



universidad
del león
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Turismo
Curso 2020/2021

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE
EMPRESAS HOTELERAS EN LA
PROVINCIA DE LEÓN CON DISTINTOS
MODELOS DE NEGOCIO

ECONOMIC-FINANCIAL ANALYSIS OF
HOTELS IN THE PROVINCE OF LEÓN
WITH DIFFERENT BUSINESS MODELS

Realizado por la Alumna Dña. Andrea García Aller

Tutelado por el Profesor D. José Miguel Fernández Fernández

León, julio de 2021

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA:

Tribunal

Póster

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 6 |
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 8 |
| 2. OBJETIVOS | 10 |
| 2.1. OBJETIVO PRINCIPAL..... | 10 |
| 2.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS | 10 |
| 3. METODOLOGÍA..... | 11 |
| 4. EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS | 12 |
| 4.1. DEFINICIÓN DE TURISMO..... | 12 |
| 4.2. EL TURISMO MUNDIAL | 12 |
| 4.3. EL TURISMO EN ESPAÑA | 14 |
| 4.4. EL TURISMO EN CIFRAS..... | 17 |
| 4.4.1. Indicadores a nivel mundial | 17 |
| 4.4.2. Indicadores a nivel estatal..... | 18 |
| 4.5. EL TURISMO TRAS EL COVID-19..... | 20 |
| 5. HISTORIA DE LAS EMPRESAS OBJETO DEL ANÁLISIS..... | 21 |
| 5.1. SOCIEDAD HOTEL GAUDÍ S.L | 21 |
| 5.2. SOCIEDAD HOTEL CIUDAD DE LEÓN S.L. (HOTEL EXE LEÓN) | 22 |
| 6. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO Y COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS DE AMBOS HOTELES | 24 |
| 6.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA | 24 |
| 6.1.1. Análisis vertical o estático de la estructura financiera..... | 24 |
| 6.1.2. Análisis horizontal o dinámico de la estructura financiera..... | 27 |
| 6.1.3. Liquidez a corto plazo..... | 28 |
| 6.1.4. Solvencia a largo plazo | 32 |
| 6.2. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA..... | 37 |
| 6.2.1. Análisis vertical o estático de la estructura económica | 37 |

| | |
|---|----|
| 6.2.2. Análisis horizontal o dinámico de la estructura económica..... | 38 |
| 6.2.3. Rentabilidad económica..... | 39 |
| 6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS | 41 |
| 6.3.1. Análisis vertical o estático de los resultados..... | 41 |
| 6.3.2. Análisis horizontal o dinámico de los resultados..... | 43 |
| 6.3.3. Estudio de la rentabilidad del personal | 44 |
| 7. CONCLUSIONES | 46 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA..... | 48 |
| ANEXOS | 50 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 4.1.- Evolución de la aportación del turismo al PIB mundial | 18 |
| Gráfico 4.2.- Evolución de la aportación del turismo al empleo mundial..... | 18 |
| Gráfico 4.3.- Evolución de la aportación del turismo al PIB en España..... | 19 |
| Gráfico 4.4.- Evolución de la aportación del turismo al empleo en España..... | 19 |
| Gráfico 6.1.- Porcentajes Verticales del Análisis Financiero..... | 25 |
| Gráfico 6.2.- Ratio de solvencia o de circulante..... | 28 |
| Gráfico 6.3.- Ratio de liquidez o prueba ácida | 29 |
| Gráfico 6.4.- Ratio de tesorería | 30 |
| Gráfico 6.5.- Fondo de maniobra | 31 |
| Gráfico 6.6.- Ratio de Garantía | 33 |
| Gráfico 6.7.- Ratio de autonomía financiera | 34 |
| Gráfico 6.8.- Endeudamiento a corto plazo | 34 |
| Gráfico 6.9.- Endeudamiento a largo plazo | 35 |
| Gráfico 6.10.- Endeudamiento total | 35 |
| Gráfico 6.11.- Ratios de capitalización | 36 |
| Gráfico 6.12.- Rentabilidad de los Recursos Propios o Rentabilidad Financiera..... | 38 |
| Gráfico 6.13.- Rentabilidad económica..... | 40 |
| Gráfico 6.14.- Margen de beneficio antes de gastos financieros e impuestos | 40 |
| Gráfico 6.15.- Rotación de los activos | 41 |
| Gráfico 6.16.- Porcentajes verticales de la Cuenta de Resultados..... | 42 |
| Gráfico 6.17.- Gastos de personal por empleado..... | 45 |
| Gráfico 6.18.- Importe de la cifra de negocios por empleado | 45 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 6.1.- Porcentajes Verticales del Análisis Financiero | 25 |
| Tabla 6.2.- Porcentajes Horizontales del Análisis Financiero..... | 27 |
| Tabla 6.3.- Ratios de Liquidez a corto plazo y fondo de maniobra..... | 28 |
| Tabla 6.4.- Ratios de solvencia a largo plazo | 32 |
| Tabla 6.5.- Porcentajes verticales del análisis económico | 37 |
| Tabla 6.6.- Porcentajes horizontales del análisis económico | 38 |
| Tabla 6.7.- Rentabilidad económica..... | 40 |
| Tabla 6.8.- Porcentajes Verticales de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias | 42 |
| Tabla 6.9.- Porcentajes Horizontales de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias..... | 43 |
| Tabla 6.10. Ratios de rentabilidad del personal | 44 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|------------------------------------|----|
| Figura 6.1.- Quiebra técnica | 32 |
|------------------------------------|----|

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | |
|---|----|
| Imagen 5.1.- Fachada del Hotel Gaudí por la noche | 21 |
| Imagen 5.2.- Habitación doble del Hotel Gaudí..... | 22 |
| Imagen 5.3.- Fachada del Hotel Exe León | 23 |
| Imagen 5.4.- Habitación del Hotel Exe León | 23 |

RESUMEN

En el sector turístico, uno de los más importantes por sus cuantiosas aportaciones al PIB y al empleo tanto de la economía española como de la mundial, los negocios han de tener muy presente la importancia de llevar a cabo periódicamente los correspondientes análisis económico-financieros, puesto que es una tarea esencial para su supervivencia.

Así pues, con el fin de demostrar esta importancia, se han escogido dos empresas hoteleras situadas en la provincia de León con una característica diferenciadora importante: sus modelos de negocio. La primera, el Hotel Gaudí S.L. es un negocio familiar situado en Astorga. La segunda sociedad es el Hotel Ciudad de León S.L. (Hotel Exe León), situado en la capital leonesa y perteneciente al grupo HOTUSA (Hoteles Turísticos Unidos S.A.), que cuenta con más de 200 hoteles en la actualidad.

Utilizando las cuentas anuales de dichas sociedades de los últimos cinco ejercicios disponibles en el registro mercantil de León, se ha llevado a cabo el análisis económico-financiero comparativo de ambas con el fin de determinar las ventajas y desventajas de cada uno de los modelos de negocio y, si fuera posible, qué modelo resulta más beneficioso para este tipo de empresa.

SUMMARY

In the touristic sector, one of the important due to its contributions to GDP and employment both from Spanish and World economy, businesses must be aware of the importance of carrying out periodically a correct economic-financial analysis, as it is an essential duty for their survival.

That is why, in order to demonstrate this importance, two hotel companies located in the province of León have been chosen with an important difference: their business models. The first one is Hotel Gaudí S.L., a small family business located in Astorga. The second one is Hotel Ciudad de León S.L. (Hotel Exe León) which is in León and is part of a bigger group of hotels called HOTUSA (Hoteles Turísticos Unidos S.A.), which owns more than 200 hotels nowadays.

Using their annual accounts of the last five accounting years available in the Mercantile Register of León, the comparative economic-financial analysis of both companies has

been carried out with the purpose of determining advantages and disadvantages of each business model and, if possible, which model is the most profitable for this kind of businesses.

PALABRAS CLAVE

Sector turístico, hotel, análisis económico-financiero, liquidez, solvencia, rentabilidad.

KEY WORDS

Touristic sector, hotel, economic-financial analysis, liquidity, solvency, profitability.

1. INTRODUCCIÓN

¿Es el sector turístico relevante para la economía? Por supuesto que sí, como así lo demuestran las cifras, siendo este uno de los sectores económicos con mayor importancia, tanto para la economía española como para la economía mundial. Esto se refleja en sus aportaciones al PIB y al empleo, llegando a los 2,8 billones de dólares estadounidenses del PIB mundial en 2019. Además, cuenta con una tendencia altamente creciente, con ratios de crecimiento incluso superiores a los de la economía en su conjunto.

Dentro de las propias empresas turísticas podemos encontrar numerosos departamentos, que han de trabajar mano a mano para el correcto desarrollo de sus actividades, como son el departamento de Recursos Humanos, el departamento de Marketing o el de Operaciones. Pero, gracias a las asignaturas impartidas en el Grado en Turismo en relación con la contabilidad de empresas turísticas¹, he podido comprobar que todos los negocios, sin importar su tamaño o el sector al que pertenezcan, deben contar con un departamento u empresa externa que lleve a cabo periódicamente un riguroso análisis económico y financiero de su estructura con el fin de encontrar posibles errores de gestión y así poder darles una solución adecuada a tiempo. De ello dependen factores como la rentabilidad de la empresa, tanto desde un punto de vista económico como financiero, el importe de la cifra de negocios o incluso la propia supervivencia de la empresa en el tiempo.

Con el fin de poner de manifiesto la importancia del análisis económico-financiero, he escogido dos empresas turísticas, más concretamente del sector hotelero, recogido en el epígrafe 5510. *Hoteles y alojamientos similares* del CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas).

Las empresas hoteleras elegidas para el análisis se encuentran situadas en la provincia de León con el fin de exaltar la capacidad de la zona para potenciar aún más su atractivo turístico, por su alto valor cultural y natural. Y, ya que considero que todos los profesionales del sector debemos comenzar a caminar en esa dirección de mejora de nuestro sector turístico local, he decidido dar un primer paso analizando nuestras empresas con el fin de conocer más a fondo su conocimiento y optimizar su actividad económica.

¹ Introducción a la Contabilidad en el primer curso, Contabilidad de Empresas Turísticas I y II en segundo y cuarto (mención de gestión de empresas turísticas), respectivamente.

A pesar de compartir ambas sociedades numerosas similitudes como pueden ser el sector de actividad o su ubicación geográfica, lo interesante del análisis es la principal característica diferenciadora entre ellas: sus modelos de gestión.

La primera sociedad, ubicada en la villa monumental de Astorga, es el Hotel Gaudí S.L., con un modelo de negocio familiar, que cuenta con un único socio y no pertenece a ningún grupo de empresas.

Por otro lado, la segunda empresa a estudiar es el Hotel Ciudad de León S.L., situado en la capital de nuestra provincia. Por su parte, este establecimiento sí que pertenece a un grupo de hoteles de mayor tamaño, el grupo HOTUSA (Hoteles Turísticos Unidos S.A.), una alianza de hoteles nacida en 1977 en Barcelona que cuenta actualmente con una cartera de más de 200 hoteles, de los cuales más de 100 están integrados en la cadena Eurostars Hotels y más de 70 en la cadena Exe Hotels, cadena a la que pertenece esta sociedad bajo el nombre de Hotel Exe León.

Es por ello, por lo que hemos aprovechado esta característica diferenciadora para realizar el análisis económico-financiero para responder algunas de las siguientes cuestiones: ¿es un modelo mejor que otro? ¿Desde un punto de vista de la rentabilidad, qué modelo logra mejores resultados? Aprovecharemos las siguientes páginas para tratar de arrojar luz sobre estas cuestiones.

2. OBJETIVOS

Podemos encontrar un objetivo principal y cuatro objetivos secundarios derivados del primero, los cuales se detallan a continuación.

2.1. OBJETIVO PRINCIPAL

El principal objetivo es la realización del análisis económico y financiero de dos empresas pertenecientes al sector hotelero local con distintos modelos de negocio con el fin de determinar las ventajas de cada uno de ellos. Este objetivo se persigue mediante el exhaustivo análisis económico y financiero llevado a cabo a lo largo del apartado 6 del trabajo, así como de las conclusiones obtenidas derivadas del mismo, que se encuentran expuestas en el punto 7.

2.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS

En cuanto a los objetivos secundarios, son los perseguidos durante los apartados introductorios, y se dividen principalmente en los siguientes.

Por un lado, se desea conocer la estructura económica y financiera de un hotel mediante el estudio de sus Cuentas Anuales, detallada en la información tabulada en los Anexo.

Por otro lado, se pretende llevar a cabo el estudio de la evolución del turismo a lo largo de la historia, la cual se encuentra desarrollada en el apartado primero del capítulo número cuatro.

