicho flujo de caja el hotel espera cubrir sus obligaciones a lo largo de periodo, pero en ciertos casos el crecimiento económico del sector o la baja productividad de la empresa no permite obtener el flujo de caja esperado para el cumplimiento de los pasivos del hotel.

Para el caso de los hoteles que fueron entrevistados de acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que ninguno de los hoteles ha tenido dificultad en el flujo de caja para el cumplimiento de alguna de sus obligaciones como los son el pago de empleados, proveedores y otros acreedores a corto plazo, evidenciando de esta manera la capacidad de atender las deudas en el corto plazo sin interferencias al proceso productivo ni a la estructura financiera de la

empresa, un alto grado de liquidez en cada uno de los hoteles les permite mantenerse al día en el cubrimiento de sus pasivos.

### 13. ¿Qué tipo de garantías ofrece para obtener financiación?

- a. Real
- b. Personal
- c. Sin información

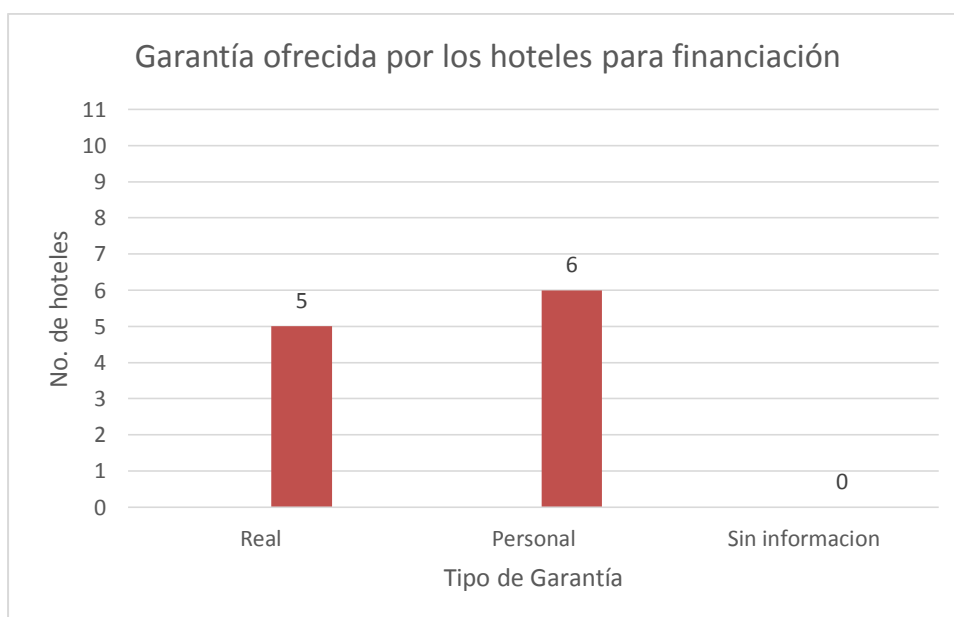


Figura 13. Garantía ofrecida por los hoteles para financiación. Fuente: elaboración propia.

Las garantías Personales son aquellas donde no se tiene en cuenta bienes específicamente determinados; lo que tiene importancia es la persona del obligado como fiador o como codeudor solidario. Las garantías Reales son aquellas que se constituye cuando el deudor, o una tercera persona, comprometen un elemento determinado de su patrimonio para garantizar el cumplimiento de la obligación contraída.

En relación a la muestra de hoteles entrevistados de acuerdo a los resultados obtenidos se puede establecer que respecto al tipo de garantía que ofrecen dichos hoteles al momento de incurrir en algún tipo de financiación, son muy equilibradas puesto que 6 hoteles manifiestan que ofrecen garantía personal al momento de adquirir un préstamo y 5 hoteles ofrecen una garantía real, la garantía real que ofrecen frente a la entidad financiera, es la hipoteca del mismo hotel.

La garantía personal ofrecida por el hotel avala la financiación otorgada por la entidad financiera en caso de que el hotel que adquiriera la obligación o compromiso no cumpla con esta serán los avalistas los que tendrán que hacer frente a ella. Lo hacen con sus bienes presentes y futuros. De la misma manera responderá la garantía real en caso de incumplimiento por parte del hotel con la obligación; indudablemente, cuanto más líquida (capacidad de convertirse en dinero rápidamente) sea la garantía bancaria, garantía real o garantía personal ofrecida, más interesante será para los bancos y más fácil será para el hotel poder adquirir un crédito con la entidad financiera. Por lo tanto depende de las condiciones en que se encuentre el hotel, el tipo de financiación que requiera y las garantías que este puede ofrecer para obtener el tipo de crédito esperado.

**14. ¿Es oportuno el recaudo de cartera?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica

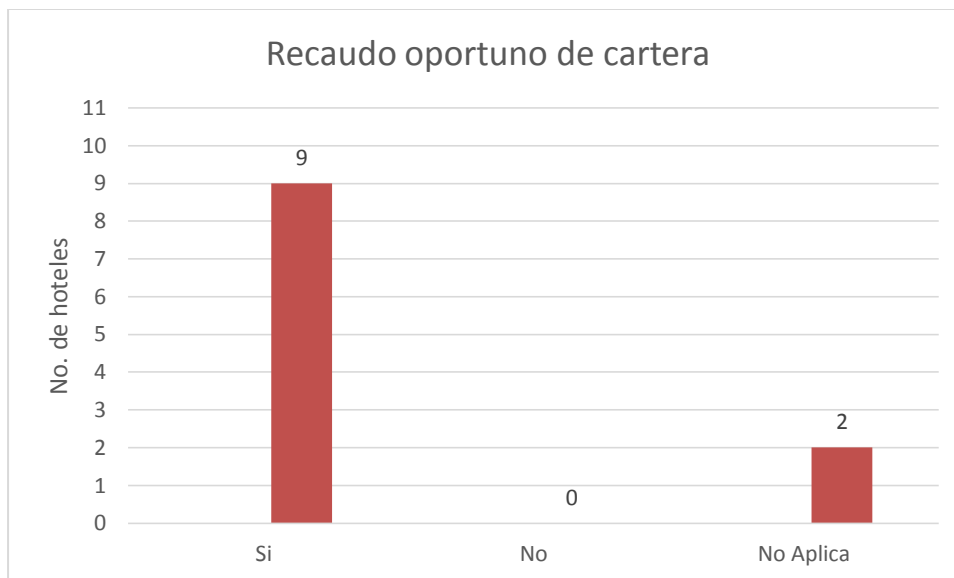


Figura 14. Recaudo oportuno de cartera. Fuente: elaboración propia.

La gestión de cobro de los hoteles para la recuperación de la cartera incluye actividades que permiten el recaudo oportuno de las cuentas por cobrar, en donde el hotel debe actuar de una forma ágil, eficaz eficiente y oportuna para que dicho proceso sea culminado con éxito, por lo tanto de acuerdo a la encuesta aplicada a los diferentes hoteles se obtuvo como resultado que el recaudo de cartera es oportuno para los hoteles que ofrecen algún tipo de financiación a sus clientes, ya que los nueve hoteles manifestaron que ésta es recuperada en los plazos establecidos luego de tomado el servicio. De acuerdo a lo anterior el control del crédito que se refiere a las diversas medidas adoptadas por el hotel para asegurarse de que el cliente arregle sus cuentas en su totalidad; o bien ellos mismos o alguien en su nombre, dentro de un período de tiempo especificado, tiene una gestión adecuada y es llevado a cabalidad.

**15. ¿Cuál es la rentabilidad que esperan obtener los propietarios de la empresa?**

- a. 0 – 5%
- b. 5.1 – 10%
- c. 10.1 – 15%

d. 15.1 – 20%

e. + 20%

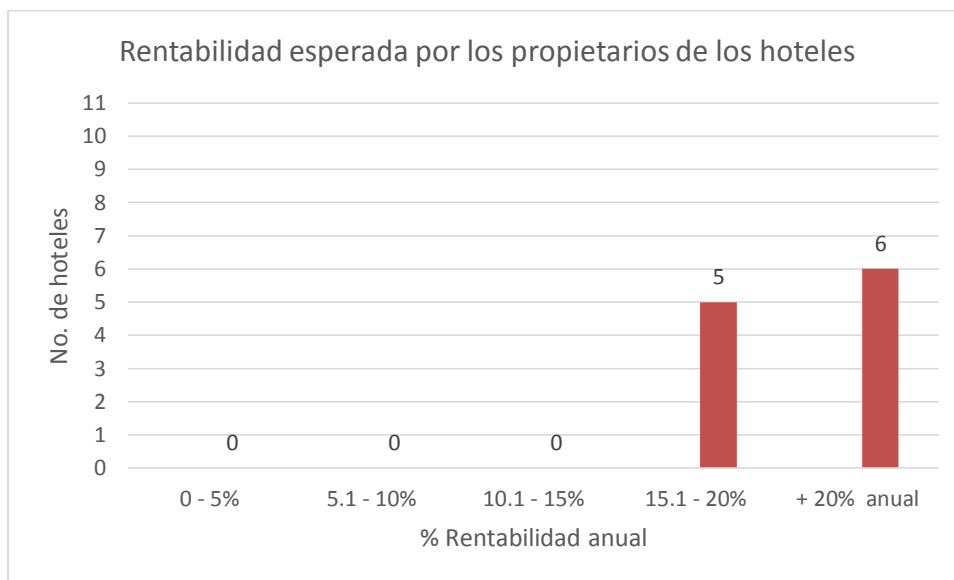


Figura 15. Rentabilidad esperada por los propietarios de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Partiendo de que la rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia obtenida de un capital invertido en este caso en el sector hotelero y teniendo en cuenta que dependiendo del objetivo del hotel, la rentabilidad generada puede dejarse para mantener o incrementar la inversión, o puede ser retirada para invertirla en otro campo. Según las entrevistas realizadas a los once hoteles anteriormente mencionados, cinco de ellos esperan obtener una rentabilidad del 15,1% al 20% y los seis hoteles restantes esperan obtener una rentabilidad mayor al 20%, se puede evidenciar que todos los hoteles coinciden en tener una expectativa de alta rentabilidad y que lo que el sector hotelero pretende hacer con las utilidades esperadas es mantener e incrementar la inversión y como consecuencia obtener mayor reconocimiento y posicionamiento en el mercado del sector hotelero.