Además, quiero destacar la importancia que supone el sector para la economía, tanto a nivel mundial como a nivel estatal, información expuesta en los apartados 4.3. y 4.4. del presente trabajo.

Por último, a partir del objetivo principal -el análisis de dos empresas hoteleras en la provincia de León-, se va a tratar de conocer un poco mejor la estructura del turismo local leones, tal y como se detalla en el punto 5.

3. METODOLOGÍA

Para la correcta realización del análisis del que trata el presente trabajo se han utilizado diversas fuentes, extraídas tanto de medios online como páginas web o diarios digitales, así como de medios físicos, como los manuales más utilizados en el ámbito del análisis económico-financiero o revistas

La principal de todas ellas, y la que ha posibilitado el estudio de las sociedades, ha sido la obtención de las Cuenta Anuales de los últimos cinco ejercicios disponibles en el Registro Mercantil de León para ambos establecimientos hoteleros. Hemos tenido acceso al Balance de Situación, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y la Memoria de los ejercicios 2015/ 2019.

Para conocer la historia y cifras representativas del turismo mundial y estatal, se ha extraído información de la obra de Moreno Garrido “*Historia del turismo en España en el siglo XX*” (2007), siendo esta complementada con información de numerosas fuentes online.

Por último, es importante destacar los siguientes aspectos a tener en cuenta antes de meternos de lleno en el cuerpo del análisis:

- Hay que aclarar que, debido a la situación irregular en la que se encuentran ambas sociedades en la mayoría de los años que componen el horizonte temporal del estudio, con un patrimonio neto negativo derivado de la acumulación de resultados negativos de ejercicios anteriores, se ha optado por omitir el estudio de la rentabilidad financiera y el apalancamiento, por su escasa significación y por la falta de interés de los datos que nos aporta debido al hecho señalado anteriormente.
- Es importante tener en cuenta a la hora de interpretar la información contable de la sociedad Hotel Ciudad de León S.L. que, al pertenecer a un grupo de numerosas empresas, esta información podría verse distorsionada por una práctica habitual entre estas alianzas empresariales. Dicha distorsión consiste en realizar operaciones entre las distintas sociedades que integran el grupo, a conveniencia de los intereses privados del grupo o negocio en particular, con el fin de modificar deliberadamente el resultado declarado en cada entidad individualmente.

4. EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

4.1. DEFINICIÓN DE TURISMO

El turismo, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) puede considerarse como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.” (Organización Mundial del Turismo, s. f.).

Esta definición nos indica pues, que el turismo no es solo una actividad económica que aporta un importante beneficio a la economía y al empleo de los países, sino que también se trata de un fenómeno social que evoluciona y avanza a la par que lo hacen las sociedades. Por ello, el turismo ha ido cobrando una importancia creciente en las últimas décadas.

4.2. EL TURISMO MUNDIAL

Aunque existen pruebas de que los viajes por placer se comenzaron a llevar a cabo en la Antigüedad, lo cierto es que no se utilizó el término concreto de turismo para definir estas actividades, hasta que no explotó como fenómeno de masas alrededor de 1945.

Si bien no existen unas etapas claras y definidas para el desarrollo del turismo a lo largo de la historia, o al menos no una única clasificación por etapas del mismo, este se puede estudiar de manera razonable analizando los distintos tipos de viajes que han ido surgiendo en las distintas sociedades a lo largo de la historia para la cobertura de sus necesidades y exigencias, desde nuestros antepasados primates, hasta nuestras sociedades actuales. En este sentido, se pueden distinguir las siguientes categorías de viajes:

- **Viajes de exploración:** Fueron los primeros en surgir, ya que provienen de las motivaciones, existentes en nuestros antepasados los primates, de dejar sus territorios en busca de nuevos lugares con el fin de habitarlos, probablemente por la necesidad de encontrar nuevos recursos, o bien por la de huir de enemigos invasores de sus territorios iniciales, o simplemente por curiosidad unida al prestigio y el reconocimiento social.

- **Viajes obligatorios:** Surgen por la necesidad de encontrar nuevos mercados en los que comprar y vender distintos productos creando rutas como la de la seda o la del ámbar. También la guerra, el servicio militar o bien la emigración o el exilio, son motivaciones que quedarían englobados dentro de este apartado de viajes. A pesar de tratarse de una movilidad obligada, no deja de producirse y experimentarse ese viaje a un lugar distinto al de residencia habitual.
- **Viajes de peregrinación:** También surgen en la Antigüedad, estando motivados por razones religiosas tales como visitar lugares sagrados, participar en celebraciones religiosas, visitar tumbas de héroes y personajes importantes, lugares donde se celebraron batallas y otros hechos señalados, etc...
- **Viajes de élites (turismo de élites):** Esta categoría ha sido utilizada principalmente por destacados personajes del poder político, social o económico de diferentes épocas de la historia, casi siempre con fines de salud, de descanso o de visita a lugares placenteros, como balnearios o termas. Este fenómeno del veraneo de las élites cuenta con raíces muy antiguas, ya presentes en los pueblos egipcios y romanos y con manifestaciones de ello también en la Edad Media como el vagabundeo de los estudiantes medievales; el Grand Tour² que tan famoso fue en los siglos XVII y XVIII o cualquier otro viaje de educación y aprendizaje. Como podemos observar, este tipo de turismo no era más que un objeto de clases, disponible solo para unos pocos elegidos y visto como un lujo.
- **Viajes organizados:** con el famoso Thomas Cook como principal impulsor, surgen las agencias de viajes en Inglaterra en 1841, dándole un giro importante al fenómeno turístico lanzando excursiones de grandes grupos de personas por Europa, América...etc.
- **Turismo de masas:** Esta tipología surge por el “desbloqueo” del viaje por placer para la gran mayoría de la sociedad, la clase media, que pasan a disponer de suficientes ingresos y tiempo de ocio para poder llevarlo a cabo. El turismo dejó de ser solo para unos pocos y pasó a estar disponible para una gran parte de la sociedad. La

² El *Grand Tour* surge como un viaje obligatorio para los jóvenes de la burguesía británica, propuesto como una experiencia vinculada a su formación académica con el fin de conocer las realidades políticas, sociales y económicas del mundo para aumentar así su campo de visión y adquirir un bagaje cultural fundamental para su desarrollo personal y profesional (López Martínez, 2015).

generalización del turismo de masas, que empezó a considerarse como uno de los principales signos de la modernidad de ciudades y sociedades, se produjo en las sociedades occidentales principalmente a partir de 1945. A partir de aquí una ramificación y diversificación tan grande del fenómeno turístico que hoy en día cubre absolutamente todos los aspectos de la vida humana (turismo de sol y playa, turismo rural, turismo industrial, turismo de aventura, turismo cultural, dark tourism...) (Faraldo y Rodríguez López, 2013).

- **Turismo de experiencias:** en los últimos años ha surgido una nueva tipología, la cual, huyendo de las aglomeraciones típicas del turismo masificado, buscan viajar a lugares poco explorados turísticamente, pero con un altísimo potencial y encanto. Estos viajes vienen motivados por los avances tecnológicos y la globalización, que han permitido el acceso a atractivos turísticos de casi cualquier parte del mundo y han facilitado la conexión entre lugares muy lejanos. También cabe destacar que las redes sociales son un factor clave para este cambio de nuestra manera de viajar en las últimas décadas, ya que, al mostrar una gran parte de nuestras vidas, incluyendo nuestros viajes, ha hecho que estos cobren mucha importancia, por lo que se tiende a buscar experiencias únicas y la estética impresionante a la hora de escoger destino, con el fin de que sirvan como escaparate en nuestro Instagram o nuestro Facebook.

4.3. EL TURISMO EN ESPAÑA

Al igual que el turismo mundial, el turismo en España ha ido transformándose y pasando por diferentes etapas o tipologías a lo largo de la historia, aunque en este caso de manera más tardía.

No fue hasta 1955 cuando el turismo comenzó a surgir en el país como un movimiento relevante. Fue entonces cuando España comenzó a verse mundialmente como uno de los destinos turísticos principales en Europa, por detrás de Italia, Francia y Suiza. Ya por aquel entonces recibía 2,5 millones de turistas anualmente. Pero en tan solo cinco años pasó a recibir 6,2 millones de visitantes, siendo superada únicamente por Italia como receptor de turismo internacional en 1960. La tipología turística predominante en la península durante estos años era el turismo de masas, centrado en el sol, la playa y el Mediterráneo como principales factores de atracción. “La progresiva superación de las restricciones de divisas para viajar al extranjero impuestas tras la guerra y el aligeramiento de los controles en las fronteras constituyeron factores igualmente determinantes, como

también lo fueron el desarrollo de la industria automovilística y el surgimiento, en el ámbito de la intermediación del viaje, de nuevos operadores turísticos (los touroperadores) apoyados en el avión y en los novedosos vuelos chárter” (Vallejo Pousada, 2015, p.17). Todo ello provocó un menor tiempo de viaje, además de una disminución en el precio de los mismos.

Una vez pasada esta etapa del surgimiento del fenómeno turístico en el país, comienza la consolidación de España como referente turístico mediante propaganda y otras acciones de fomento por parte de numerosas instituciones y particulares con gran afán por posicionar el país en lo más alto de la tabla. Campañas publicitarias como “*Spain is different and beautiful*”, reuniones en el exterior con grupos empresariales del sector, que permitieron conocer de primera mano las técnicas comerciales del turismo de masas de posguerra, apertura de Oficinas Españolas de Turismo (en Londres, Nueva York, Chicago, San Francisco...) o el impulso de monografías y artículos promocionales en la prensa especializada extranjera, fueron algunas de las acciones llevadas a cabo en esta época y hasta finales del siglo XX.

Entre 1960 y 1973 se alcanza el “*boom turístico*”, también conocido como milagro turístico, llegando a ser España el líder en la recepción de turistas internacionales, acogiendo a 31,6 millones de turistas en el año 1973, su pico máximo en la historia hasta ese momento. Ya iniciada la década de los 70, unos dos millones de españoles vivían directamente del turismo, y el sector proporcionaba entre el 7 y el 10% del PIB del país. Con este boom del turismo, el número de establecimientos e infraestructuras turísticas en España se disparó por completo para poder acoger a la grandísima demanda, con todo lo que ello suponía de avance para la economía del país. Tampoco hay que olvidar el movimiento de los propios ciudadanos españoles durante sus vacaciones a lo largo y ancho de nuestra geografía, que constituyó también un importante factor de desarrollo.

Tras esta época de máximo auge de la industria, comenzó un amplio debate sobre las dos caras de la moneda: sus beneficios y sus costes. Se comenzó a plantear la poca sostenibilidad del modelo de desarrollo turístico español debido a los fuertes impactos que suponía tanto para el medio ambiente como para la propia sociedad local. A partir de entonces, se comenzó a notar la disminución progresiva en el flujo de turistas internacionales. Esto, acompañado por la crisis económica mundial desencadenada por la

subida del precio del petróleo provocada por los países de la OPEP³ con motivo de la guerra de Yom Kipur árabe-israelí, hizo que España viviera unos años críticos por el acusado impacto en su economía. Además, a todo lo anterior, se unió una ola de terrorismo en España que terminó por hundir aún más al sector que tantos ingresos proporcionaba por aquel entonces.

Pero a pesar de este bache para el sector y la pérdida de una pequeña cuota del mercado mundial, España siguió conservando un buen puesto en el ranking, entre las cuatro mayores potencias mundiales, aportando más de un millón de puestos de trabajo en todo el país y un importante peso para el PIB en toda la década de los 80. Además, se comenzó a tomar mayor conciencia sobre la necesidad de proteger el medio ambiente, creándose numerosas políticas y planes para asegurarse de su cumplimiento, lo cual aportó aún mayor estabilidad al sector de cara al futuro.

En 1986, con la incorporación efectiva de España a la Unión Europea, se inicia una etapa de grandes eventos en el país como los Juegos Olímpicos de Barcelona, la capitalidad de la Cultura Europea en Madrid o la Expo de Sevilla, todos ellos llevados a cabo en 1992, con la consiguiente repercusión en la llegada de visitantes. Fue aquí cuando surgió el turismo rural con el fin de revalorizar las zonas rurales y sus tradiciones, lo cual también fue apoyado desde el punto de vista de la conservación y la sostenibilidad.