## 16. ¿La empresa responde a las expectativas de rentabilidad?



- a. Si
- b. No
- c. No aplica

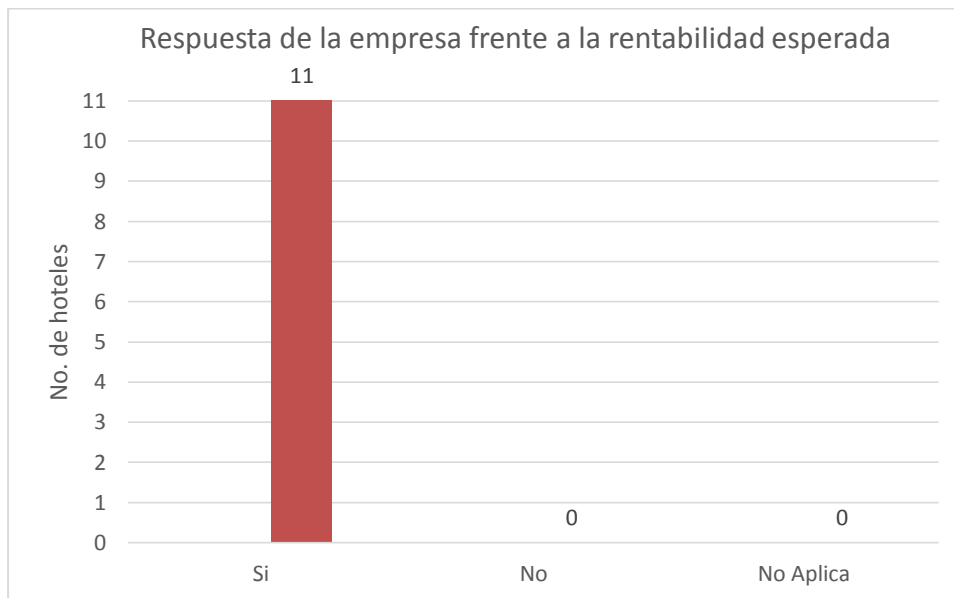


Figura 16. Respuesta de la empresa frente a la rentabilidad esperada. Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta que el estudio es realizado en la ciudad de Villavicencio, siendo esta la capital del departamento del Meta, el cual se ha venido constituyendo como uno de los departamentos con más dinamismo de Colombia, donde dentro de sus bases para el desarrollo económico se encuentra el sector del turismo, dadas las características propias que posee la región, también basado en la importancia que ha tomado el departamento del Meta con la construcción de la nueva vía al llano por su cercanía a la capital del país, entre otras características que proyectan al departamento como un destino turístico apetecido por sus factores de novedad, cercanía y clima, entre otros, por tanto la expectativa de rentabilidad que tiene cada uno de los hoteles entrevistados se cumple, puesto que con estos elementos estructurales de la actividad y los desarrollos que ha presentado la región, el sector turismo se convierte en agente multiplicador de actividades económicas complementarias, dentro de las

cuales se beneficia el sector hotelero quedando ubicado con un posicionamiento estratégico que le permite obtener y esperar mayores utilidades.

### 17. ¿La rentabilidad de la empresa se ajusta a la del sector hotelero de la región?

- Si
- No
- No aplica

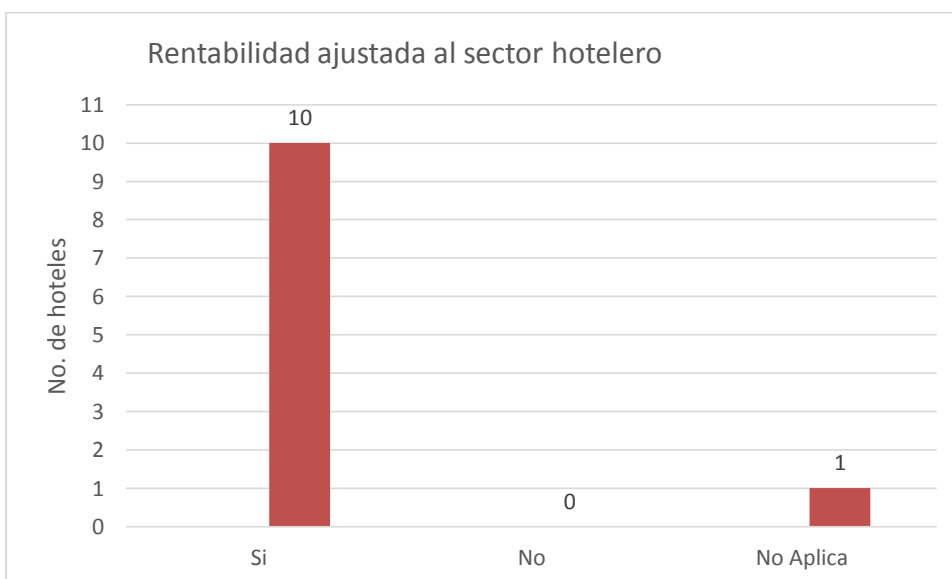


Figura 17. Rentabilidad ajustada al sector hotelero. Fuente: elaboración propia.

Basados en las respuestas positivas de la pregunta anterior aplicada en las entrevistas y haciendo énfasis en que para todos los hoteles se cumple la expectativa de rentabilidad que poseen, se ve reflejada que la rentabilidad de la actividad hotelera de la ciudad de Villavicencio en general se ajusta a la del sector hotelero de la región, puesto que la oferta del sector hotelero cumple las condiciones y satisface la demanda que requiere y que a su vez genera el sector turístico del departamento del Meta, y tan solo se puede ver como uno de los once hoteles que contribuyen a la rentabilidad de la región, considera que no cumple con las expectativas para

aportarle al desarrollo del sector turístico que resulta de trascendental importancia para la economía del departamento.

### 18. ¿Elabora presupuestos y realiza control y ejecución del mismo?

- a. Si
- b. No
- c. No aplica

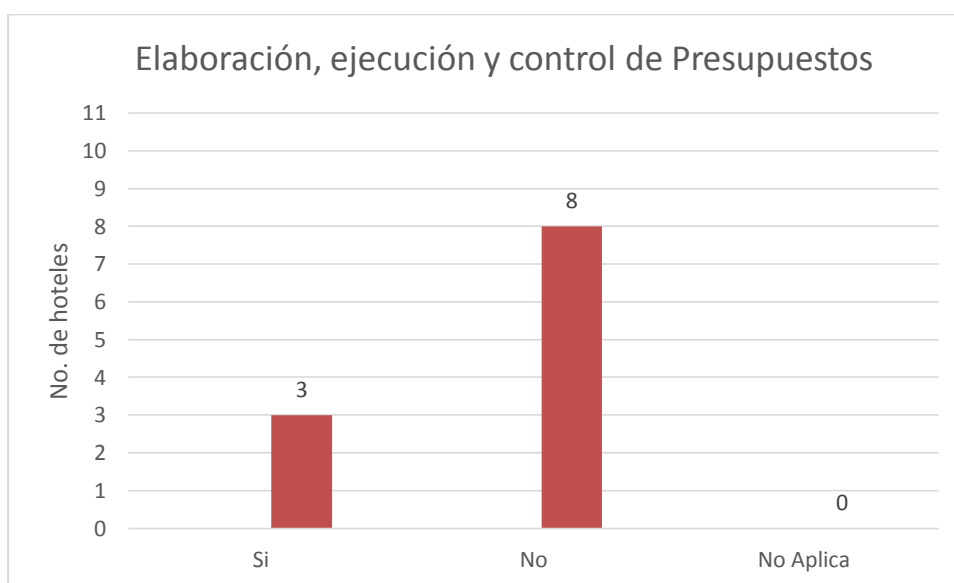


Figura 18. Elaboración, ejecución y control de Presupuestos. Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta que los presupuestos son un elemento de planificación y control expresado en términos económicos y financieros dentro del marco de un plan estratégico y siendo un instrumento o herramienta valiosa para el éxito de la empresa, es necesario proyectarse en este plan de acción para que el porcentaje de riesgos sea menor o las pérdidas para la empresa, sin embargo la mayoría de los hoteles no realizan esta tarea, de los once hoteles entrevistados, ocho no elaboran presupuestos, ni hacen su respectivo control y ejecución del mismo, esto se debe a que no le dan la importancia que requiere, teniendo en cuenta que es un elemento imprescindible para hacer previsiones de ingresos y gastos, así como el hecho de que permite a

la administración conocer el desenvolvimiento de la empresa a través de la comparación de cifras reales con los hechos y cifras presupuestadas o proyectadas para poder tomar medidas que permitan corregir o mejorar la actuación organizacional, pero a pesar de ello a través de las entrevistas se puede evidenciar la falta de organización y control oportuno por parte de la administración y del departamento contable y financiero de los hoteles.

### 19. ¿Ha distribuido y pagado utilidades a los socios?

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica

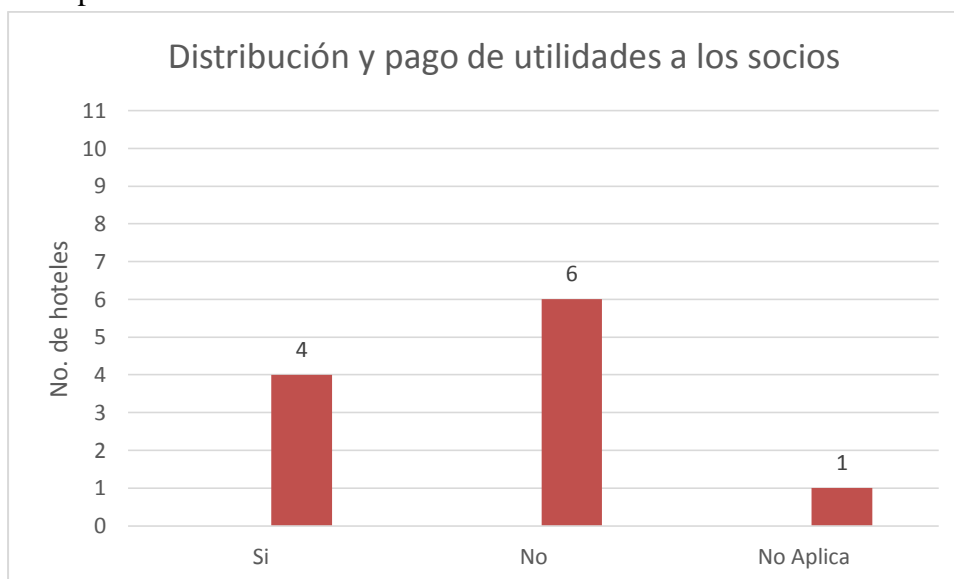


Figura 19. Distribución y pago de utilidades a los socios. Fuente: elaboración propia.

En algunos casos se distribuyen y se pagan las utilidades a los socios, pero este proyecto de distribución de utilidades debe ser aprobado por parte de la asamblea de socios y luego se decidirá si las utilidades se pagan en dinero o si se capitalizan, es decir, si se pagan en acciones es una forma de pago en especie puesto que no se recibe dinero. En el sector hotelero se puede evidenciar que de los once hoteles entrevistados, seis de ellos no distribuyen ni pagan las utilidades a los socios, esto se debe a que no lo consideran necesario, cuatro hoteles si realizan

pago y distribución de utilidades ya que consideran importante esta distribución para la empresa, cuando deciden reinvertir, por lo tanto establecen el pago de utilidades a los socios al finalizar cada periodo. Uno de los hoteles ante este caso responde que no aplica ya que no cuenta con más de un propietario o dueño del hotel.

## 20. Analiza y aplica periódicamente indicadores financieros como:

- a. Liquidez
- b. Liquidez y solvencia
- c. Liquidez, solvencia, endeudamiento
- d. Liquidez, solvencia, endeudamiento, actividad
- e. No aplica

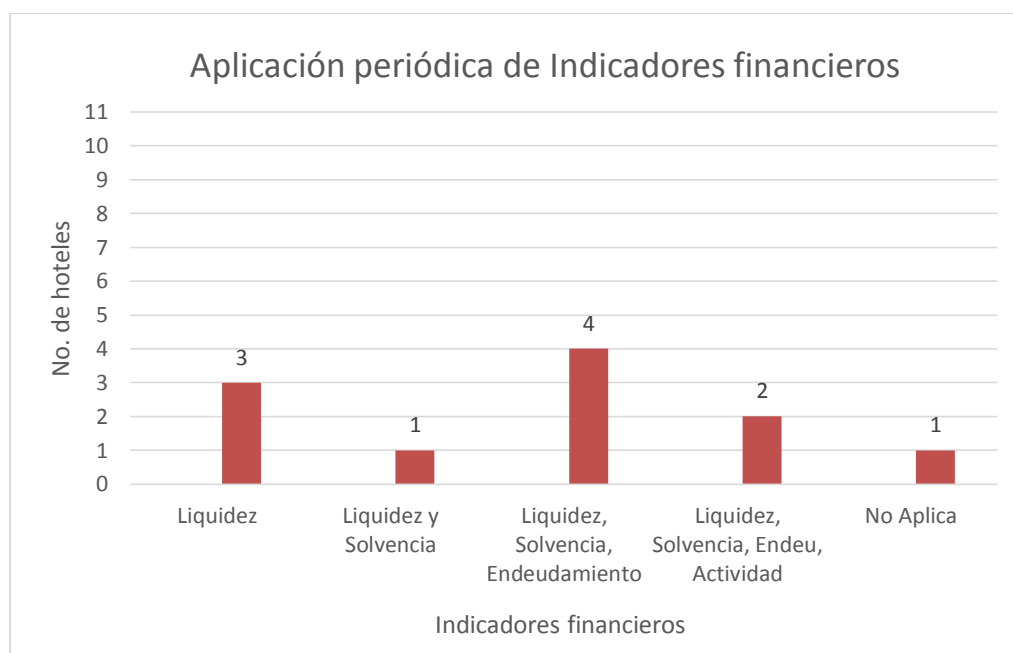


Figura 20. Aplicación periódica de Indicadores financieros. Fuente: elaboración propia.