Entre 1996 y 2007 se desarrolla un periodo marcado por los importantes cambios en la sociedad en numerosos aspectos, como la cada vez más utilizada tecnología de la información y la comunicación, la adaptación del euro como moneda única y otros factores que provocaron que el sector turístico se modificase por completo. Surge la necesidad de diferenciarse, puesto que el número de países competidores se va multiplicando poco a poco. Debido al uso de las nuevas tecnologías de la información, dejó de estilarse el paquete turístico que tan socorrido había sido para los visitantes durante décadas, lo que causó una gran preocupación entre los empresarios. Durante estos años, el turismo cultural cobró un papel fundamental, posicionándose en el segundo lugar en importancia. Cultura, arte, tradición, modernidad y algunas grandes fiestas y festivales que proyectaban nuestras ciudades turísticamente dentro y fuera del país, fueron parte de la aludida diversidad. Con ello se buscaba una diversificación del sector para poder llegar a la mayor cantidad de personas posible de un amplio rango de características.

³ Organización de Países Exportadores de Petróleo.

Finalmente, desde el 2008 hasta la actualidad, llegamos a la aparición de un nuevo modelo basado en tres pilares fundamentales: la alta gastronomía como reclamo turístico, el turismo emergente de países como los asiáticos y el auge del e-turismo. La mejora de las tecnologías de la información y del conocimiento, junto a la caída de los precios con la aparición de las compañías aéreas de bajo coste, han coadyuvado a que el viajar a cualquier lado sea posible para un amplio porcentaje de la población mundial. Con el turismo cultural y el turismo rural en pleno auge, adelantando lentamente al turismo de sol y playa, España sigue posicionada entre los tres países con mayor número de turistas internacionales, llegando a recibir 83,7 millones de visitantes en el año 2019.

Cabe destacar que no todo ha sido positivo en cuanto a su aportación, ya que, entrados en el siglo XXI, el turismo sigue presentando oscilaciones en cuanto a sus ingresos, lo que ha motivado que aparezcan numerosas dudas, una vez más, sobre el modelo de la economía española, en el que el turismo y sus aportaciones monetarias, siguen teniendo un importante peso (Vallejo Pousada, 2002, 2015).

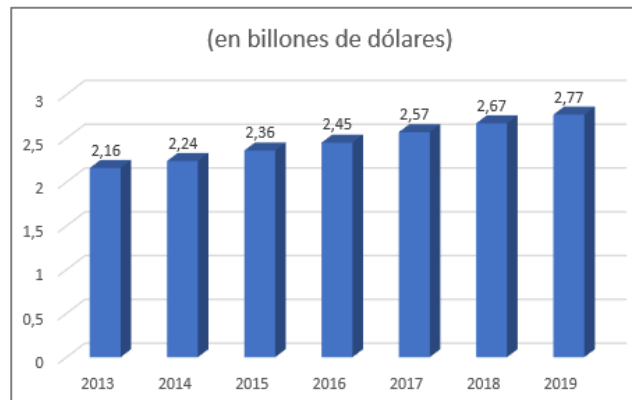
4.4. EL TURISMO EN CIFRAS

Hasta el año 2019, antes del estallido de la alarma sanitaria mundial ocasionada por el Covid-19, popularmente conocido como coronavirus, el turismo era uno de los sectores más importantes, tanto para la economía española como a nivel mundial.

4.4.1. Indicadores a nivel mundial

En el ámbito mundial, el turismo es uno de los sectores más importantes, puesto que aportó 2,8 billones de dólares estadounidenses al PIB mundial en 2019, lo que supone el 10,4% del total. El número de empleados en el sector en 2019 fue de 119,22 millones de personas, alrededor del 20% del total. Tal y como se muestra en los *Gráficos 4.1 y 4.2*, esta cifra va aumentando poco a poco. De hecho, con una tendencia creciente del 3,8% anual, la aportación del turismo se incrementa más rápido aún que la propia economía mundial, lo cual le permite posicionarse como una de las industrias más rentables y con mayor futuro (Díaz, 2020^a)(Díaz, 2020).

Gráfico 4.1.- Evolución de la aportación del turismo al PIB mundial



Fuente: statista.com

Gráfico 4.2.- Evolución de la aportación del turismo al empleo mundial

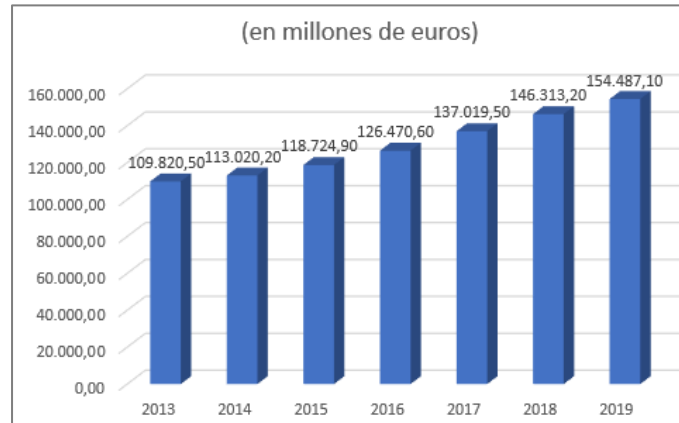


Fuente: statista.com

4.4.2. Indicadores a nivel estatal

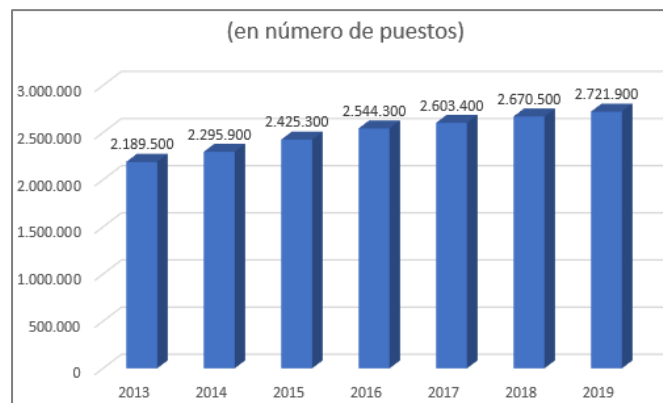
También en el caso de España, el sector turístico genera un impacto muy positivo en la economía, puesto que aportó 154.487 millones de euros al PIB español en 2019, lo que supuso un 12,4% del total. También en 2019, la industria turística empleó a 2,72 millones de personas, una cifra que supuso el 12,9% del total de empleos en España ese año, según indica la cuenta satélite del sector turístico. Además, tal y como se puede observar en los Gráficos 4.3.y 4.4, ambos indicadores muestran una tendencia en claro crecimiento lo que conllevaba que hasta el año 2020 todas las predicciones sobre el futuro del panorama turístico fuesen muy prometedoras (Instituto Nacional de Estadística, 2020).

Gráfico 4.3.- Evolución de la aportación del turismo al PIB en España



Fuente: ine.es

Gráfico 4.4.- Evolución de la aportación del turismo al empleo en España



Fuente: ine.es

Además, España es el segundo país que más turistas recibe de todo el mundo, por detrás de Francia. Los países emisores de turistas más importantes para nuestro país son Reino Unido con 18,012 millones de turistas, Alemania con 11,158 y Francia con 11,147 (Instituto Nacional de Estadística, 2021a). Por otro lado, también en 2019, los visitantes provenientes de estos países realizaron un gasto de 17.834 millones de euros los turistas británicos, 11.686 millones de euros los alemanes y 7.593 millones de euros los franceses. (Instituto Nacional de Estadística, 2021b).

Por su parte, el turismo doméstico también tiene gran peso en el país ya que supuso un gasto de 60,9 millones de euros en 2019 (Díaz, 2020b).

Las ciudades favoritas para los turistas como destino vacacional son Barcelona, Madrid y Palma de Mallorca, aunque durante el pasado 2020 y los inicios de este 2021, estas tendencias están comenzando a experimentar ciertos cambios ya que, debido a la pandemia y la búsqueda de tranquilidad y lugares sin aglomeraciones, los visitantes que

llegan a España se están centrando más en comunidades como Galicia o Cantabria, con una incidencia más baja del virus y con destinos más tranquilos turísticamente hablando.

4.5. EL TURISMO TRAS EL COVID-19

En relación con la anteriormente mencionada crisis sanitaria ocasionada por la pandemia de COVID-19, cabe mencionar que el sector turístico ha sido uno de los más golpeados, ya que supone un gran movimiento de personas y, en muchos casos, aglomeraciones por el turismo de masas que tanto se estila en la actualidad. Por ello, se prevén importantes pérdidas en cuanto a cierres de negocios, pérdidas de empleo en el sector, disminución del número de viajes anuales, disminución del gasto turístico debido al impacto en la economía y la renta de las familias, etc...

A pesar de ello, a comienzos del año 2021 se han comenzado a tomar medidas por parte del gobierno español con el fin de que el sector se pueda ir recuperando poco a poco, como por ejemplo la apertura de fronteras como recomendación de la Unión Europea, siempre y cuando se aporte en el aeropuerto una PCR realizada en las 72 horas previas, así como numerosas campañas para fomentar el turismo, especialmente proveniente de Alemania y Reino Unido a las Islas Canarias y Baleares. Uno de los puntos importantes de esta recuperación está siendo el turismo de proximidad, o las cada vez más famosas ‘*staycations*’, que se centran en los habitantes de la zona como principal motor para la industria turística, motivándoles a conocer rincones cercanos, pernoctando y haciendo gasto en su misma ciudad de residencia o bien en lugares muy cercanos a ella.

A pesar de todas las medidas que se están tomando, no solo a nivel nacional sino en todo el mundo, y al igual que en el resto de los sectores de la economía, el turismo va a sufrir una recuperación lenta, necesitando varios años para volver a los niveles turísticos anteriores a la crisis sanitaria.

5. HISTORIA DE LAS EMPRESAS OBJETO DEL ANÁLISIS

Para realizar el análisis de estados financieros, uno de los objetivos básicos del presente trabajo, hemos escogido dos empresas dedicadas al sector hotelero, ambas localizadas en la provincia de León, pero con distintas características, con la finalidad de poder comparar sus resultados económico-financieros. A estos efectos, se han obtenido del Registro Mercantil de León, las cuentas anuales de ambas sociedades para los últimos cinco años disponibles, concretamente del 2015 al 2019.

5.1. SOCIEDAD HOTEL GAUDÍ S.L

La primera de ellas es la sociedad Hotel Gaudí S.L., constituida en 1995, siendo su formajurídica en la actualidad la de SociedadLimitada. Se trata de un hotel de la categoríade tres estrellas, situado en la ciudad deAstorga, en la Plaza Eduardo de Castronúmero 6, frente al palacio episcopal, junto a la catedral de estilo gótico de la ciudad y en pleno Camino de Santiago.

Imagen 5.1.- Fachada del Hotel Gaudí por la noche



Fuente: página web del hotel

El edificio, que fue construido en 1981 y reformado en 1996, cuenta con 35 habitaciones, divididas en 27 dobles, 3 dobles con salón, 4 triples y 1 individual, lo que suman un total de 75 plazas hoteleras. El establecimiento no es solo altamente conocido en la zona por las actividades de alojamiento, sino también por las de restauración, siendo su restaurante uno de los mejor valorados de Astorga. Además, también alquila salas para distintos eventos y espectáculos, como por ejemplo bodas, bautizos o comuniones. (Hotel Gaudí, 2021).

Imagen 5.2.- Habitación doble del Hotel Gaudí

Fuente: Página web del hotel.

En el año 2019, la sociedad contaba con 16 empleados, de los cuales 13 tenían contrato fijo y 3 temporales. Se trata de una sociedad individual que actúa de manera independiente y es dirigida como una empresa familiar.

Cabe destacar, por su importancia de cara al turismo, su página web, ya que no solo cuenta con información relevante acerca del hotel o la posibilidad de hacer la reserva de una estancia, sino que también ofrece una visita virtual⁴ a las instalaciones del mismo, lo cual aporta una imagen fiel al futuro visitante para que se decante por este alojamiento.

5.2. SOCIEDAD HOTEL CIUDAD DE LEÓN S.L. (HOTEL EXE LEÓN)

Por otra parte, hemos elegido la sociedad Hotel Ciudad de León S.L., más conocida como Hotel Exe León, de la categoría de cuatro estrellas, ubicada en la Calle Velázquez número 18 de León capital. Fue constituida en marzo de 2004, siendo su forma jurídica en la actualidad la de Sociedad Limitada. La sociedad se encuentra integrada en el Grupo Hoteles Turísticos Unidos, S.A. (Grupo Hotusa), cuyo domicilio social se encuentra en Barcelona. Y dentro del mismo pertenece a la cadena hotelera Exe, creada por el grupo en 2005. Actualmente dicha cadena cuenta con 71 establecimientos, privilegiadamente ubicados en el centro histórico de las ciudades o en las inmediaciones de sus distritos financieros. Sus hoteles están orientados fundamentalmente al cliente cultural, vacacional y de negocios.

⁴ Se puede acceder a la visita virtual en este [enlace](#).

Imagen 5.3.- Fachada del Hotel Exe León

Fuente: Página web del Hotel

El hotel Exe León cuenta con 63 habitaciones distribuidas en ocho plantas entre las que podemos encontrar habitaciones dobles, dobles ejecutivas (superior), dobles económicas, dobles románticas, dobles con cama supletoria y junior suites.

Imagen 5.4.- Habitación del Hotel Exe León

Fuente: Página web del hotel

También cuenta con los servicios de alquiler de salones enfocados a las reuniones de empresa y otros eventos similares, así como los servicios de restauración para los huéspedes. En 2019 contaba con 10 empleados distribuidos en 7 fijos y 3 temporales.

Como podemos observar, a pesar de tratarse de dos empresas que operan dentro del mismo epígrafe del CNAE (5510. Hoteles y alojamientos similares), cuentan con características muy diferentes en cuanto a su modelo de negocio, ya que una de ellas, el Hotel Gaudí es un negocio familiar de dirección privada, mientras que el Exe León pertenece a una cadena de mayor tamaño como es la cadena Exe Hoteles. Precisamente por ello, resultará interesante realizar un análisis económico-financiero comparativo de ambas empresas, para conocer el impacto de dos modelos de negocio tan dispares, en los resultados y en la situación financiera de cada una de estas entidades.

6. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO Y COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS DE AMBOS HOTELES

A partir de sus cuentas anuales publicadas para el periodo 2015-2019, vamos a llevar a cabo un exhaustivo análisis económico-financiero, con el fin de obtener conclusiones acerca de ambos modelos de negocio. El Balance de Situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias son los principales estados a partir de los cuales vamos a realizar el análisis de ambos alojamientos y se pueden encontrar tabulados en los Anexos.

6.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

El principal objetivo del análisis financiero es el estudio de la capacidad de la empresa para hacer frente a las deudas, tanto en el corto como en el largo plazo. Para ello, primero se estudia la composición, así como su evolución en el tiempo de pasivos y patrimonio neto, para después utilizar distintos ratios e indicadores con el fin de determinar y comparar la capacidad de ambos alojamientos, objetos de estudio a lo largo de todo el trabajo.

6.1.1. Análisis vertical o estático de la estructura financiera

Este primer paso del análisis financiero consiste en calcular el porcentaje que suponen las distintas masas que componen la estructura financiera. No solo nos permite realizar un análisis de la composición de las masas, sino que además también podemos conocer su evolución dentro del periodo de estudio.

A la hora de su análisis, se extraen conclusiones de las partidas que mayor y menor peso tienen sobre las fuentes de financiación totales, según el número obtenido en los porcentajes calculados. A continuación, se muestran los resultados de nuestro caso de estudio, tabulados y representados gráficamente para un estudio más fácil y visual.

Tabla 6.1.- Porcentajes Verticales del Análisis Financiero

| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | |
|-------------------------------|-------------|---------|---------|---------|---------|----------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| PATRIM. NETO | -83,90% | -47,90% | -24,00% | -12,70% | 38,90% | -53,80% | -3,90% | 15,30% | 33,30% | 32,30% |
| FONDOS PROPIOS | -83,90% | -47,90% | -24,00% | -12,70% | 38,90% | -53,80% | -3,90% | 15,30% | 33,30% | 32,30% |
| Reservas | 41,80% | 32,10% | 26,30% | 23,90% | 23,70% | - | 10,20% | 21,10% | 14,50% | 0,20% |
| Resultados de ejs. anteriores | - | - | -85,50% | -64,00% | -54,40% | -63,00% | -74,00% | -52,50% | -18,90% | - |
| PASIVO NO CORRIENTE | 74,50% | 115,90% | 94,90% | 86,40% | 35,60% | 64,90% | 5,30% | - | - | - |
| Deudas l.p. | 74,50% | 115,90% | 94,90% | 86,40% | 35,60% | - | - | - | - | - |
| Deudas empresas grupo l.p. | - | - | - | - | - | 64,90% | 5,30% | - | - | - |
| PASIVO CORRIENTE | 109,40% | 32,00% | 29,10% | 26,30% | 25,50% | 88,80% | 98,70% | 84,70% | 66,70% | 67,70% |
| Deudas c.p. | 3,10% | 2,30% | 1,90% | 1,80% | 1,70% | -0,10% | - | 7,00% | - | 20,10% |
| Acreedores c.p. | 106,40% | 29,60% | 27,20% | 24,50% | 23,80% | 88,90% | 98,70% | 77,70% | 66,70% | 47,60% |
| TOTAL PASIVO +PN | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Fuente: elaboración propia a partir del Balance de Situación

Gráfico 6.1.- Porcentajes Verticales del Análisis Financiero.



Fuente: elaboración propia a partir del Balance de Situación

En cuanto al análisis de los datos anteriores, podemos comprobar cómo en el Hotel Gaudí el mayor peso relativo dentro de la estructura financiera es alcanzado por el pasivo no corriente, lo que significa que poseen mayor endeudamiento a largo plazo. Sin embargo, en cuanto al Hotel Ciudad de León podemos observar que apenas cuenta con pasivo con vencimiento a largo plazo, siendo preponderante la utilización del pasivo corriente, y por tanto teniendo el compromiso inmediato de hacer frente a las deudas a menos de un año. Esto quiere decir que la composición de las deudas varía significativamente entre los dos hoteles, pues mientras el Hotel Ciudad de León deberá de disponer de activos suficientes en el corto plazo para hacer frente a estos pasivos circulantes, en cambio el Hotel Gaudí

posee un mayor margen de maniobra al disponer de una estructura de deuda más equilibrada entre los compromisos a corto y a largo plazo y una mejor calidad de la deuda.

Otro dato de gran importancia extraído del análisis estático es la negatividad del patrimonio neto. Este hecho puede haber venido motivado porque en años anteriores ambos hoteles hayan tenido que registrar deterioros por importes considerables que lastraron fuertemente su cuenta de resultados. Estas pérdidas de ejercicios anteriores, ha llevado a que el patrimonio neto acabe siendo negativo, con la inestabilidad financiera que ello supone. Sin embargo, la evolución de los porcentajes verticales pone de manifiesto una tendencia positiva en los últimos ejercicios en ambos hoteles. Efectivamente, en el año 2019 en el Hotel Gaudí el patrimonio neto alcanza el 38,90% de la estructura financiera, equilibrando claramente las fuentes de financiación y rompiendo la tendencia mostrada en años anteriores. En el Hotel Ciudad de León, el punto de inflexión se alcanza antes, en el año 2017, y mejora a partir de ese momento hasta suponer el 32% de la estructura financiera en el año 2019. Por tanto, ambas entidades que venían de una situación muy comprometida y cercana a la quiebra han mejorado claramente la composición de su financiación en los últimos ejercicios de la serie temporal analizada.

Adicionalmente, en base al artículo 363 de la Ley de Sociedades de Capital, aquellas empresas cuyo patrimonio neto no alcance el 50% del capital social entrarían en causa de disolución; esta circunstancia nos ha hecho replantearnos el porqué de que ambos hoteles no hayan sido liquidados. Sin haber encontrado justificación en las memorias analizadas, para dar solución irrefutable a esta pregunta, se puede suponer razonablemente, que los motivos hayan podido ser los siguientes:

- Ambos hoteles cuentan con préstamos participativos que de cara al mencionado artículo 363 computan como patrimonio neto (Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, 2010).
- Otra razón puede ser que en base al Real Decreto-ley 4/2014, de 7 de marzo que incluía medidas como: excluir, temporalmente, del cómputo de las pérdidas que tuviera la empresa, aquellas provenientes del deterioro de valor de su inmovilizado material, inversiones inmobiliarias y/o existencias, a los solos efectos de determinar si se encontraban en causa de disolución por pérdidas o reducción de capital obligatoria («Real decreto-ley 4/2014: Un nuevo respiro para empresas en causa de disolución por pérdidas», 2014).

6.1.2. Análisis horizontal o dinámico de la estructura económica

Este segundo tipo de porcentajes, también denominado análisis dinámico, nos va a permitir observar cómo aumentan o disminuyen los importes de las distintas partidas que forman el patrimonio neto y el pasivo de estas sociedades a lo largo de los cinco años de estudio.

Aunque existen dos modalidades según la referencia que se tome para el cálculo- el primer año del estudio o el año anterior al analizado-, para este caso se considera más relevante detectar las variaciones con respecto al año anterior, por lo que se ha optado por la segunda opción. A continuación, podemos observar los resultados de los cálculos, aunque esta vez se ha suprimido su representación gráfica por no ser tan representativa como en el caso de los porcentajes verticales.

Tabla 6.2.- Porcentajes Horizontales del Análisis Financiero.

| | HOTEL GAUDI | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | |
|--|-------------|---------|---------|----------|----------------------|---------|------------|-------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| PATRIMONIO NETO | -34,60% | -63,30% | -71,80% | 132,50% | -1.505,50% | 118,20% | 68,20% | -94,70% |
| FONDOS PROPIOS | -34,60% | -63,30% | -71,80% | 132,50% | -1.505,50% | 118,20% | 68,20% | -94,70% |
| Reservas | - | - | - | - | 100,00% | 65,90% | - | -16.809,60% |
| Resultados de ejercicios anteriores | -10,10% | -15,90% | -21,60% | -16,70% | - | - | -91,50% | - |
| PASIVO NO CORRIENTE | 50,60% | - | - | -141,00% | -1.348,20% | - | - | - |
| Deudas l.p. | 50,60% | - | - | -141,00% | - | - | - | - |
| PASIVO CORRIENTE | -162,90% | 10,10% | -0,90% | -2,00% | -5,80% | 17,30% | 12,60% | -86,60% |
| Deudas c.p. | - | - | - | - | - | 100,00% | -194.267,2 | 100,00% |
| Acreedores c.p. | -175,80% | 10,80% | -1,00% | -2,20% | -5,90% | 9,90% | 19,80% | -165,60% |

Fuente: Elaboración propia a partir del Balance de Situación

En cuanto al Hotel Gaudí S.L., podemos observar una disminución del patrimonio neto mayor cada año a excepción del último, lo cual es altamente perjudicial para la empresa. El hecho de que el último año haya cambiado esa tendencia puede indicarnos una mejoría de la situación en los próximos años.

Por su parte, el Hotel Ciudad de León S.L. también cuenta con una disminución drástica del patrimonio neto en el año 2016, así como algunas variaciones bruscas también en otras partidas, como son las reservas en el año 2019 o las deudas a corto plazo en el año 2018.

6.1.3. Liquidez a corto plazo

Para el cálculo de la liquidez a corto plazo, utilizaremos las tres ratios tabuladas a continuación, las cuales nos darán la información sobre la capacidad de cada uno de los negocios para atender a sus compromisos de pago a corto plazo, es decir, si cuentan con la liquidez suficiente para ello. A su vez, también se incluye el fondo de maniobra de cada entidad para cada uno de los años de la serie temporal analizada.

Tabla 6.3.- Ratios de Liquidez a corto plazo y fondo de maniobra.

| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Ratio de Solvencia | 0,26 | 1,51 | 1,86 | 2,28 | 2,24 | 0,84 | 0,58 | 0,20 | 0,23 | 0,62 |
| Ratio de liquidez | 0,20 | 1,32 | 1,70 | 2,05 | 2,02 | 0,84 | 0,58 | 0,20 | 0,21 | 0,49 |
| Ratio de tesorería | 0,17 | 1,28 | 1,59 | 1,99 | 1,93 | 0,04 | 0,39 | 0,08 | 0,09 | 0,27 |
| Fondo de maniobra | HOTEL GAUDÍ | | | | | | | | | |
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | | | | |
| | | -269.274,70 | 106.328,70 | 150.454,00 | 187.564,80 | 195.071,50 | | | | |
| | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | | | | | | |
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | | | | |
| | | -397.969,30 | -424.552,40 | -426.239,50 | -298.934,00 | -166.898,20 | | | | |

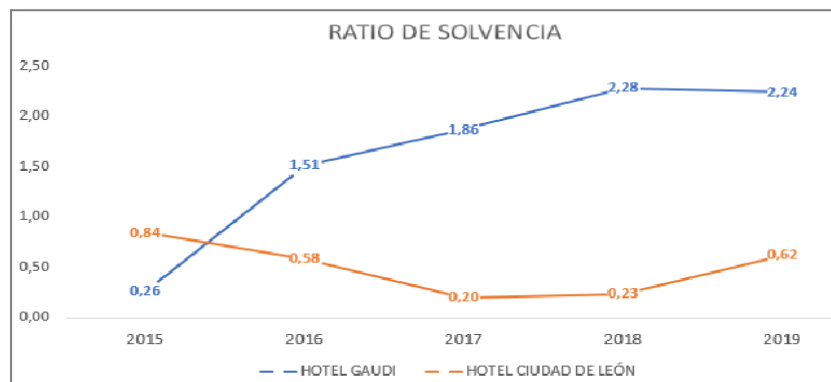
Fuente: Elaboración propia a partir del Balance de Situación

Una vez conocidos los datos, vamos a pasar a su análisis e interpretación con el fin de encontrar posibles anomalías. Para facilitar la comparación de ambas sociedades, todas las ratios han sido tabuladas con arreglo a los mismos criterios.