Con base a los siguientes indicadores:

- **Liquidez:** que se utiliza para determinar la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.
- **Solvencia:** que es la capacidad de la empresa para atender el pago de todas sus deudas y compromisos especialmente aquellas de largo plazo.
- **Endeudamiento:** que es una herramienta utilizada para medir el nivel de obligaciones que tiene la empresa.
- **Actividad:** este indicador establece el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa maneja los recursos y la recuperación de los mismos.

Se puede decir que siendo el indicador de solvencia, el común denominador de todos los hoteles; de los once, cuatro aplican el indicador de solvencia y de endeudamiento, puesto que son indicadores que le permiten al hotel conocer información relevante en cuanto a la capacidad de obtener dinero en efectivo, y poder determinar el pago de sus obligaciones, un dato indispensable para el funcionamiento normal del hotel, también se hace necesario determinar la capacidad de la empresa para atender el pago de sus obligaciones en este caso a largo plazo, de igual manera estos cuatro hoteles se interesan por conocer el nivel de obligaciones que poseen.

Tres de los once hoteles consideran que importante tan solo aplicar el indicador de liquidez, no consideran necesarios los demás indicadores, dos de los once hoteles, fuera de los indicadores anteriormente mencionados, aplican el indicador de actividad, con el fin de establecer el grado de eficiencia de la administración del hotel en cuanto al manejo de los recursos. Uno de los hoteles solo considera necesario la aplicación de los indicadores de liquidez y solvencia y en el caso de uno de los hoteles entrevistados, afirma que no aplica ninguno de los indicadores mencionados.

## 21. ¿De qué forma les ha contribuido la exoneración del impuesto de renta?

- Mayor capital de trabajo
- Posibilidad de expansión
- Incremento de los servicios
- Contratación de nuevo personal
- Otra

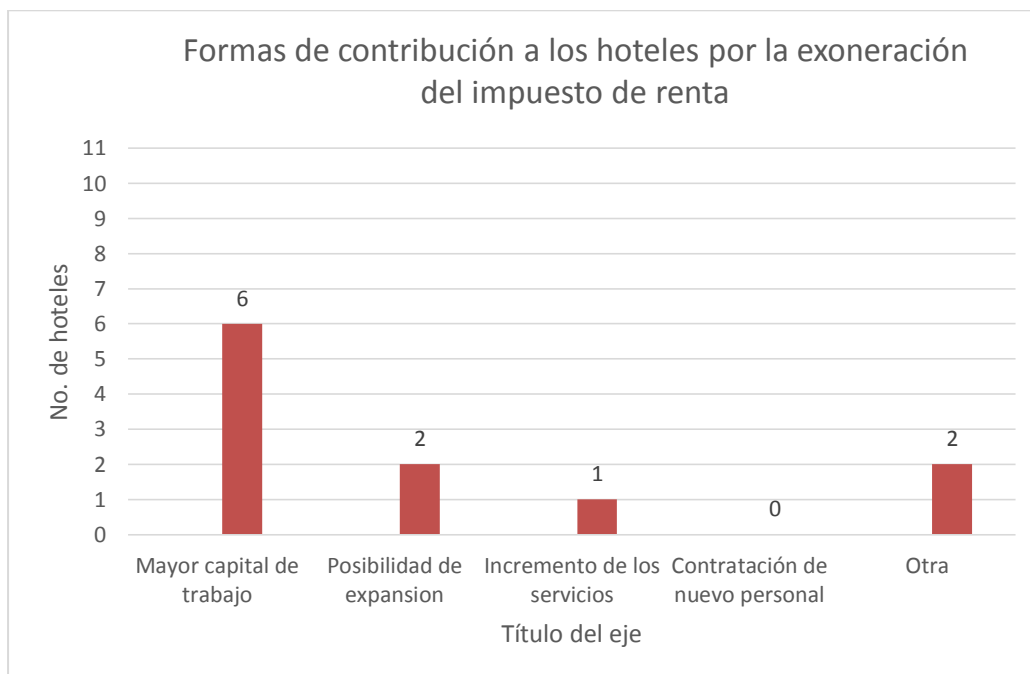


Figura 21. Formas de contribución a los hoteles por la exoneración del impuesto de renta. Fuente: elaboración propia.

En cuanto al auge hotelero, hay varias razones que lo explican, una de ellas tiene que ver con la exención del impuesto de renta, por 30 años, para la construcción y remodelación de los hoteles, lo que hace que sea muy atractivo invertir en este sector, este beneficio vencerá en el año 2017, por tanto de los hoteles entrevistados dan a conocer la forma en que les ha contribuido la exoneración del impuesto de renta, en su mayoría, siendo seis hoteles de los once, han aprovechado este beneficio en cuanto a poder tener un mayor capital de trabajo, dos hoteles lo han recibido satisfactoriamente como posibilidad de expansión, a uno de los hoteles le ha favorecido en cuanto al incremento de servicios en su empresa y por último los dos restantes han

aprovechado este beneficio de otra manera 9,09% del total de los hoteles entrevistados responde que el incremento de los servicios es una forma que ha contribuido la exoneración del impuesto de renta.

**22. ¿Tiene establecidos centros de costos para los departamentos de operación y de servicios que existen en el Hotel?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica

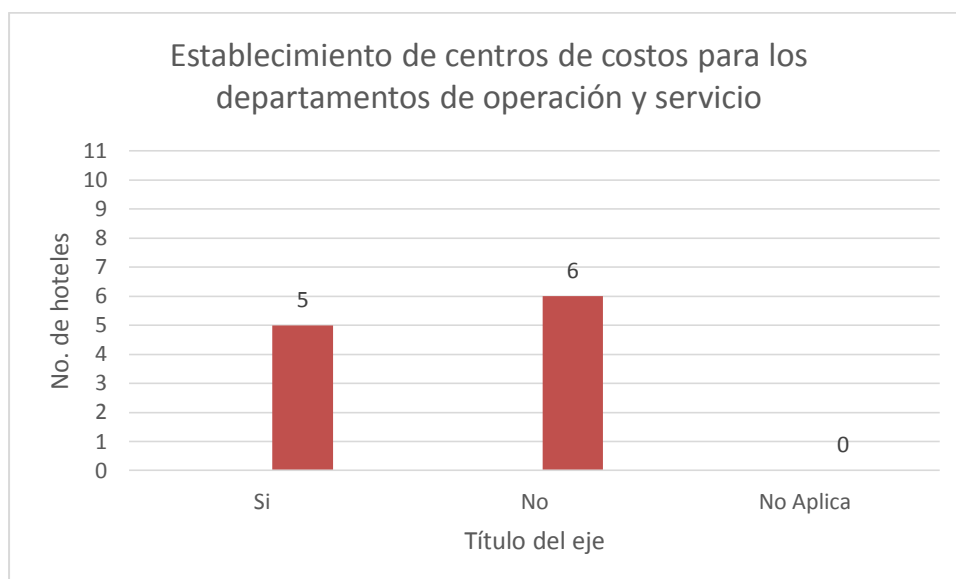


Figura 22. Establecimiento de centros de costos para los departamentos de operación y servicio. Fuente: elaboración propia.

La hotelería se caracteriza por la complejidad y cantidad de los procesos que se realizan, para prestar los servicios como el de alojamiento, gastronomía y otros que se ofrecen en esta actividad. Sus gastos se clasifican por la naturaleza o tipo de gasto y por el área o unidad organizativa donde se producen, por lo general se establecen centros de costos que corresponden a los departamentos de operación y de servicios que representan los costos y gastos directos de las actividades productivas del hotel, sin embargo en algunos de los hoteles no lo manejan de esta



manera, es el caso de los seis hoteles de los once entrevistados, debido a que no poseen un software contable suficiente que se lo permita o la falta de capacitación y conocimiento para aplicarlo o simplemente argumentan que trabajan con un solo producto por lo tanto el cálculo de los costos se simplifica, los demás hoteles prefieren utilizar centros de costos debido a que son multiproductos, complicándose así el cálculo de costos, ya que muchos de ellos no podrán ser cargados directamente a cada producto, y de esta manera no consiguen conocer el costo de cada área de responsabilidad.

### 23. ¿Tiene identificados los costos fijos y variables del Hotel?

- Si
- No
- No Aplica

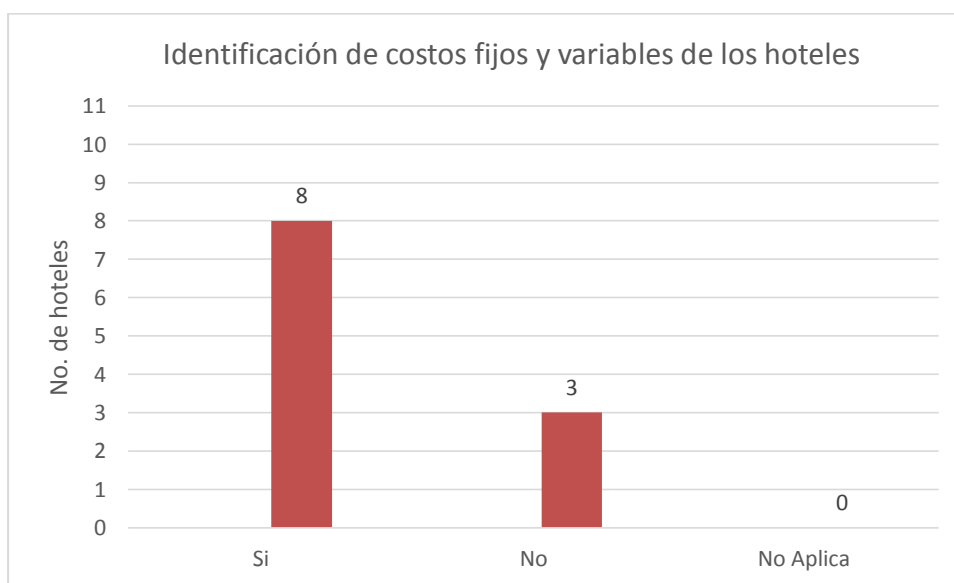


Figura 23. Identificación de costos fijos y variables de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Generalmente la mayoría de los hoteles tienen una alta proporción de costos fijos, ocurriendo el mayor porcentaje de estos en el área de alojamiento, ya que muchos de los gastos del área de alojamiento son de una naturaleza fija, como la depreciación, la operación y

mantenimiento de las instalaciones, como gastos variables se puede identificar el lavado de la lencería, los artículos para los huéspedes y otros gastos eventuales, siendo estos un porcentaje relativamente pequeño de la producción de alojamiento, en cuanto a las operaciones de gastronomía los gastos fijos tienen un porcentaje más bien bajo, en relación con el volumen de los ingresos por ese concepto, mientras mayor sea el porcentaje de costos fijos, será más complicado mantener una adecuada productividad mediante el control de los costos variables, por lo que se debe prestar una adecuada atención al control de los costos, debe haber una mayor preocupación por el incremento de los ingresos del hotel.