6.1.3.1. Ratio de solvencia o de circulante

La ratio de solvencia se calcula dividiendo todo el activo circulante entre el pasivo circulante, tal y como detallan los autores Muñoz Merchante e Ibañez Jiménez (2019, pág.308).

Gráfico 6.2.- Ratio de solvencia o de circulante



Fuente: Elaboración propia.

Uno de los inconvenientes de este indicador es que no tiene en cuenta la mayor o menor posibilidad de convertirse en liquidez de las diferentes masas que componen el activo circulante. Además, se trata de un indicador estático, el cual no tiene en cuenta las constantes renovaciones que sufren estas partidas, como por ejemplo las existencias, las cuales pueden ser sustituidas por otras casi de un momento a otro.

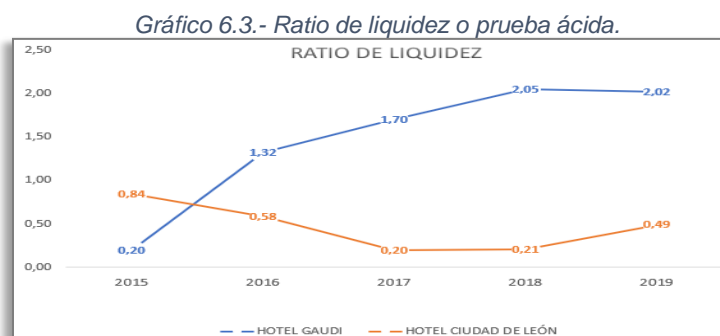
En cuanto a su interpretación, se considera que cuanto mayor sea su valor -sin llegar a unos límites que comprometan su rentabilidad económica-, menor es el riesgo de crédito a corto plazo. Por ello, los valores normales que deberíamos obtener son entre 1,5 y 2.

En función de ello, podemos determinar que el Hotel Gaudí presenta unos valores aceptables y que por tanto no va a tener mayores problemas para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Además, presenta cierta tendencia al alza por lo que las previsiones futuras para esta sociedad en cuanto a liquidez tampoco son negativas.

Por otro lado, en el Hotel Ciudad de León, encontramos valores demasiado bajos, mostrando una clara problemática respecto a su capacidad para hacer frente a las deudas a corto plazo. Seguiremos analizando el resto de las ratios para determinar de dónde proviene más concretamente la anomalía. La tendencia en los últimos años era negativa, con tendencia a disminuir, pero los dos últimos años ha experimentado un cambio positivo, lo que podría significar que se está trabajando en ello y poco a poco se está comenzando a recoger los frutos de esos intentos por mejorar los indicadores de liquidez.

6.1.3.2. Ratio de liquidez o prueba ácida

Esta ratio también mide la capacidad de las empresas para atender las deudas a corto plazo, pero considerando solo los componentes más líquidos del activo circulante, es decir, excluyendo activos no corrientes mantenidos para la venta, las existencias y los gastos anticipados, por ser las partidas que mayor incertidumbre plantean para su conversión en liquidez.



Fuente: Elaboración propia.

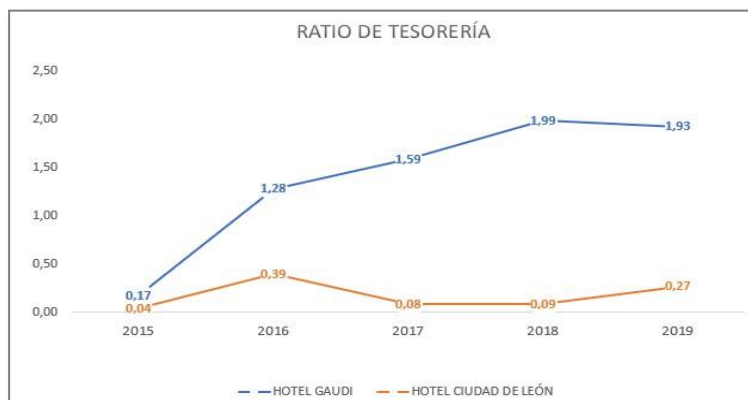
El significado de su valor es similar al de la ratio de solvencia y aunque al igual que en el anterior no existe un valor ideal con validez universal, a menudo se sostiene que ha de aproximarse a la unidad, y siempre cuanto mayor sea el valor mejor.

Por tanto, ninguna de las dos sociedades cumple con la valoración recomendada de la ratio, estando el alojamiento astorgano un tanto por encima, con los problemas de rentabilidad que ello puede conllevar, y el alojamiento perteneciente a la cadena hotelera Exe por debajo de las recomendaciones y en una situación muy comprometida de liquidez. Por tanto, aunque el Hotel Gaudí presenta, una vez más, una situación más positiva, ninguno de los dos se encuentra en una situación óptima en cuanto a liquidez a corto plazo, en un caso por exceso de liquidez, y en el otro por ausencia de la misma.

6.1.3.3. Ratio de tesorería

El indicador de tesorería relaciona por cociente el efectivo y equivalentes de efectivo con el pasivo corriente. Por tanto, muestra la capacidad inmediata que tiene la entidad para hacer frente a las deudas a corto plazo con el disponible existente en el momento del cierre de cuentas.

Gráfico 6.4.- Ratio de tesorería.



Fuente: Elaboración propia.

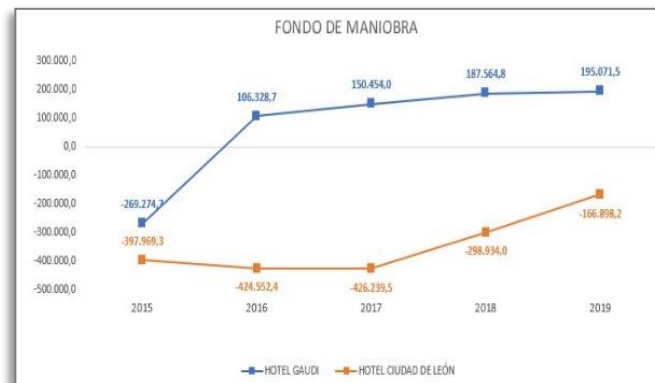
Los valores óptimos que ha de presentar esta ratio para indicar que la empresa no tiene problemas de tesorería puede estar bastante por debajo de la unidad, cercano a 0,2, ya que valores superiores indicarían que la empresa cuenta con recursos líquidos ociosos, lo cual tampoco es positivo de cara a la rentabilidad económica. Sin embargo, antes de adoptar conclusiones definitivas sería preciso indagar acerca de los planes futuros de inversión de la empresa, pues ello podría justificar la cuantía alcanzada por dicha ratio (Garrido Miralles, 2015).

En conclusión, podemos observar que se han obtenido valores mucho más acertados para el Hotel Ciudad de León, con valores adecuados prácticamente todos los años. Sin embargo, el Hotel Gaudí muestra un exceso de liquidez tal y como se comentaba antes, lo cual nos advierte de la existencia de recursos líquidos ociosos, así como de posibles problemas de rentabilidad económica, que será estudiada más adelante.

6.1.3.4. Fondo de maniobra⁵

Finalmente, para terminar de analizar la liquidez a corto plazo de las sociedades, se ha llevado a cabo el cálculo del fondo de maniobra, que se obtiene restando de los capitales permanentes (patrimonio neto más pasivo no corriente) el activo no fijo.

Gráfico 6.5.- Fondo de maniobra.



Fuente: Elaboración propia.

Así obtenemos el capital circulante de cada una de ellas, el cual depende del sector al que pertenecen, así como del ciclo de negocio o de la política financiera más o menos arriesgada que sigan. Es crucial contar con un fondo de maniobra adecuado, en función de sus necesidades operativas de fondos, tanto en cuantía como en composición.

El Hotel Gaudí presenta valores positivos del fondo de maniobra a lo largo de la serie temporal y con una tendencia creciente. En cambio, en el Hotel Ciudad de León adquiere valores negativos, pero con una ligera tendencia a mejorar en los últimos ejercicios. No obstante, ambas sociedades se encuentran en una situación financiera inestable, detonada por el patrimonio neto negativo con el que cuentan, consecuencia de las pérdidas acumuladas que han sufrido, y que han ido consumiendo los capitales propios disponibles y situándolas en lo que se denomina una quiebra técnica (Muñoz Merchante, 2019).

⁵ No es posible llevar a cabo una correcta interpretación del fondo de maniobra, ya que no se disponen de datos suficientes para calcular el capital circulante necesario, por lo que no podemos afirmar si los resultados obtenidos para el fondo de maniobra son o no son adecuados.

Figura 6.1.- Quiebra técnica.

| ACTIVO | | PATRIMONIO NETO Y PASIVO | |
|--------------------------|--|--------------------------|--|
| Activo no corriente | | Pasivo no corriente | |
| Activo corriente | | | |
| Patrimonio neto negativo | | Pasivo corriente | |

Fuente: Análisis de Estados Financieros (Muñoz Merchante, 2019)

6.1.4. Solvencia a largo plazo

En este caso, analizaremos la capacidad de las empresas para atender sus deudas a largo plazo, la cual dependerá del equilibrio entre la liquidez y la generación de recursos. Para ello, contamos con los siguientes cuatro grupos de ratios principalmente.

Tabla 6.4.- Ratios de solvencia a largo plazo.

| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | | |
|--------------------------------------|----------------------------|-------|-------|-------|-------|----------------------|-------|--------|------|------|-------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | |
| Ratio de garantía | 0,54 | 0,68 | 0,81 | 0,89 | 1,64 | 0,65 | 0,96 | 1,18 | 1,5 | 1,48 | |
| Ratio de autonomía financiera | -0,46 | -0,32 | -0,19 | -0,11 | 0,64 | -0,35 | -0,04 | 0,18 | 0,5 | 0,48 | |
| Ratios de endeudamiento | Endeud. Total | -2,19 | -3,09 | -5,16 | -8,86 | 1,57 | -2,86 | -26,43 | 5,52 | 2,01 | 2,09 |
| | Endeud. L.P. | -0,89 | -2,42 | -3,95 | -6,79 | 0,91 | -1,21 | -1,34 | - | - | - |
| | Endeud. C.P. | -1,3 | -0,67 | -1,21 | -2,06 | 0,66 | -1,65 | -25,09 | 5,52 | 2,01 | 2,09 |
| Ratios de capitalización | Grado de capitalización | -0,5 | -0,67 | -1,09 | -1,88 | 0,61 | - | -2,58 | 1,38 | 0,44 | 0,01 |
| | Capitalización del periodo | -0,5 | - | - | - | - | 0,34 | -2,58 | 0,91 | - | -0,85 |

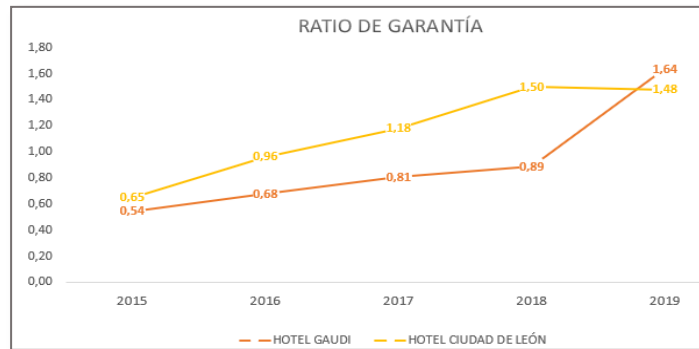
Fuente: Elaboración propia partir del balance de situación.

6.1.5.1. Ratio de garantía

Esta ratio, obtenido del cociente entre el activo total y el pasivo exigible, mide la capacidad de la empresa para atender las deudas contraídas con el activo total, es decir la garantía que la empresa ofrece a sus acreedores para el cobro de sus créditos.

Cuanto mayor sea el valor del indicador, mayor es la garantía que tiene los acreedores de que van a cobrar los créditos que tienen contra la entidad. También es conocido como ratio de distancia a la quiebra, pues cuando adopta valores inferiores a uno durante varios ejercicios consecutivos, la entidad está en peligro serio de inestabilidad máxima o quiebra.