De los once hoteles, ocho de ellos tiene identificados los costos fijos y variables, reconocen la importancia que este tema merece, en su gran mayoría los aplica, sin embargo tres no lo hacen puesto que consideran no poseer un programa contable que les permita identificarlos.

**24. ¿Determina indicadores como el ROA, ROE, EBITDA a los estados financieros?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica

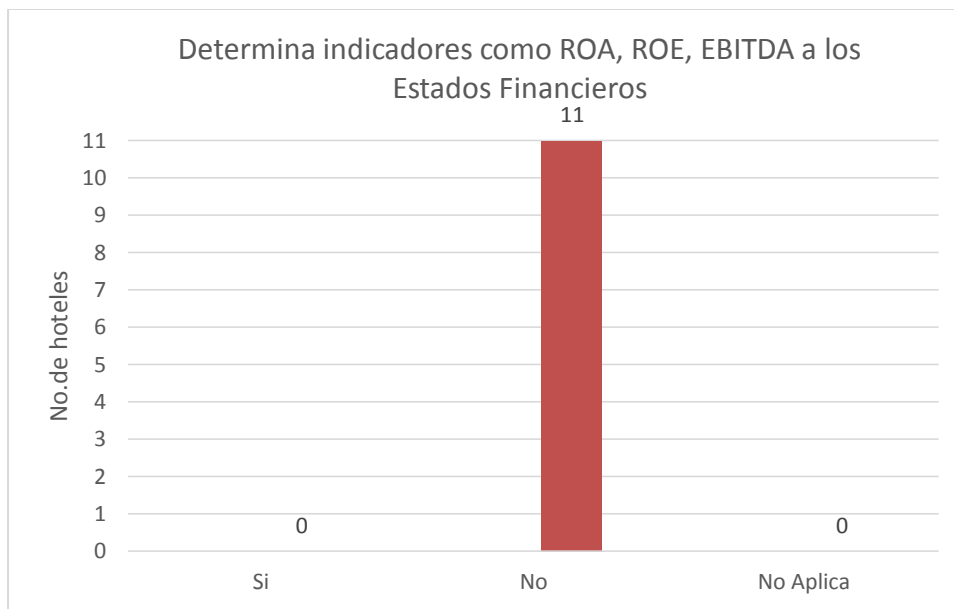


Figura 24. Determina indicadores como ROA, ROE, EBITDA a los Estados Financieros. Fuente: elaboración propia.

El análisis de la situación financiera de cualquier empresa no es una tarea sencilla, para ello existen indicadores que facilitan esta labor y proporcionan información sobre la marcha del hotel en este caso, como lo es la combinación de indicadores como la rentabilidad sobre activos (ROA) y la rentabilidad sobre capital invertido (ROE), ambos indicadores expresan rentabilidad y proporcionan información adicional de la estructura de financiación más adecuada para el hotel.

La comparación entre estos dos indicadores se realiza para determinar la forma más conveniente de financiar el activo total o la inversión del hotel. El EBITDA, es un indicador que mide la rentabilidad del hotel para hacer frente a sus compromisos con bancos, este indicador financiero es muy poco conocido, se puede notar que ninguno de los hoteles aplican ni este ni los indicadores anteriormente mencionados, no tienen el conocimiento de su utilidad y no le dan la importancia necesaria o los encuentran innecesarios para llevarlos a cabo.

## 25. ¿Cómo determina la tarifa para el servicio de habitación sencilla y doble?

- Fija
- Por temporada
- Análisis de la competencia
- Por costos

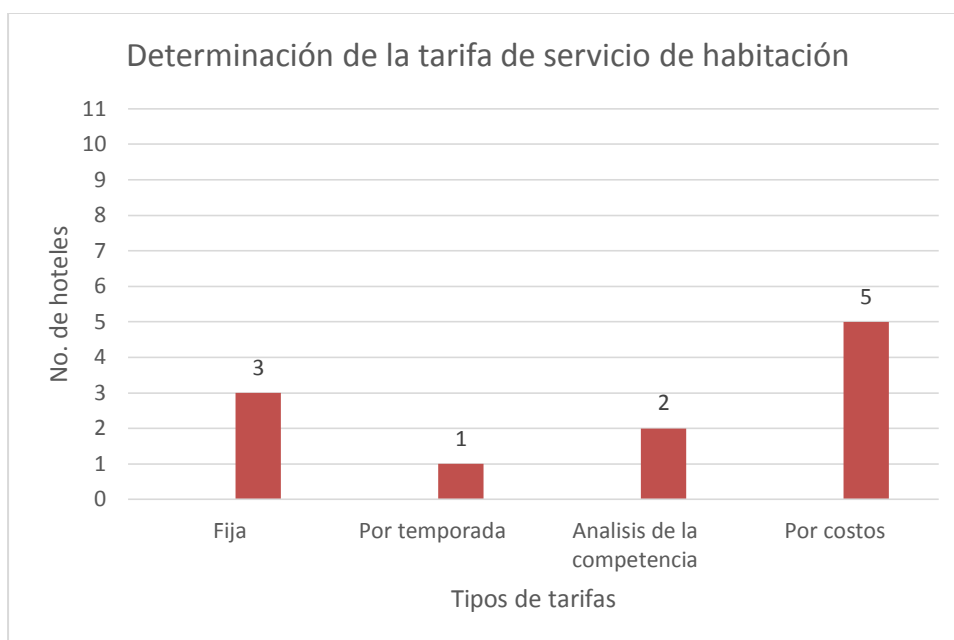


Figura 25. Determinación de la tarifa de servicio de habitación. Fuente: elaboración propia.

Además del análisis del precio de costo, el precio de venta de un producto o servicio suele fijarse a través de diferentes métodos, ya sea sobre la base del análisis del precio del mercado, es decir que el precio depende de los precios de la competencia, de la categoría del hotel y de la política de marketing que se diseñe, de esta manera determina la tarifa del servicio de las habitaciones, dos de los hoteles entrevistados, de igual manera se puede fijar a través del cálculo de los costos directos del servicio de habitación ya sea sencilla o doble, se fija el porcentaje que representan los costos directos asignados al servicio del total de los costos del hotel y se agrega al costo total el margen de beneficio deseado; siendo este el método más utilizado por los hoteleros, como se puede observar en la gráfica cinco lo realizan de esta manera.

Para algunos hoteles un sistema de gestión de ingresos ayuda a establecer los precios correctos para las habitaciones en tiempo real, reúne datos del hotel, del mercado, hace un análisis general y establece unas tarifas fijas para cada tipo de habitación, este método lo utilizan tres de los once hoteles entrevistados y el menos usado es según la temporada ya sea baja, media o alta, tan solo uno de los hoteles practica este método de asignación de las tarifas para el servicio de habitación.

## 26. ¿Cómo determina la tarifa para el servicio de restaurante?

- Fija
- Por temporada
- Por costo de materia prima
- No hay servicio de restaurante

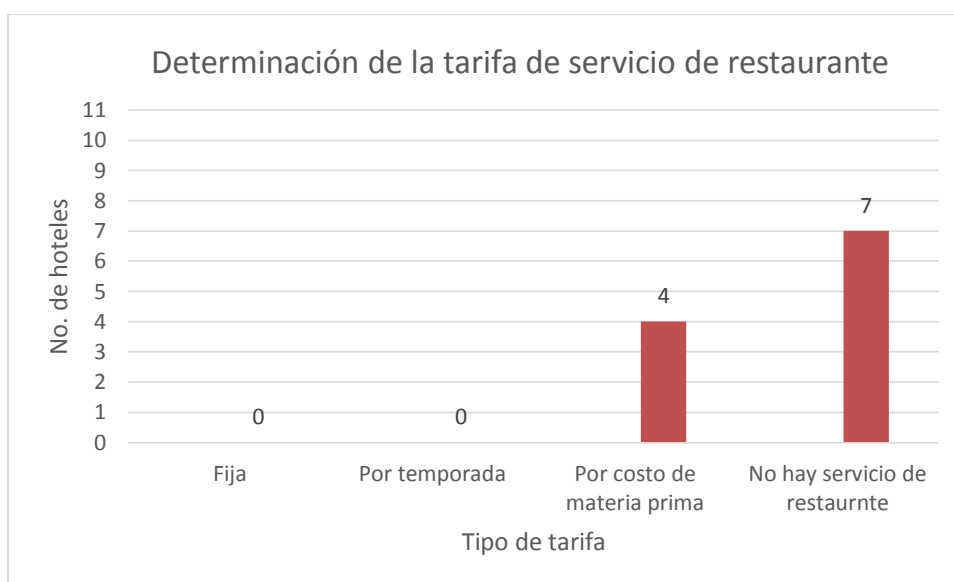


Figura 26. Determinación de la tarifa de servicio de restaurante. Fuente: elaboración propia.

Al igual que la determinación de la tarifa del servicio de habitación, también se manejan ciertos métodos para determinar la tarifa del servicio de restaurante, pero como se puede observar en la gráfica en la mayoría de los hoteles pyme no hay servicio de restaurante, podemos ver que

siete de ellos no lo poseen, y los restantes de los once hoteles que prestan este servicio, es decir cuatro hoteles, asignan la tarifa por costo de la materia prima, para esto tienen el conocimiento de la cantidad y precio de cada uno de los ingredientes de los platos, al costo de la ración anterior se le puede agregar el costo del personal de cocina que ha intervenido directamente en su elaboración, siendo este el método más usado ya que hay otros como a través de una tarifa fija o según la temporada.

**27. ¿Revisa periódicamente la rotación de los platos del menú del restaurante, para evitar sobre costos de materias primas?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica

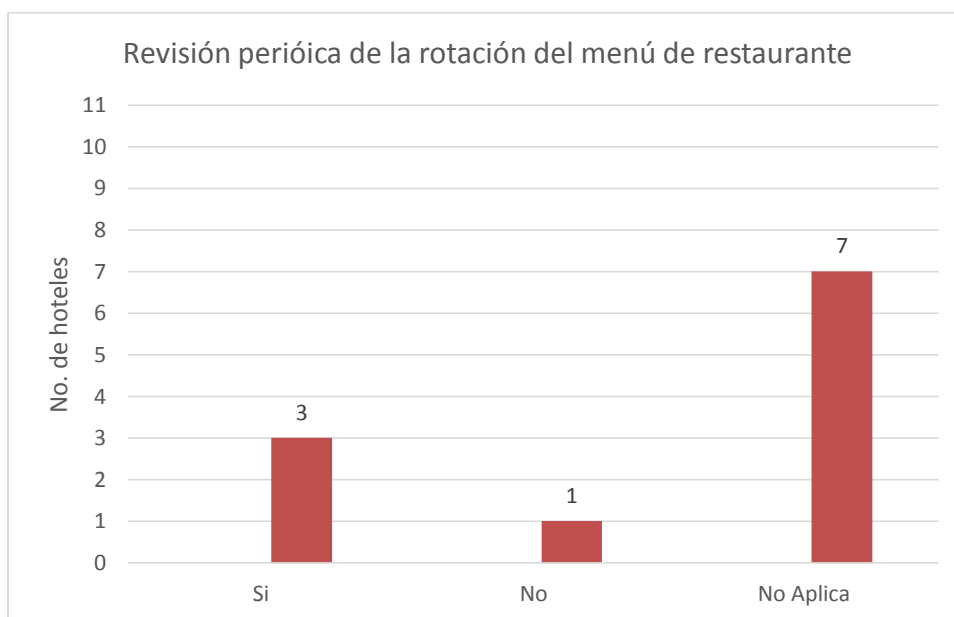


Figura 27. Revisión periódica de la rotación del menú de restaurante. Fuente: elaboración propia.

La revisión periódica de la rotación de los platos del menú del restaurante del hotel es clave para evitar sobre costos de materias primas por tanto en algunos hoteles es tenido en cuenta de manera que analizan y controlan el manejo de sus inventarios, para que esto les permita obtener

márgenes de beneficio que cubran sus gastos fijos y obtener la utilidad esperada y para encontrar las desviaciones en el uso de la materia prima, para mantener el costo de los alimentos; pero teniendo en cuenta que de los once hoteles, siete de ellos no poseen servicio de restaurante, para estos siete no aplica esta revisión, para los otros cuatro, tres de ellos realizan una revisión periódica del menú, consideran que debe estar planificada para las cantidades que se requieran durante el servicio y evitar el exceso de cantidades de cada uno de los ingredientes, tratando de encontrar el balance entre el punto óptimo de compra, capacidad de almacenamiento y utilización proyectada, puesto que el inventario en exceso si es perecedero se perdería y si no lo es se deteriora, así mismo tienen en cuenta las formas de preparación de cada uno de los productos que ofertan para complementar que el proceso de compra sea más eficiente ya que se pueden determinar las cantidades exactas del producto que se necesita y ajustar la producción, además de permitir una buena presentación de los platos al cliente del hotel.

**28. ¿Estaría dispuesto a recibir asesoría en materia financiera en el establecimiento hotelero?**

- a. Si
- b. No
- c. No Aplica



Figura 28. Disposición de los hoteles para recibir asesoría financiera. Fuente: elaboración propia.

A través de la entrevista realizada a cada uno de los hoteles se pudo evidenciar falencias a nivel financiero en los hoteles y en su mayoría mostraron gran interés y se encuentran dispuestos a recibir asesoría al respecto, tan solo uno de ellos no presenta interés, desconociéndose el motivo de su decisión.

**29. Si tiene alguna observación sobre requerimientos o necesidades de un tema específico, favor expresarla para propuesta en plan de asesoría.**

- a. Gestión de calidad
- b. Manejo contable
- c. Gestión financiera
- d. ninguna



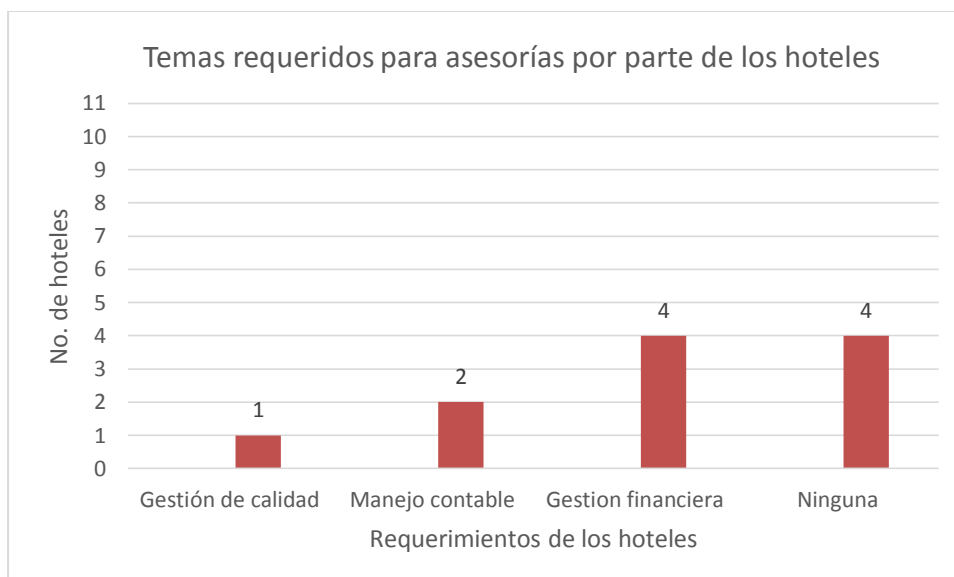


Figura 29. Temas requeridos para asesorías por parte de los hoteles. Fuente: elaboración propia.

Algunos de los hoteles entrevistados hicieron requerimientos sobre las necesidades que presentan en el hotel, en el caso de cuatro hoteles que se encuentran dispuestos a recibirla no hacen énfasis en un tema específico, pero otros cuatro de ellos manifestaron su interés sobre el tema financiero, la posibilidad de capacitación para atender mejor sus necesidades financieras, realizar la aplicación de indicadores que desconocen y que les permita tomar mejores decisiones, dos hoteles se interesaron por conocer acerca del manejo contable adecuado para la actividad que realizan y que les permita introducir o aplicar temas como el manejo de los costos y uno de los hoteles se preocupa por la gestión de calidad, por un mejoramiento en la atención a clientes, en la calidad y diversidad de los servicios que ofrece en general.

**HOTEL DON LOLO LTDA.**

NIT. 892002427 - 7

**BALANCE GENERAL**

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

(Expresado en miles de pesos)

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
CORRIENTE		OBLIGACIONES FINANCIERAS	180.345 \$
DISPONIBLE	61.427 \$	PROVEEDORES	36.484 \$
Caja	13.148 \$	CUENTAS POR PAGAR	63.990 \$
Bancos	46.456 \$	Costos y gastos por pagar	52.081 \$
Cuentas de ahorro	<u>1.823 \$</u>	Retención en la fuente	3.682 \$
INVERSIONES	80.856 \$	Retenciones y aportes de nómina	4.295 \$
Inversiones	<u>80.856 \$</u>	Acreedores	<u>3.932 \$</u>
DEUDORES	318.199 \$	IMPUESTOS, GRAVAMENES Y TASAS	60.647 \$
Clientes	71.736 \$	OBLIGACIONES LABORALES	53.584 \$
Cuentas corrientes comerciales	9.155 \$	ANTICIPOS Y AVANCES RECIBIDOS	<u>53.061 \$</u>
Cuentas por cobrar a socios y accionistas	182.582 \$	TOTAL PASIVO CORRIENTE	<u>448.111 \$</u>
Anticipos y avances	2.950 \$	TOTAL PASIVO	448.111 \$
Anticipos de impuestos	51.565 \$		
Cuentas por cobrar a trabajadores	<u>211 \$</u>		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	460.482 \$		
NO CORRIENTE		<b>PATRIMONIO</b>	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	2.448.711 \$	CAPITAL SOCIAL	80.000 \$
Propiedad, planta y equipo.	<u>2.448.711 \$</u>	RESERVAS	56.602 \$
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	<u>2.448.711 \$</u>	RESULTADOS DEL EJERCICIO	- 119.283 \$
		RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	1.223.976 \$
		SUPERÁVIT POR VALORIZACIONES	<u>1.219.787 \$</u>
		TOTAL PATRIMONIO	<u>2.461.082 \$</u>
TOTAL ACTIVO	<u><u>2.909.193 \$</u></u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u><u>2.909.193 \$</u></u>