Gráfico 6.6.- Ratio de garantía.



Fuente: Elaboración propia

Durante los dos primeros años de la serie, ambos hoteles presentan valores inferiores a la unidad poniendo de manifiesto su delicada situación financiera y un claro riesgo de quiebra técnica. Sin embargo, la situación cambia para el Hotel Ciudad de León en el año 2017 y para el Hotel Gaudí en el año 2019, pasando a obtener valores de la ratio de garantía superiores a la unidad y con una tendencia claramente creciente. Por tanto, la garantía que ofrecen a sus acreedores está mejorando paulatinamente y presenta unas perspectivas favorables.

Hay que tener en cuenta a la hora de analizar esta ratio, que los valores pueden estar distorsionados debido a los criterios que se tengan en cuenta a la hora de valorar los activos, ya que, comúnmente, estos se encuentran valorados por sus costes históricos que en entornos inflacionarios suelen ser inferiores a sus valores razonables de mercado.

Sin duda, este hecho, puede distorsionar el cálculo realizado, siendo en realidad la garantía superior a la que se deduce de la aplicación de los valores contables.

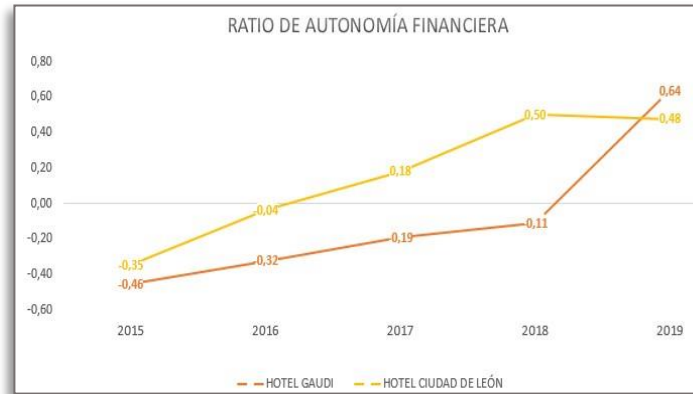
6.1.5.2. Ratio de autonomía financiera

Esta ratio se obtiene relacionando por cociente los recursos propios (patrimonio neto) y los ajenos (pasivo total), para conocer así el grado de dependencia que tiene nuestras empresas hoteleras con respecto a los acreedores (Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez, 2015). O, dicho de otro modo, el grado de independencia de las sociedades en función de la procedencia de los recursos financieros que utilizan, siendo pues un indicador de la intensidad de capitales propios empleados por cada unidad monetaria de deuda.

Aunque los valores normales para esta ratio se encuentran entre 0,8 y 1,2 aproximadamente -siempre dependiendo y variando según algunos factores como el sector al que pertenezca-, en este caso nos encontramos con valores muy inferiores,

incluso casi todos los años llegando a valores negativos en ambos negocios. Esto se debe una vez más, al patrimonio neto negativo que presentan ambas empresas durante varios años, con un desequilibrio financiero preocupante, una débil autonomía financiera y una excesiva dependencia de la deuda. Sin embargo, hay que volver a insistir en la tendencia a una clara mejoría en el valor del indicador en ambas entidades en los dos últimos ejercicios, lo que arroja algo de luz a un futuro incierto.

Gráfico 6.7.- Ratio de autonomía financiera

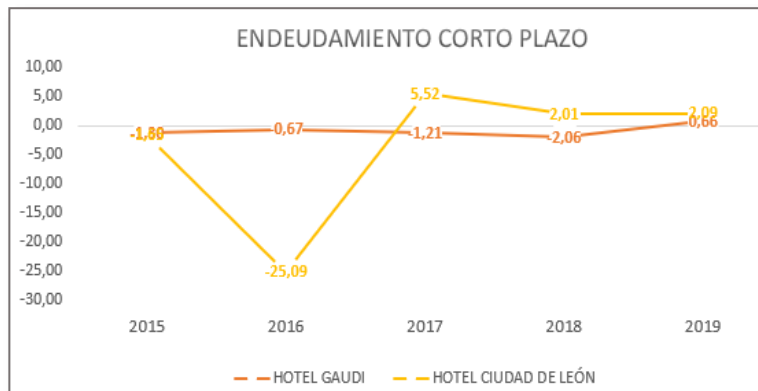


Fuente: elaboración propia

6.1.5.3. Ratios de endeudamiento

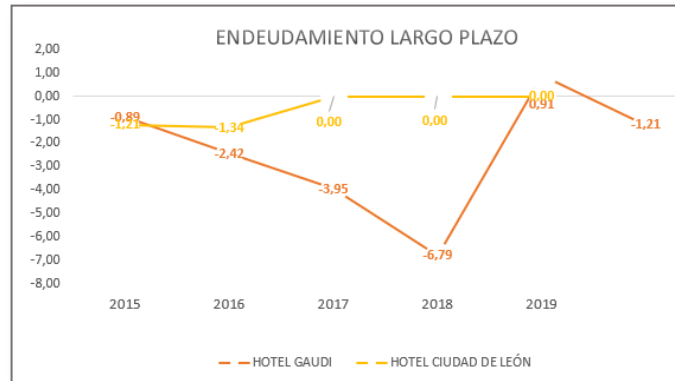
En cuanto a las ratios de endeudamiento, son indicadores del grado de deuda de las sociedades, y, por tanto, una medida del riesgo financiero que corren los accionistas (Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez, 2015). Es decir, indican la cantidad de deuda por cada euro de recursos propios. Normalmente, cuando el valor del indicador de la ratio de endeudamiento supera la unidad, se considera un límite psicológico que no conviene sobrepasar, dado que la empresa empieza a pertenecer más a los acreedores que a los propietarios.

Gráfico 6.8.- Endeudamiento a corto plazo



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 6.9.- Endeudamiento a largo plazo

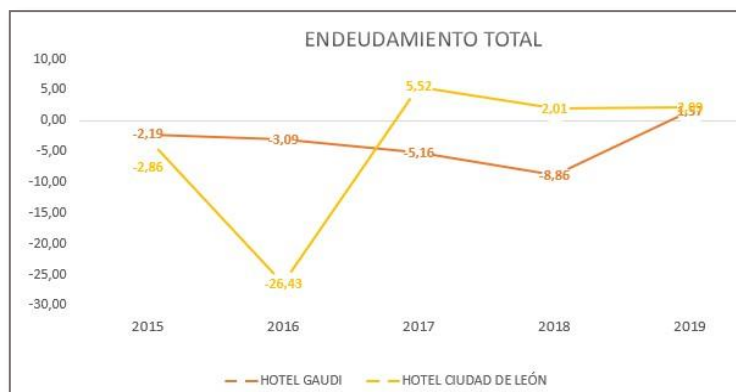


Fuente: elaboración propia

- Para el **endeudamiento a corto plazo (ECP)**, se divide el pasivo corriente entre el patrimonio neto.
- Para el **endeudamiento a largo plazo (ELP)**, se divide el pasivo no corriente entre el patrimonio neto.
- Para el **endeudamiento total (ET)**, se divide el pasivo total entre el patrimonio neto o se suman los dos anteriores.

En cuanto a los valores ideales para los tres indicadores, hay que indicar que cuanto menor sea el endeudamiento, menores el riesgo financiero pero menor es la rentabilidad al no aprovechar el efecto multiplicador que la deuda remunerada produce en la rentabilidad financiera. Cabe destacar que siempre ha de ser mayor el endeudamiento a largo plazo que a corto plazo para un mismo año, para que la composición de la deuda sea de calidad y exista un menor riesgo de insolvencia.

Gráfico 6.10.- Endeudamiento total



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las conclusiones obtenidas de los cálculos para nuestras sociedades objeto de estudio, se han obtenido valores negativos en los años en los que el patrimonio neto ha sido negativo, por lo que no se pueden sacar conclusiones útiles de sus valores. En efecto,

durante esos ejercicios ambas sociedades se encontraban en situación de desequilibrio máximo y en situación muy cercana a la quiebra técnica.

En cuanto a la composición de la deuda, el Hotel Gaudí S.L. tiene una correcta distribución de la misma, siendo esta superior en el largo plazo para cuatro de los cinco años. Por otra parte, el Hotel Ciudad de León S.L. muestra la situación contraria, utilizando dentro de su estructura de financiación básicamente la deuda a corto plazo.

En el año 2019 ambas sociedades presentan una ratio de endeudamiento superior a la unidad, todavía con excesivo endeudamiento, pero dado el crecimiento de los recursos propios, la situación financiera ha mejorado y el riesgo financiero ha disminuido significativamente. La tendencia, pues, parece positiva, si bien cabe pensar que se habrá visto interrumpida por las consecuencias que para el sector hotelero ha tenido la pandemia del covid-19 en los años 2020 y 2021.

6.1.5.4. Ratios de capitalización

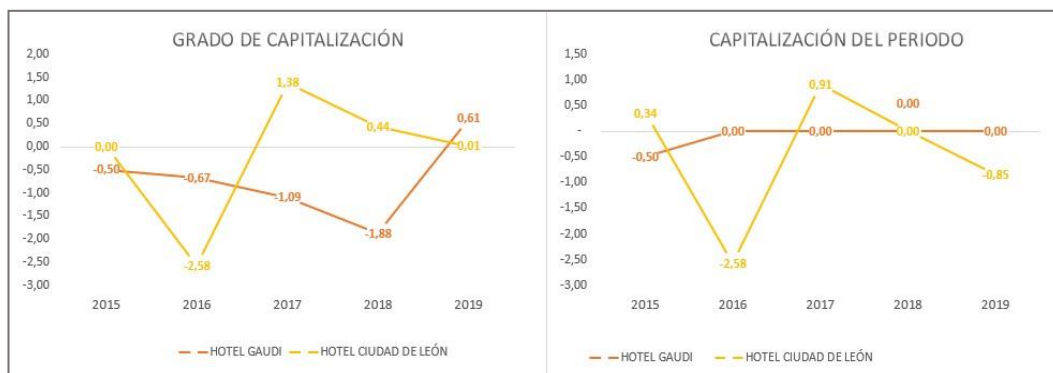
En el análisis de la estructura financiera a largo plazo también suelen incluirse los ratios de capitalización. Pretenden poner de manifiesto la política de distribución de dividendos y de dotación de reservas con cargo a los resultados del ejercicio.

En cuanto al grado de capitalización, se calcula dividiendo la autofinanciación de enriquecimiento total entre el patrimonio neto, fijándose no solamente en el año de estudio, sino que nos indica la importancia relativa de esta autofinanciación de enriquecimiento dentro del patrimonio neto de las sociedades.

Por otro lado, la capitalización del periodo alude únicamente a las reservas dotadas en relación con el resultado del ejercicio.

Los valores obtenidos son los siguientes:

Gráfico 6.11.- Ratios de capitalización



Fuente: elaboración propia.

En este caso, estas ratios no son de especial interés, ya que aluden a las reservas de la empresa y dado que ambas empresas han tenido un patrimonio neto negativo casi todos los años de estudio, ocasionado por la acumulación de resultados negativos de ejercicios anteriores, los resultados positivos de cada año han estado dirigidos a compensar las pérdidas. Por tanto, las reservas apenas han variado año tras año.

6.2. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA

El análisis de la estructura económica consiste en el estudio de la composición y evolución de los activos fijos y corrientes del Balance de Situación.

6.2.1. Análisis vertical o estático de la estructura económica

El análisis de porcentajes verticales nos permite conocer el peso relativo de cada masa de la estructura económica en relación con el total del activo. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 6.5.- Porcentajes verticales de la estructura económica.