## ANÁLISIS GRÁFICO HOTEL DON LOLO

## ACTIVO CORRIENTE Y ACTIVO NO CORRIENTE

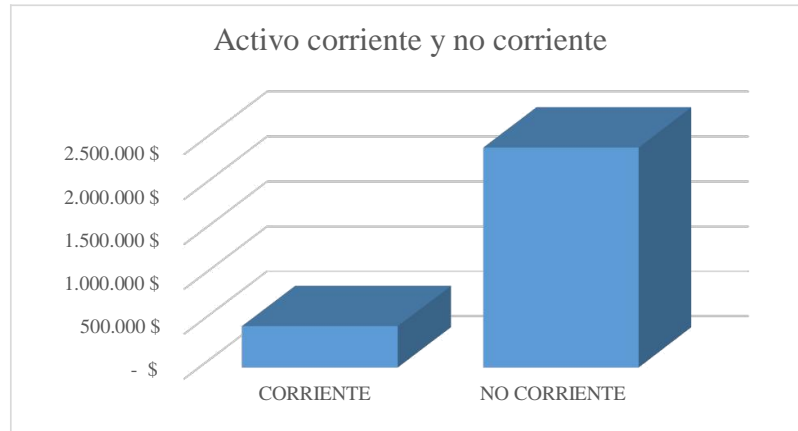


Figura 30. Activo corriente y activo no corriente.  
Fuente elaboración propia

## PASIVO Y PATRIMONIO

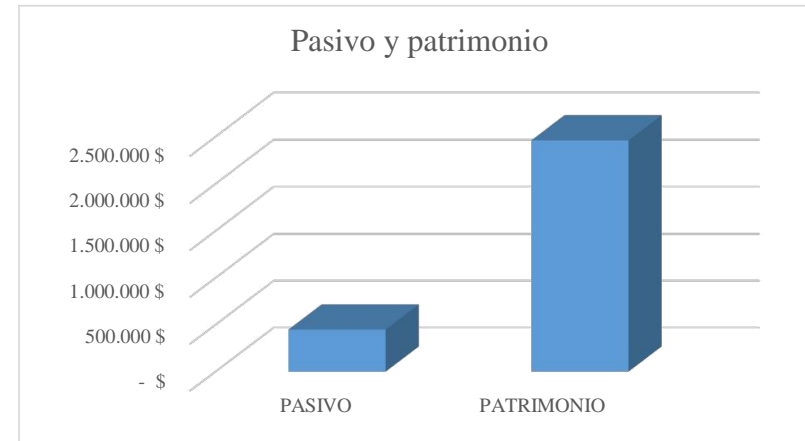


Figura 31. Pasivo y Patrimonio Fuente elaboración propia

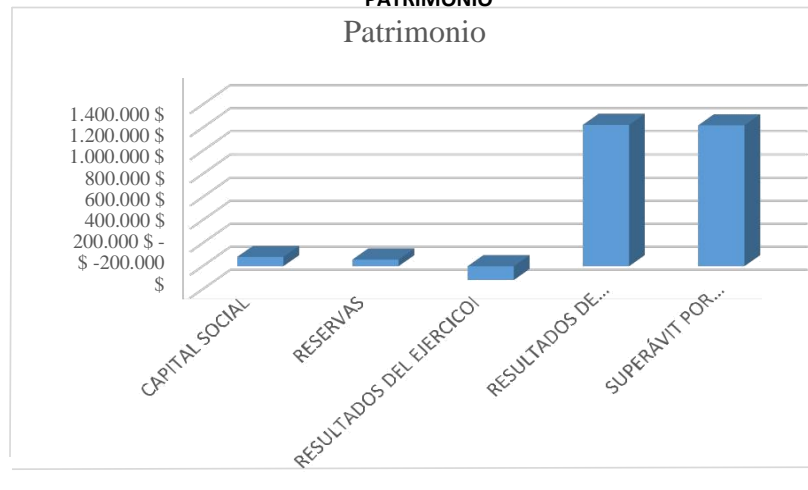
PATRIMONIO  
Patrimonio

Figura 32. Patrimonio Fuente: Elaboración propia

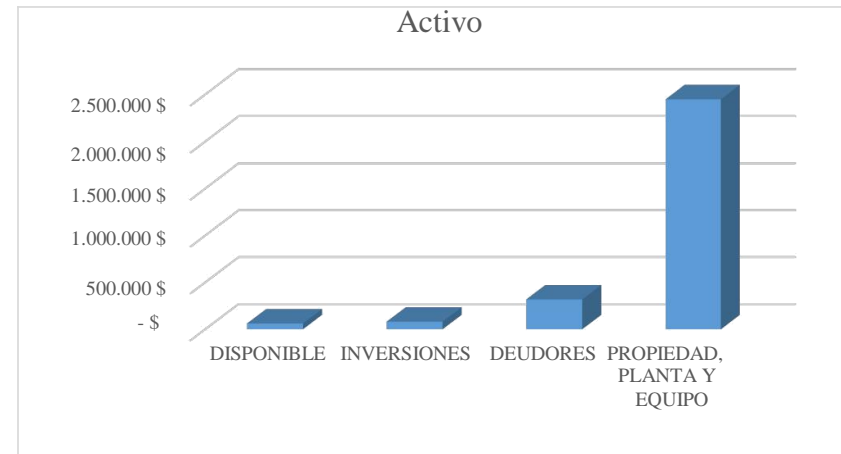
ACTIVO  
Activo

Figura 33. Activo Fuente: Elaboración propia

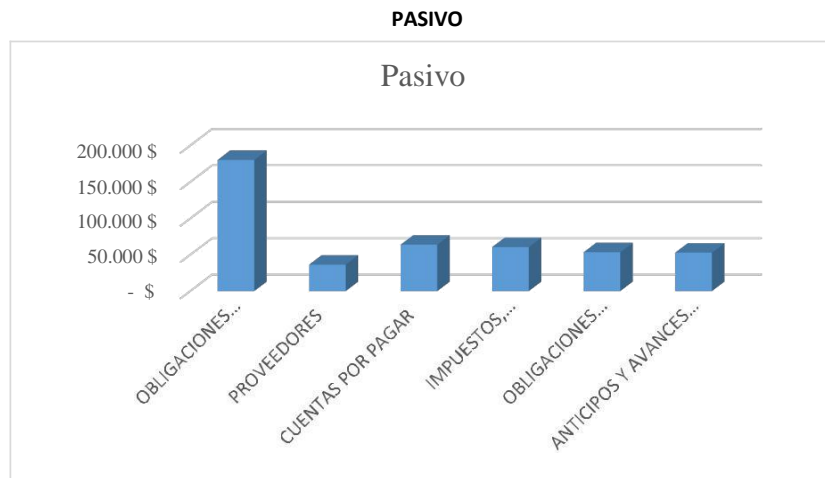


Figura 34. Pasivo

Fuente: Elaboración propia

## INDICADORES FINANCIEROS

## INDICADORES DE LIQUIDEZ

## RELACIÓN CORRIENTE

$$\text{RELACIÓN CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$1,03 = \frac{460.482 \$}{448.111 \$}$$

## INTERPRETACIÓN

Por cada \$1 de Pasivo Corriente, el HOTEL DON LOLO cuenta con \$1.03 de respaldo en el Activo Corriente.

## CAPITAL DE TRABAJO

$$\begin{array}{rcl} \text{CAPITAL DE TRABAJO} = & & \text{ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE} \\ 12.371 \$ & = & 460.482 \$ \quad 448.111 \$ \end{array}$$

### INTERPRETACIÓN

Si el HOTEL DON LOLO atendiera todos los pasivos corrientes, contaría con un capital de \$12.371.000 para atender las necesidades de la operación normal del negocio.

### PRUEBA ÁCIDA

PRUEBA ÁCIDA	ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS	PASIVO CORRIENTE
<b>1,03</b>	460.482 \$	- \$
		448.111 \$

### INTERPRETACIÓN

Dado que la empresa no registra inventarios, se deduce que la empresa cuenta con \$ 1.03 del Activo Corriente para atender cada \$ 1 del Pasivo Corriente.

## INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

### NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	TOTAL PASIVO
	TOTAL ACTIVO
<b>15%</b>	448.111 \$
	2.909.193 \$

### INTERPRETACIÓN

Los acreedores del HOTEL DON LOLO tienen una participación del 15% sobre los activos de la compañía.

**APALANCAMIENTO**

APALANCAMIENTO	<u>TOTAL PASIVO</u>
	<u>PATRIMONIO</u>
18%	448.111 \$
	<u>2.461.082 \$</u>

**INTERPRETACIÓN**

Los acreedores del HOTEL DON LOLO tienen una participación del 18% sobre el patrimonio de la compañía.

## INDICADORES DE RENTABILIDAD

**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	<u>UTILIDAD NETA</u>
	<u>PATRIMONIO</u>
-5%	- 119.283 \$
	<u>2.461.082 \$</u>

**INTERPRETACIÓN**

La rentabilidad del Patrimonio del HOTEL DON LOLO para el año 2015 fue del -5%

**MARGEN BRUTO**

MARGEN BRUTO	<u>UTILIDAD BRUTA</u> VENTAS NETAS
<b>84%</b>	<u>1.245.002 \$</u> 1.474.160 \$

**INTERPRETACIÓN**

Por cada peso vendido, el HOTEL DON LOLO generó una utilidad bruta del 84% durante el año 2015.

**GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS A VENTAS**

G. ADMIN Y VENTAS / VENTAS	<u>GASTOS DE ADMON Y VENTAS</u> VENTAS NETAS
<b>103%</b>	<u>1.516.281 \$</u> 1.474.160 \$

**INTERPRETACIÓN**

El HOTEL DON LOLO invirtió el 103% del valor de sus Ventas Netas en los Gastos de Administración y Ventas.

**MARGEN OPERACIONAL**

MARGEN OPERACIONAL	<u>UTILIDAD OPERACIONAL</u> VENTAS NETAS
<b>-18%</b>	<u>- 271.279 \$</u> 1.474.160 \$

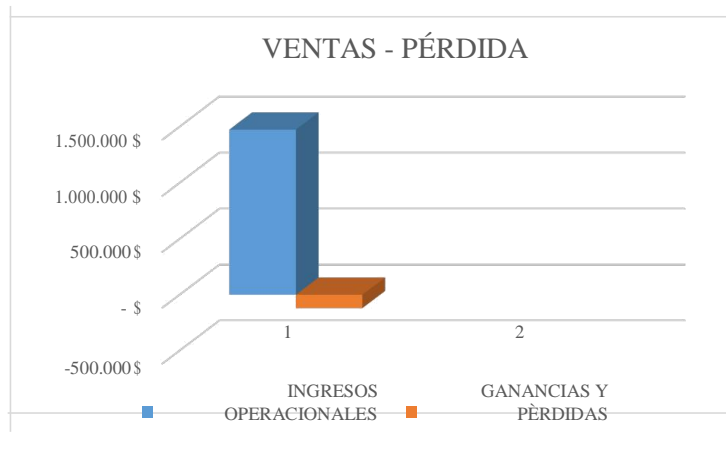
**INTERPRETACIÓN**

El margen de la utilidad operacional del HOTEL DON LOLO fue del -18% para el año 2015

**HOTEL DON LOLO LTDA.**  
**NIT. 892002427 - 7**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**  
(Expresado en miles de pesos)

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		1.474.160 \$
(-) COSTOS DE VENTAS Y DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS		229.158 \$
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>		1.245.002 \$
(-) GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN		1.352.791 \$
(-) GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS		163.490 \$
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	-	271.279 \$
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES		258.731 \$
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		53.722 \$
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	-	66.270 \$
(-) IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS		53.013 \$
<b>(=) GANANCIAS Y PÉRDIDAS</b>	-	119.283 \$





### **Comparativo de resultados encuesta propia con Estudio del DANE al Sector hotelero a nivel nacional**

Este comparativo pretendía mostrar que tan acertadas y pertinentes fueron las respuestas obtenidas a través de la encuesta elaboradora frente a la situación real del sector a nivel nacional, dicho comparativo fue realizado con los resultados estadísticos que obtiene el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE de una muestra de hoteles entre pequeñas y grandes empresas, que busca aterrizar el proceso de crecimiento y desarrollo de la hotelería con el paso de los años.

Para el caso específico se analizaron tres puntos importantes que tuvieron punto de comparación con el estudio realizado por el DANE, el primero fue el índice de ocupación que obtuvieron los hoteles anualmente teniendo en cuenta su tamaño proporcionado en número de habitaciones, el segundo punto fue la comparación de la rentabilidad que esperaban los empresarios frente a la variación porcentual en el incremento de los ingresos reales que obtuvieron los hoteles en el año 2015 y 2016 y el último punto busco comparar la forma como los hoteles determinaron la tarifa de habitación según su tipo o acomodación contra las variaciones que tuvieron las tarifas de habitación en el año 2015 y 2016 determinadas por el DANE.

Figura porcentaje ocupación según tamaño de los hoteles

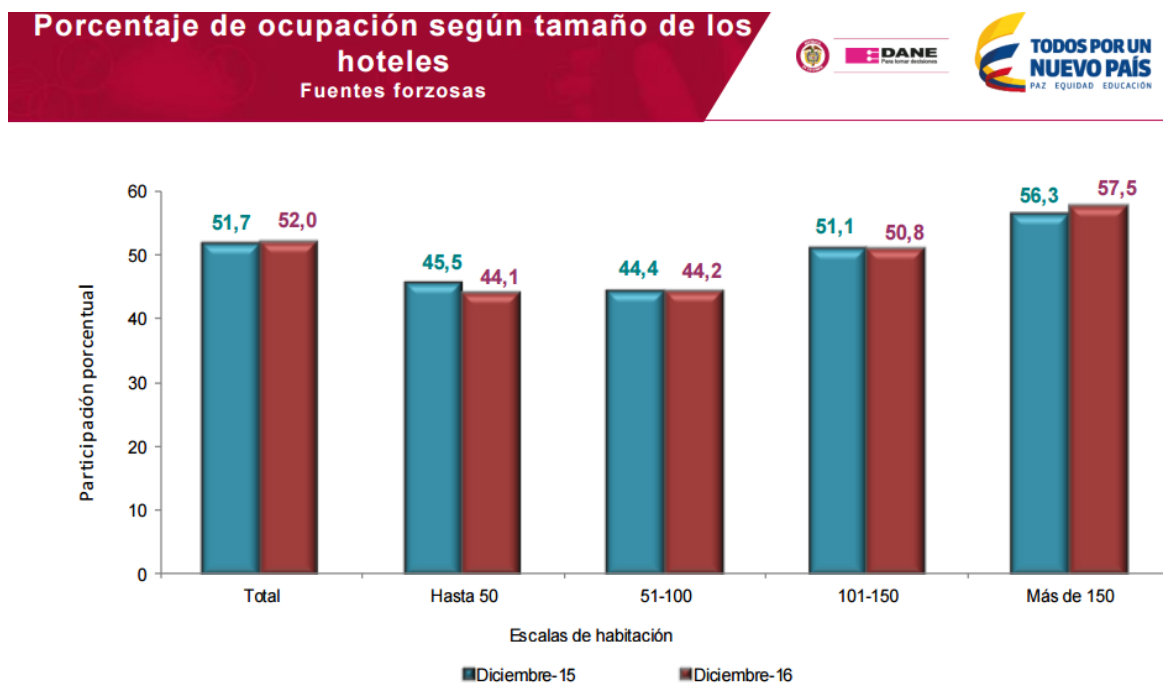


Figura 38. Porcentaje ocupación según tamaño de los hoteles

Fuente: DANE muestra mensual de hoteles

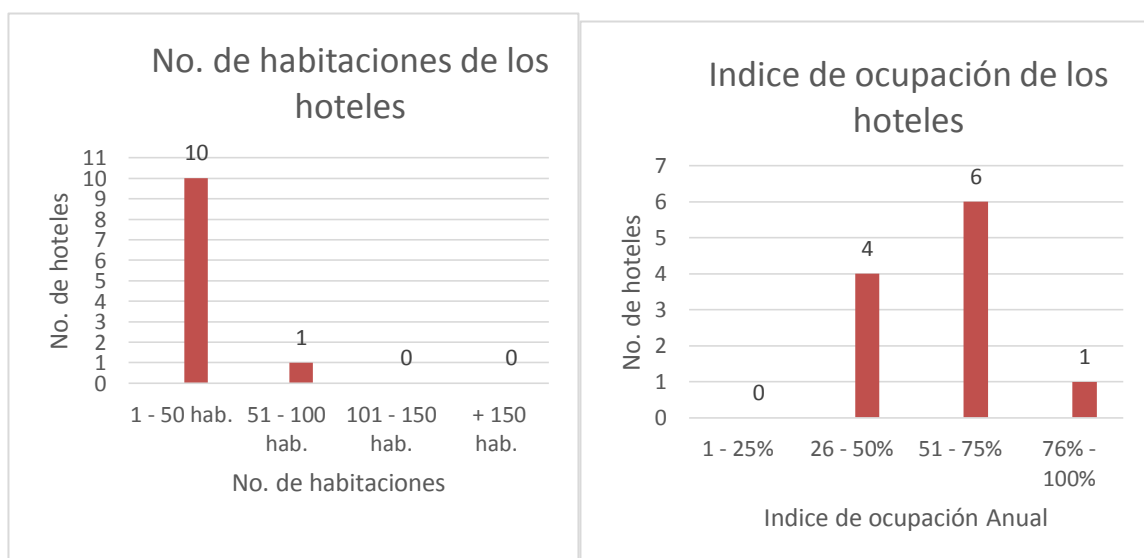


Figura 1.

Figura 2. Fuente: Elaboración propia

Como lo muestran las gráficas anteriores la mayoría de los hoteles entrevistados cuentan con una capacidad instalada de 1 a 50 habitaciones, más que suficientes para que estos puedan desarrollar su objeto social, pues como lo detallan los resultados obtenidos en la investigación, el índice de ocupación obtenido oscila entre el 30% y 75% anualmente; cifra que no se encuentra lejos de los resultados demostrados por el DANE ya que para los años 2015 y 2016 los porcentajes de ocupación según el tamaño de los hoteles se encontraba en un promedio de 44% índice anual.

Por lo tanto de acuerdo a la anterior introducción se puede inferir que los hoteles entrevistados ubicados en la ciudad de Villavicencio se encuentran en condiciones similares frente a los que se encuentran ubicados en otras regiones del país en cuanto a desarrollo económico se refiere, ya que todos sus ingresos se limitan a unas pocas estaciones del año que dan movimiento a su actividad económica, demostrando que este fenómeno hace parte de su curso normal de operaciones, pero que trae como consecuencia ingresos relativamente bajos para estas empresas, la cual los obliga a crear estrategias para poder mantener su continuidad y evolución en la economía nacional.



Figura 39. Tarifas por tipo de acomodación

Fuente: DANE muestra mensual de hoteles

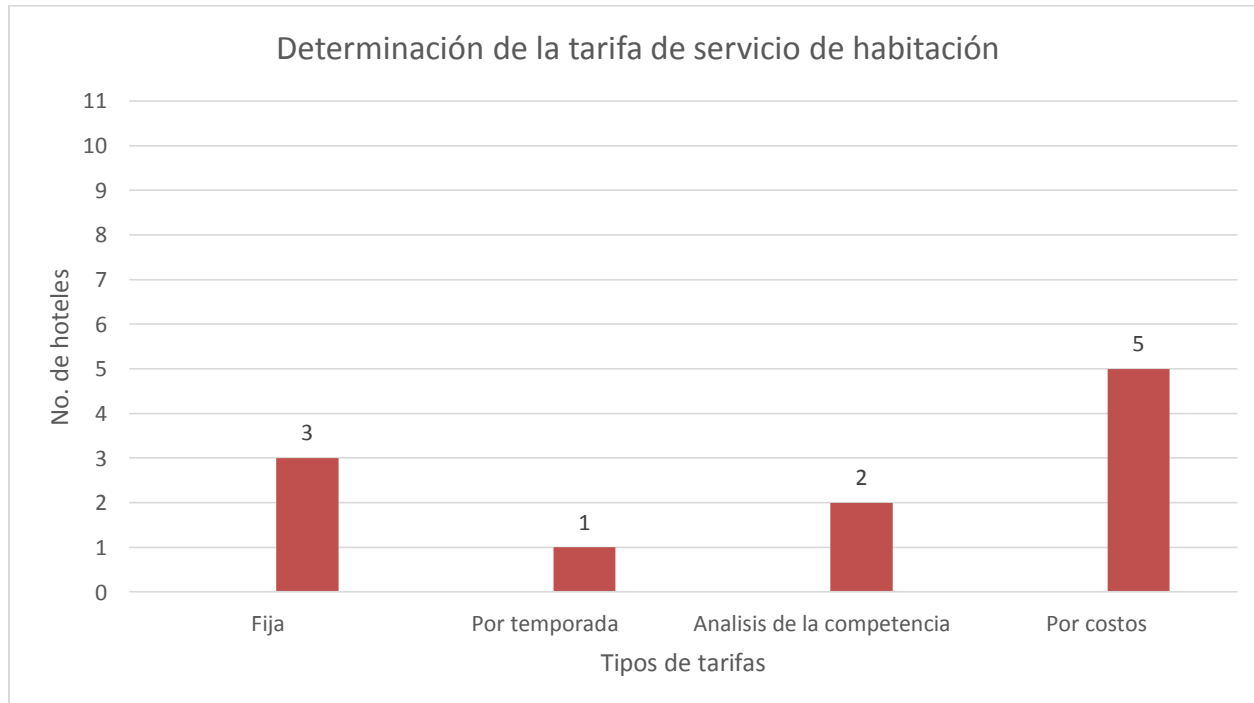


Figura 25.

Fuente: Elaboración propia

El punto de comparación que tenía que ver con la forma de como los hoteles entrevistados determinaban la tarifa del servicio de habitación comparado con el grafico que detalla las variaciones que presenta el valor del servicio de acuerdo al tipo de habitación en el transcurso del año presentado por el DANE, no pretendía determinar si la forma como los hoteles calculaban dicha tarifa era la correcta o que del tamaño de la habitación dependía su determinación, sino como otros aspectos son tenidos en cuenta a la hora de establecer dichas tarifas y por lo tanto demostrar como las decisiones de los dueños o empresarios hoteleros determinaba las variaciones en las tarifas del servicio no solo de periodo a periodo sino durante los meses del año.

Entonces analizando los puntos de vista por los cuales los empresarios hoteleros tienen una guía para tomar la decisión de mantener, aumentar o por el contrario disminuir la tarifa determinada a sus tipos de habitaciones depende principalmente de las temporadas que se presentan durante el año por lo que dichas variaciones obedecen a ciertos meses del año e igualmente dependiendo de la región en donde se encuentran ubicados estos hoteles según su contexto social y el manejo de su entorno dichas fluctuaciones serán mucho más marcadas.

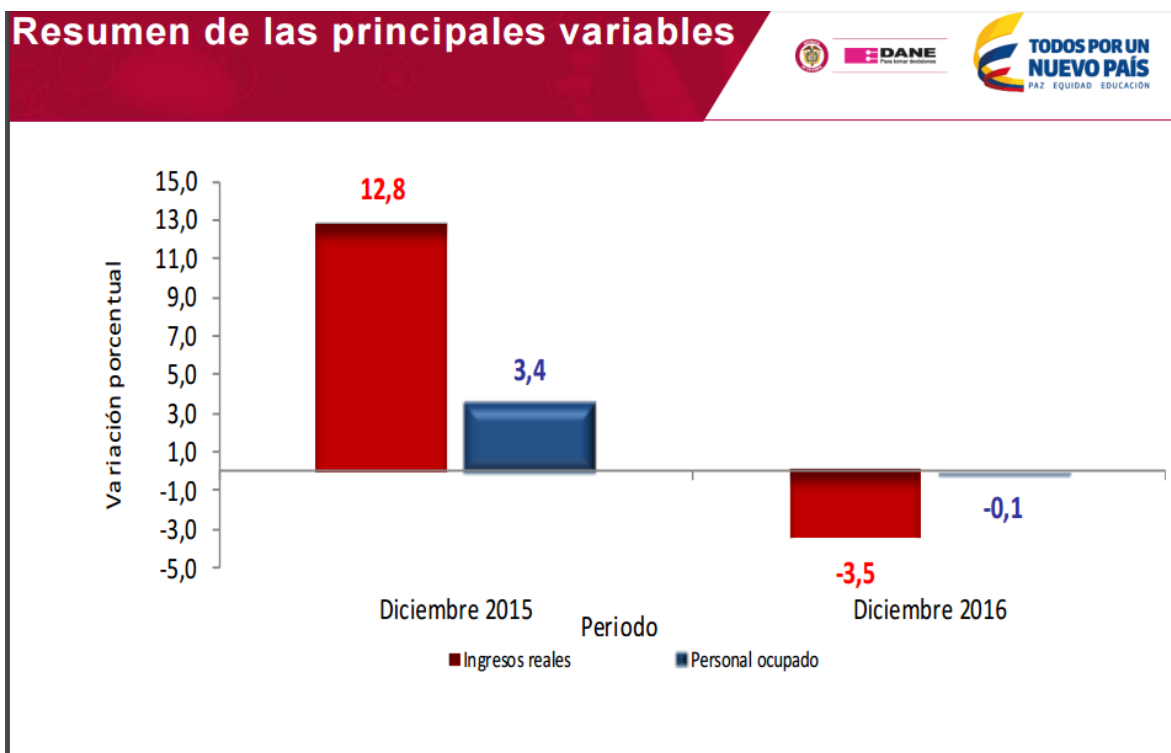


Figura 40. Resumen principales variables

Fuente: DANE muestra mensual de hoteles

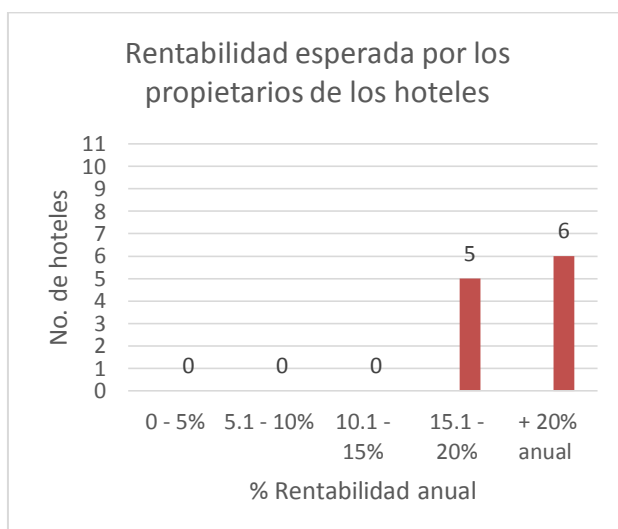


Figura 15.

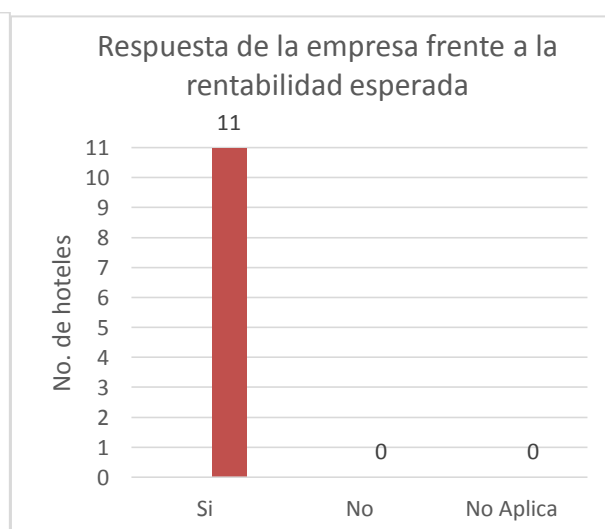


Figura 16.