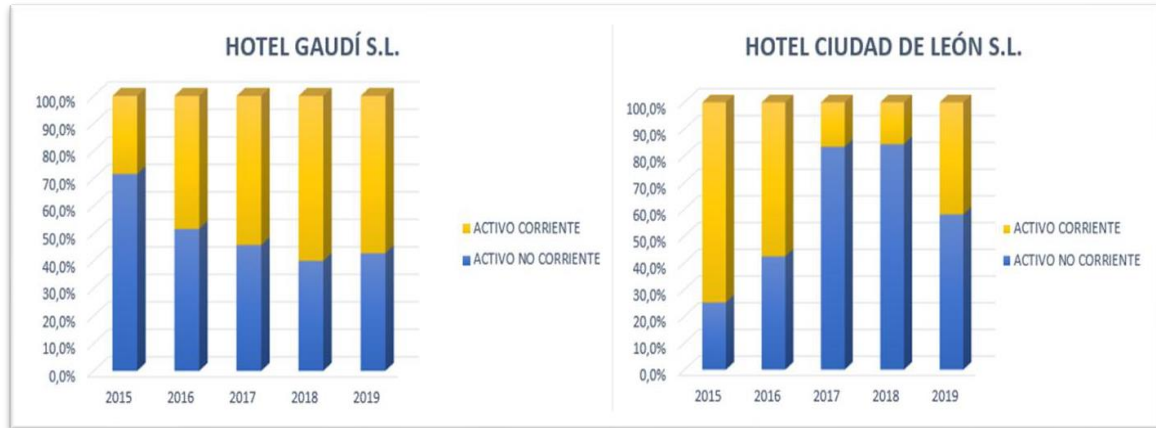
| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | |
|------------------------------------|-------------|---------|---------|---------|---------|----------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ACTIVO NO CORRIENTE | 71,60% | 51,60% | 45,70% | 40,00% | 42,80% | 25,20% | 42,40% | 83,30% | 84,30% | 58,10% |
| Inmov. material | 71,50% | 51,50% | 45,70% | 40,00% | 42,70% | 22,00% | 29,70% | 19,60% | 18,20% | 56,40% |
| Inv. Finan. en empresas grupo l.p. | - | - | - | - | - | 2,70% | 12,30% | 63,30% | 66,00% | 1,40% |
| ACTIVO CORRIENTE | 28,40% | 48,40% | 54,30% | 60,00% | 57,20% | 74,80% | 57,60% | 16,70% | 15,70% | 41,90% |
| Existencias | 6,60% | 6,10% | 4,90% | 6,10% | 5,70% | - | - | - | 1,80% | 8,80% |
| Inv. Finan. En empresas grupo c.p. | - | - | - | - | - | 54,10% | - | - | - | - |
| Deudores | 2,60% | 1,20% | 3,00% | 1,50% | 2,20% | 17,30% | 18,80% | 9,40% | 8,00% | 14,70% |
| Efectivo | 19,00% | 41,00% | 46,30% | 52,20% | 49,20% | 3,30% | 38,60% | 7,00% | 5,70% | 18,00% |
| TOTAL ACTIVO | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Fuente: elaboración propia a partir del Balance de Situación.

Como podemos observar, el Hotel Gaudí cuenta con un ligeramente mayor peso en el activo corriente, aunque se podría decir que están repartidos equitativamente, a excepción del año 2015, donde destaca muy por encima el activo no corriente. Además, la tendencia es creciente puesto que cada año aumenta más el peso del activo corriente. Por el contrario, el Hotel Ciudad de León cuenta con mayor peso en el activo corriente los dos primeros años, y con mayor peso en el activo no corriente para los tres últimos años de estudio.

Cabe destacar por su importancia relativa el peso de las “inversiones en empresas del grupo a corto plazo” de la sociedad Hotel Ciudad de León, que presenta un porcentaje anormalmente elevado para el año 2015, pero tras revisar las notas de la memoria, no se ha podido encontrar justificación para este hecho.

Gráfico 6.12.- Porcentajes verticales del Análisis Financiero.



Fuente: elaboración propia.

6.2.2. Análisis horizontal o dinámico de la estructura económica

Por su parte, el análisis horizontal nos permite conocer en mayor detalle cómo han evolucionado todas las partidas, comparando el año de estudio con el año anterior para conocer el porcentaje exacto en el que ha aumentado o disminuido su valor.

Tabla 6.6.- Porcentajes horizontales del análisis económico.

| | HOTEL GAUDI | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | |
|-----------------------------|-------------|-------|--------|-------|----------------------|---------|--------|----------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ACTIVO NO CORRIENTE | -6,5% | 7,6% | -4,1% | 7,2% | 30,2% | 63,9% | 31,9% | -174,7% |
| Inmovilizado material | -6,5% | 7,6% | -4,1% | 7,2% | 12,9% | -7,7% | 25,9% | 39,0% |
| Inv. Finan. Emp. Grupo l/p | - | - | - | - | 74,0% | 86,2% | 33,9% | -9035,7% |
| ACTIVO CORRIENTE | 54,9% | 27,0% | 17,6% | -3,9% | -52,6% | -145,2% | 26,6% | 29,4% |
| Existencias | 16,2% | -1,7% | 27,2% | -5,9% | - | - | 100,0% | 61,3% |
| Deudores | -66,7% | 66,9% | -78,9% | 30,7% | -8,4% | -41,7% | 19,5% | -3,5% |
| Inv. Finan. Emp. Grupo c.p. | - | - | - | - | -100,0% | - | - | - |
| Efectivo | 64,4% | 27,5% | 19,3% | -5,3% | 89,8% | -289,7% | 15,1% | 40,2% |
| TOTAL ACTIVO | 23,2% | 18,1% | 8,9% | 0,8% | -17,5% | 29,1% | 31,1% | -89,2% |

Fuente: elaboración propia a partir del Balance de Situación.

Fijándonos pues en los datos tabulados, podemos comprobar que el Hotel Gaudí S.L. presenta una tendencia creciente en el activo corriente hasta el año 2018. Además, el total del activo también va aumentando cada año, aunque en mayor medida los años 2016 y 2017.

Por su parte, el Hotel Ciudad de León S.L. ha experimentado una evolución decreciente del activo corriente, en especial en el año 2017. Por el contrario, el activo no corriente, ha seguido una tendencia creciente hasta el año 2019, año en el cual ha sufrido una disminución drástica por motivos que no se especifican en la memoria. En cuanto al total del activo de esta segunda sociedad, muestra una tendencia irregular, con grandes aumentos y disminuciones, probablemente desencadenadas por los valores irregulares de la partida de inversiones en el grupo, tanto en el corto como en el largo plazo.

6.2.3. Rentabilidad económica

También conocida como rentabilidad de los activos o de las inversiones, la rentabilidad económica es la relación entre el resultado antes de intereses e impuestos (RAIT) y el activo total medio. Por tanto, es una medida de la rentabilidad de las inversiones totales sin tener en cuenta la forma de financiación elegida, sino solamente la capacidad de generar beneficios que tienen las inversiones del activo como unidad productiva de prestación de servicios.

La rentabilidad económica se puede medir mediante varios indicadores dependiendo de los matices que se incorporen en las magnitudes del numerador y denominador del cociente. En este trabajo, vamos a utilizar como medida de la rentabilidad económica, la rentabilidad de los activos totales, que se calcula conforme a la siguiente expresión:

$$RAT = \frac{BAIT}{ATM} \times 100$$

En el numerador figura el beneficio antes de gastos financieros e impuestos y en el denominador los activos totales que por término medio ha utilizado la entidad en el ejercicio para generar el beneficio que figura en el numerador. Al sumar al beneficio neto los gastos financieros se consigue que el cálculo sea independiente de la forma en que la empresa se ha financiado.

Para una mejor interpretación, la rentabilidad económica se suele descomponer en dos elementos: el margen de beneficios (MB) y la rotación de los activos (RA). Para ello, se multiplica y se divide la fórmula anterior por las Ventas Netas (VN), obteniendo la siguiente fórmula:

$$RAT = \frac{BAIT}{ATM} \times 100 \times \frac{VN}{VN} = \frac{BAIT}{VN} \times 100 \times \frac{VN}{ATM} = MB \times RA$$

El margen de beneficio mide el porcentaje de beneficio antes de gastos financieros e impuestos que queda libre por cada euro de ingresos por prestación de servicios. Se suele considerar que el margen de beneficio es aceptable cuando supera el 10%, si bien hay compararlo con el que resulta habitual en el sector en que opere la empresa.

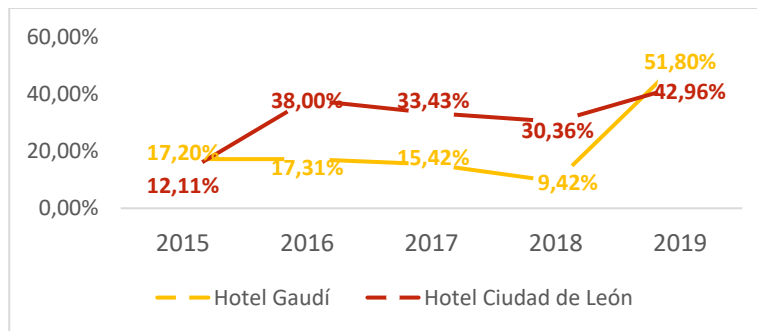
Por su parte, la rotación de activos, que es una medida de la eficiencia conseguida en la utilización de los activos, suele considerarse aceptable cuando supera la unidad.

Tabla 6.7.- Rentabilidad económica.

| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | |
|--------------------------|-------------|--------|--------|-------|--------|----------------------|--------|--------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| RAT | 17,20% | 17,31% | 15,42% | 9,42% | 51,80% | 12,11% | 38,00% | 33,43% | 30,36% | 42,96% |
| Margen Beneficios | 7,39% | 8,61% | 7,38% | 4,90% | 25,36% | 5,43% | 12,83% | 14,69% | 17,71% | 13,84% |
| Rotación Activos | 2,33 | 2,01 | 2,09 | 1,92 | 2,04 | 2,23 | 2,96 | 2,28 | 1,71 | 3,10 |

Fuente: elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

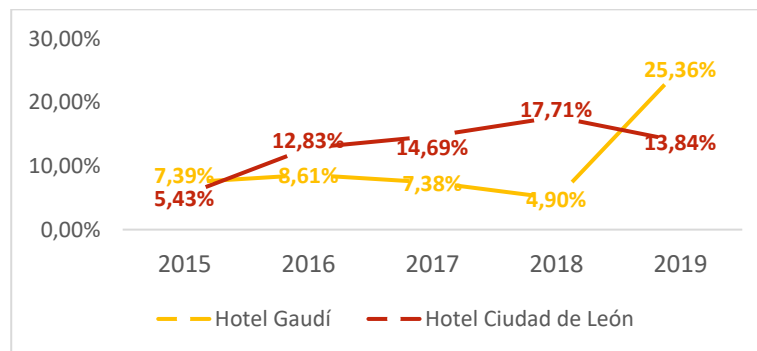
Gráfico 6.13.- Rentabilidad económica



Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados de la *Tabla 6.7*, ilustrados mediante el *Gráfico 6.13*, ambas empresas obtienen una rentabilidad económica elevada, especialmente el Hotel Ciudad de León donde se sitúa por encima del 30%. Por tanto, están utilizando eficientemente sus activos en la generación de rendimientos.

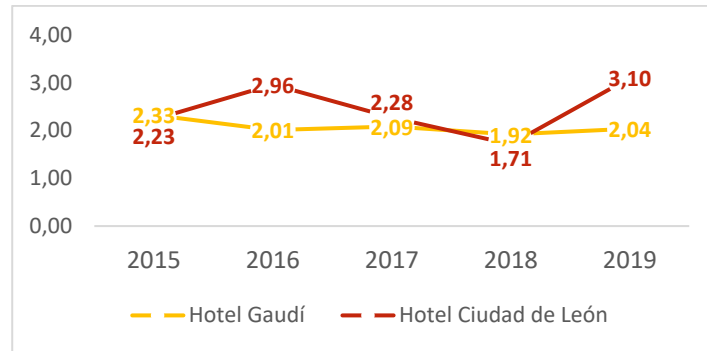
Gráfico 6.14.- Margen de beneficio antes de gastos financieros e impuestos.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al margen de beneficios, mientras el Hotel Gaudí solamente obtiene márgenes de beneficio aceptables en el año 2019, pues durante los años anteriores se sitúa por debajo de la cifra de referencia del 10%, en cambio el Hotel Ciudad de León a partir del año 2016 presenta una tendencia creciente en niveles muy aceptables.

Gráfico 6.15.- Rotación de los activos



Fuente: Elaboración propia

Por lo que hace referencia a la rotación de los activos, ambas sociedades tienen una excelente utilización de los activos durante toda la serie temporal analizada con valores superiores a 2, es decir, por cada euro invertido en sus activos, ambas empresas son capaces de generar más de dos euros de ingresos por prestación de servicios

6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado, dejaremos atrás el Balance de Situación para centrarnos en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, analizando los resultados que han obtenido las sociedades, así como la composición y evolución de los gastos e ingresos de las mismas.

6.3.1. Análisis vertical o estático de los resultados

En este último análisis vertical hemos tenido en cuenta, solamente, las partidas con mayor relevancia de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de ambas sociedades.