Fuente: Elaboración propia

## 8. Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Para conocer cuál es el nivel óptimo de endeudamiento para una empresa hay algunos aspectos a tener en cuenta, si bien el más importante es el sector al que pertenece la empresa, sectores como la industria necesitan un mayor nivel de endeudamiento debido a los grandes proyectos que este maneja, en cambio el sector hotelero que maneja proyectos que no requieren una inversión inicial muy alta, por ejemplo en la construcción o adecuación de hoteles pequeños; se puede determinar que este sector de servicios no requiere tanta necesidad de financiación y cuentan con menores niveles de deuda; dicho nivel se ve reflejado en los resultados obtenidos de los hoteles encuestados que demuestran que estos no tienen una alta necesidad de endeudamiento.

Por otro lado el recaudo de cartera correspondiente a los hoteles entrevistados refleja la actuación oportuna que tienen estos frente a la gestión de cobro, que deben hacer a sus clientes dentro de los plazos establecidos y cumpliendo los términos y condiciones otorgados. La importancia de que la cartera sea favorable o desfavorable para el flujo de efectivo de la empresa no radica en el monto de esta, sino en su antigüedad; por tal motivo es importante que esta sea recuperada en los tiempos establecidos para evitar pérdidas por el no cobro de esta cartera.

El desarrollo de la actividad económica de los hoteles dentro del curso normal de sus operaciones genera la rentabilidad que los propietarios esperan, según los resultados obtenidos a pesar de que los hoteles no presentan un alto índice de ocupación durante el año, los ingresos que



tiene el hotel durante el periodo por un lado cubren las obligaciones del hotel y por otro cumplen con las expectativas de la rentabilidad que los socios esperan.

El desarrollo económico de los hoteles en Villavicencio tiene un crecimiento en conjunto con los del resto del país, lo cual se puede dar porque la región no es lo suficientemente competitiva para sobresalir sobre las otras o porque los hoteles a nivel nacional han apuntado únicamente a la demanda local y no a fortalecer el consumo por parte de personas extranjeras, que de ser así podría llevar a que el país sobresalga más en este servicio y genere un mayor valor agregado a la economía nacional y al PIB del país.

Como consecuencia el desarrollo económico en el país de esta industria aunque ha venido en crecimiento los últimos años, para el año 2016 los ingresos obtenidos por este concepto no tuvieron una variación positiva, por el contrario no generaron beneficio alguno para la economía nacional, por ende aunque la opinión subjetiva de algunos empresarios en cuanto a la satisfacción del cumplimiento de las utilidades esperadas sea la deseada, analizando el campo en todo el país se determina que falta mucho por lo que trabajar y construir para que esta industria genere no solo los resultados esperados sino los necesarios y justos.

También se puede concluir que la elaboración de presupuestos financieros por parte de los hoteles no es una de sus prioridades dentro del desarrollo de sus actividades, sin embargo este plan de acción dirigido a cumplir un fin previsto dentro de un tiempo determinado debería convertirse en una herramienta fundamental para el control financiero de la organización, fijar las

responsabilidades necesarias para su cumplimiento y debería convertirse en un instrumento útil para la toma de decisiones de estas empresas.

A pesar de la importancia que el costeo representa para las organizaciones, los hoteles aún no comprenden la relevancia y los beneficios que podrían generar la clasificación de los costos en categorías como fijos y variables, dicha clasificación ayuda a la gerencia a controlar los costos indirectos, a medir el ingreso, en la preparación de estados financieros y en la asociación de los gastos con los ingresos en el periodo apropiado, por lo tanto entre más rápido se inicie el proceso de clasificación de los costos en los que incurre el hotel para prestar sus servicios más practica será su información.

Para entender y diagnosticar situaciones económicas y financieras de las empresas, es necesario realizar un análisis económico y financiero a estas, por lo tanto los hoteles deben aplicar ciertos indicadores a sus estados financieros para determinar a través de un análisis y por medio de estos la situación económica de la empresa, teniendo en cuenta que los hoteles no ponen en práctica la aplicación de indicadores financieros en sus empresas, se hace necesario brindar una recomendación para que estos tomen conciencia de la importancia que el análisis financiero representa para determinar los puntos débiles y fuertes de la empresa, determinar la tendencia de algunas partidas contables, las desviaciones financieras que impidan el cumplimiento de los objetivos económicos y realizar un dictamen de la situación de la empresa.

## **Recomendaciones**

### **Economía y rentabilidad de los hoteles.**

Desarrollar productos hoteleros especializados que permitan la diferenciación y ofrecimiento de servicios que puedan adaptarse a las diferentes necesidades de los clientes, Sistema de gestión de costos, y de poner precio a la habitación.

### **Financiación a los hoteles**

Se recomienda que los hoteles tengan en cuenta algunos aspectos, antes de decidir tener un proveedor. Deben evaluarse comparando el uso del crédito contra el empleo del descuento por pronto pago, que por lo general se obtiene con las compras al contado. Por otro lado se debe considerar el costo de oportunidad que representa el otorgamiento de este crédito por parte del proveedor

Es importante que el hotel defina en qué se va a utilizar (capital de trabajo, remodelación, adquisición de inmuebles, crecimiento) pues de ello depende el tipo de préstamo que se debe buscar.

Se sugiere cotizar las tasas de interés de los bancos, ya que éstas varían diariamente. Consultar además acerca de otros gastos asociados al producto o servicio financiero.

## **Análisis financiero**

La importancia de la información financiera para llevar a cabo los procesos de identificación y selección de acciones adecuadas para la solución de problemas específicos. La toma de decisiones basadas en la información es pues una actividad fundamental en las empresas actuales; puede decirse que es la base para la supervivencia y buen funcionamiento de las mismas, por lo tanto es esencial el manejo de información real, oportuna y confiable de la situación financiera del hotel.

Aplicación de indicadores financieros como herramientas para el análisis de la información financiera del hotel, ya que estos son un instrumento básico de las prácticas directivas para el control y evolución de las estrategias en cada una de las áreas funcionales de las empresas, que permiten identificar desde las diferentes razones financieras la situación financiera en la que se encuentra el hotel.

## **Innovación y Tecnología**

La visión del dinero plástico es reemplazar los cheques y el efectivo, convirtiéndose así en el principal sistema de pago global del consumidor. En una venta con tarjeta de crédito el hotel tiene la seguridad de que dicha operación está respaldada por un cupo de crédito otorgado por un banco emisor quien asume el riesgo y los costos de no pago, adicionalmente reduce los riesgos

de pérdida de cartera. Desarrollar aplicaciones móviles que permiten a los usuarios hacer reservaciones para el mismo día de la estadía.

Si bien las páginas web siguen siendo un medio eficaz para que los usuarios realicen sus reservaciones, las aplicaciones móviles están tomando un lugar importante en el sector, pues le brindan la posibilidad a las cadenas de aumentar el número de huéspedes y le permiten a los clientes y prospectos acceder a información desde donde quiera que se encuentren.

Para futuras investigaciones en el sector se recomienda abarcar temas específicos del área financiera de los hoteles debido a que se considera una falencia importante en el sector y un punto de ayuda para profesionales encargados del área, por ejemplo la investigación sobre la relevancia y el grado de participación que tiene un profesional del área contable y financiera para la toma de decisiones de los empresarios hoteleros, determinar qué papel juega este personaje en la planificación y control financiero y hasta qué punto su participación puede promover un sistema financiero óptimo y sano para la compañía.

E igualmente se puede investigar sobre la educación financiera que han recibido estos empresarios dueños o gerentes de los hoteles donde dependiendo de los resultados obtenidos se puedan generar estrategias y recomendaciones que ayuden a mitigar o eliminar las falencias presentadas y así favorecer el desempeño financiero de los hoteles en la economía local y nacional.

## Referencias

- Amat Salas, J. (10 de Septiembre de 1995). La contabilidad de gestion a través de los indicadores de control. *Diario Cinco días*.
- Azofra, V., & Fernandez, A. (1992). Evolución reciente de la moderna Teoría Financiera. España.
- Bancoldex. (2016). *¿Que es Pyme?* Recuperado de: <https://www.bancoldex.com/Sobre-pymes/Que-es-Pyme.aspx>.
- Bautista, C. M., Mora, M. K., & Losada, L. M. (2013). *Diagnóstico financiero Almacén Estrellita*. Neiva: Universidad EAN.
- Bazán Bedregal, M. (s.f.). *Universidad Auntonoma San Francisco*. Obtenido de [www.uasf.edu.pe/includes/archivos\\_pre/20151/47225.docx](http://www.uasf.edu.pe/includes/archivos_pre/20151/47225.docx)
- Cotelco Nacional. (2016). *Cotelco Nacional*. Recuperado de: <http://www.cotelco.org/nosotros/>.
- Definiciones. (2009). Obtenido de Recuperado de: <http://definicion.de/hotel/>
- Enciclopedia Financiera. (2016). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de Recuperado de: <http://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-financieros.htm>
- Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva. (2010). Breve Historia de la Industria Hotelera.
- Ferrer, M., & Gamboa, T. (2003). *Propuesta para el control de gestion hotelera*. Maracaibo: Universidad de Zulia.
- Flórez, L. S. (2008). *Evolución de la teoría Financiera en el Siglo XX*. Medellín: Ecos de Economía.
- Fontalvo Herrera, T., Morelos Gómez, J., & De La Hoz Granadillo, E. (20 de Octubre de 2012). Aplicación de análisis discriminante para evaluar el comportamiento de los indicadores financieros en las empresas del sector carbón en Colombia. Cali, Colombia.
- León, O. (2009). Administración Financiera - Fundamentos y aplicaciones.
- Medina, H. (2013). *Indicadores financieros y su interpretación*. Recuperado de: <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/mendezm/analisis%20I/IndicadoresFinancieros.pdf>
- Moreno, M. (1981). *Algunos aspectos históricos de la hotelería en Colombia*. Bogotá.
- Ortega Castro, A. (28 de Enero de 2009). *Finanzas*. Obtenido de <http://articulosfinanzas.blogspot.com.co/2009/01/finanzas.html>
- Ortiz, H. (2003). *Análisis financiero aplicado*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Parada Daza, J. R. (2005). Enfoque teórico de Finanzas y su influencia en la revista "Economía y administración". *Economía y administración*.
- Rodriguez Cauqueva, J. (Mayo de 2007). *Cauqueva*. Obtenido de <http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%C3%ADa-de-diagn%C3%B3stico.pdf>
- Romero, R. D. (01 de Abril de 2016). Turismo la ruta ideal para enfrentar la crisis económica. *El Tiempo*.
- RUES. (2016). *Registro Único Empresarial y Social - Cámaras de Comercio*. Obtenido de Recuperado de: [http://www.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas](http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas)

- Sánchez, J., Torres, M. D., & Vargas, N. (2009). Normativismo y positivismo en contabilidad: propuesta de un acuerdo a una tensión histórica. *Revista virtual de estudiantes de Contaduría Pública*, 25-32.
- Tovar, E. (2015). En doce años Colombia se desatraso en hoteleria . *Portafolio*.
- Vásquez, X., Guerra, A., & Ahmed, I. (2008). Aplicación de métodos multivariados: una respuesta a las limitaciones de los ratios financieros. *Revista de la Universidad de Granma*, 44-58.