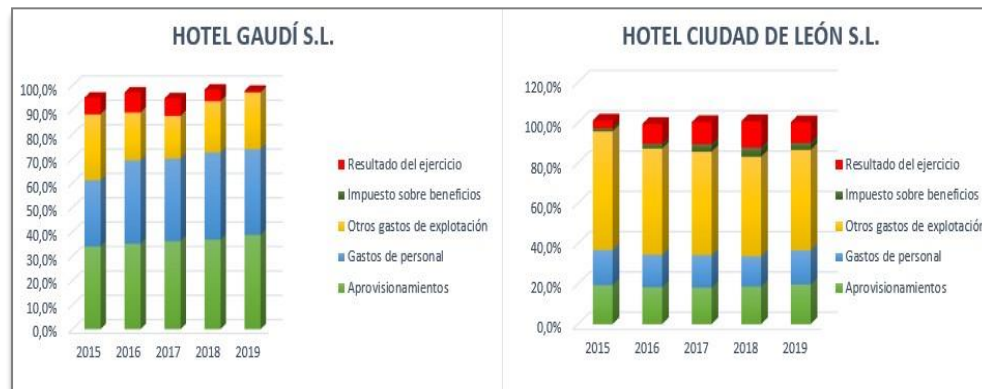
Tabla 6.8.- Porcentajes Verticales de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | |
|---|-------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|--------|--------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Importe neto de la cifra de negocios | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Aprovisionamientos | 33,9% | 35,1% | 36,1% | 36,7% | 38,7% | 19,3% | 18,3% | 18,1% | 18,7% | 19,7% |
| Gastos de personal | 27,2% | 34,2% | 33,9% | 35,8% | 35,2% | 17,4% | 16,1% | 16,2% | 15,0% | 16,9% |
| Otros gastos de explotación | 27,0% | 19,6% | 17,5% | 21,0% | 23,3% | 58,9% | 52,7% | 51,3% | 49,4% | 49,9% |
| Resultado de explotación | 7,4% | 8,6% | 7,4% | 4,9% | 25,4% | 4,6% | 12,7% | 14,1% | 16,7% | 12,9% |
| EBITDA | 11,8% | 10,8% | 9,2% | 6,7% | 2,8% | 5,4% | 13,4% | 14,9% | 17,9% | 14,6% |
| Resultado antes de impuestos | 6,9% | 8,3% | 7,3% | 4,8% | 49,8% | 5,4% | 12,2% | 14,7% | 17,7% | 13,7% |
| Impuesto sobre beneficios | - | - | - | - | - | 1,5% | 2,3% | 3,7% | 4,4% | 3,4% |
| Resultado del ejercicio | 6,9% | 8,3% | 7,3% | 4,8% | 0,7% | 3,9% | 9,9% | 11,0% | 13,2% | 10,3% |

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que, para la sociedad astorgana, el mayor gasto que tuvo que soportar fueron los gastos de personal, mientras que, para la sociedad ubicada en León, la partida de gastos con mayor peso fueron los gastos de explotación. Esta distribución diferente de los gastos se puede deber, en parte, a que el Hotel Gaudí S.L. utiliza personal propio para desarrollar la mayor parte de las tareas (limpieza, mantenimiento, etc...), mientras que el Hotel Ciudad de León S.L. opta por subcontratar estos servicios.

Gráfico 6.16.- Porcentajes verticales de la cuenta de resultados



Fuente: Elaboración propia

Otro dato importante es el hecho de que el Hotel Gaudí S.L. no tribute por el Impuesto de Sociedades. Esto se debe a que, a pesar de haber obtenido resultados del ejercicio positivos en estos últimos años, tiene bases imponibles negativas de años anteriores fruto de haber tenido pérdidas en ejercicios pasados. Por ello, estas bases imponibles negativas compensan las bases positivas en los años siguientes, haciendo que la empresa no devengue gasto por este impuesto. Además, podemos observar en el gráfico 7.19 que el

resultado del ejercicio supone un porcentaje superior de las ventas netas en el caso del Hotel Ciudad de León, a excepción del año 2015, denotando ello una mejor situación general y una obtención de beneficios mayor, en comparación con los ingresos.

6.3.2. Análisis horizontal o dinámico de los resultados.

Finalmente, terminamos el análisis de resultados con el análisis de la evolución de los ingresos y gastos a lo largo de la serie temporal analizada.

Tabla 6.9.- Porcentajes Horizontales de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

| | HOTEL GAUDI | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | |
|---|-------------|-------|--------|--------|----------------------|-------|-------|--------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Importe neto de la cifra de negocios | 12,5% | 26,9% | 1,0% | 7,2% | 12,9% | 8,3% | 9,4% | -4,3% |
| Aprovisionamientos | 16,3% | 30,8% | 2,7% | 12,9% | 7,0% | 6,7% | 13,2% | 0,9% |
| Gastos de personal | 41,5% | 25,6% | 6,7% | 5,5% | 4,4% | 8,7% | 1,2% | 8,2% |
| Otros gastos de explotación | -18,4% | 13,2% | 21,5% | 18,7% | 1,1% | 5,5% | 5,3% | -3,4% |
| EBITDA | 2,8% | 7,8% | -25,9% | 335,0% | 181,9% | 20,1% | 31,4% | -21,6% |
| Resultado antes de impuestos | 35,3% | 11,8% | -33,9% | 468,1% | 155,2% | 30,2% | 31,4% | -25,6% |
| Impuesto sobre beneficios | - | - | - | - | 68,7% | 73,2% | 31,4% | -25,7% |
| Resultado del ejercicio | 35,3% | 11,8% | -33,9% | 468,1% | 189,5% | 20,2% | 31,4% | -25,6% |

Fuente: elaboración propia

La evolución ha sido íntegramente positiva, a excepción del año 2018 para el Hotel Gaudí, año en el cual sufrió una disminución del resultado del ejercicio de un 34% con respecto al año anterior, debido a un ligero aumento de los ingresos acompañado de un aumento en la misma proporción de los aprovisionamientos con el fin de cubrir esta mayor actividad. En cambio, el gasto de personal y los otros gastos de explotación, y especialmente estos últimos, han tenido incrementos muy significativos no cubiertos por ese aumento de los ingresos.

Además, cabe destacar que esta misma sociedad aumentó en un 468% su resultado del ejercicio en el año 2019, hecho derivado de una condonación de una deuda de 200.000€ en dicho año.

También el Hotel Ciudad de León, por su parte, tuvo un aumento significativo del 189% en sus resultados para el ejercicio del 2016, derivado del aumento de los ingresos por ventas en un 13%, que también supuso un aumento de los gastos para cubrir esta mayor actividad, si bien el incremento de los gastos ha sido menor, dando como resultado este aumento significativo del resultado.

6.3.3. Estudio de la rentabilidad del personal

Finalmente, realizaremos una visión final de la influencia que tiene el número de empleados en los resultados obtenidos por la empresa.

Tabla 6.10. Ratios de rentabilidad del personal.

| | HOTEL GAUDI | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN | | | | |
|--|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Número de empleados | 8 | 10 | 14 | 14 | 16 | 9 | 10 | 11 | 11 | 10 |
| Gastos de personal por empleado | 17.928,79 | 20.291,13 | 18.203,70 | 19.420,47 | 17.933,67 | 22.136,13 | 20.807,43 | 20.568,15 | 20.820,00 | 24.777,90 |
| Importe de la cifra de negocios por empleado | 65.861,26 | 59.268,05 | 53.737,61 | 54.264,41 | 50.907,99 | 127.084,78 | 129.182,53 | 127.182,46 | 139.085,78 | 146.385,71 |

Fuente: elaboración propia

Aunque en una primera interpretación pudiéramos decir que el hotel perteneciente a la cadena Exe Hoteles cuenta con una mayor rentabilidad del personal, ya que, con un número similar de empleados al de la sociedad astorgana, cuenta con un importe de la cifra de negocios por empleado claramente superior, hay que tener en cuenta el uso de la subcontratación en ambas sociedades.

En el caso del Hotel Gaudí S.L., se opta por llevar a cabo servicios secundarios del hotel como son la limpieza, la restauración o el mantenimiento de las instalaciones mediante la contratación de personal propio.

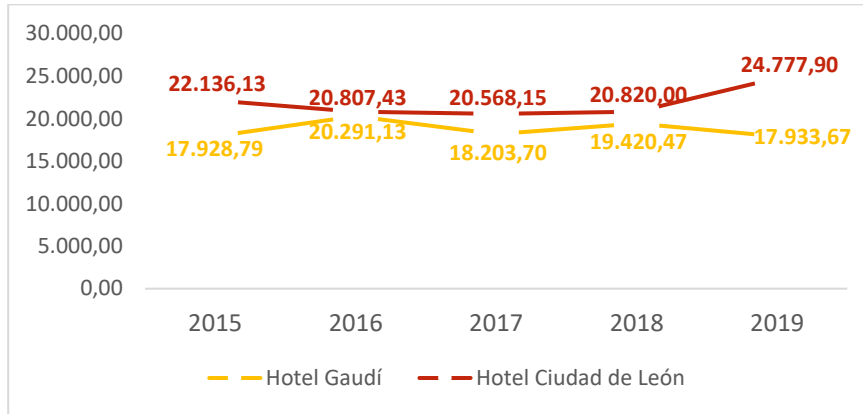
Sin embargo, el Hotel Ciudad de León S.L. utiliza la subcontratación de otras empresas para cubrir estos servicios, por lo que el gasto que conllevan no se encuentra reflejado en este apartado, pero también influye en el importe de la cifra de negocios por empleado.

Es por ello por lo que, no podemos determinar que la sociedad leonesa cuente con una ventaja sobre la sociedad maragata sin saber los gastos que soporta por la subcontratación.

En cuanto a los gastos de personal por empleado podemos observar que ambas sociedades muestran valores muy similares.

Por último, realizamos la representación gráfica de los datos para conocer la tendencia que siguen:

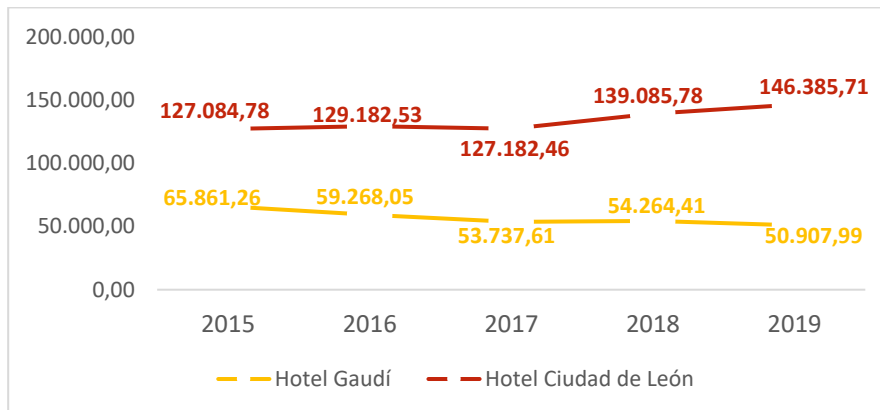
Gráfico 6.17.- Gasto de personal por empleado.



Fuente: elaboración propia.

Tal y como se muestra en el *Gráfico 6.17.*, ambos hoteles muestran valores y tendencias muy similares, aunque el Hotel Gaudí tiende ligeramente a disminuir estos gastos por empleado, probablemente debido al aumento en el número de empleados. Mientras que el Hotel Exe León tiende ligeramente a aumentarlos, lo cual podría explicarse con la disminución de la plantilla en un empleado.

Gráfico 6.18. Importe de la cifra de negocios por empleado



Fuente: elaboración propia.

Finalmente, en cuanto al importe de la cifra de negocios por empleado, se observa que, aunque con valores mucho más elevados en el caso de la sociedad Hotel Ciudad de León, la tendencia se mantiene más o menos constante en ambas empresas, con un ligero aumento los últimos años del estudio para el Hotel Exe León.

7. CONCLUSIONES

A continuación, detallaremos las conclusiones principales obtenidas a lo largo del análisis realizado.

La principal conclusión obtenida, negativa en ambos hoteles, es la **inestabilidad patrimonial** que presentan, derivada de la existencia de un patrimonio neto negativo durante los primeros años analizados, mejorando, no obstante, en los sucesivos. Este hecho nos desvela que ambos hoteles han pasado por momentos muy complicados, que condicionan el análisis del periodo analizado y que explican las tendencias observadas.

De lo anterior subyacen otras, como puede ser el alto endeudamiento de ambos hoteles. En el caso del Hotel Gaudí, este ha acudido a financiación bancaria. En cambio, su competidor leonés la ha obtenido del grupo al que pertenece. Si analizamos la **estructura de la deuda**, podemos destacar al hotel astorgano Gaudí ya que cuenta con una mayor proporción de deudas en el largo plazo, lo cual es altamente positivo y le asegura que va a contar con mayor **capacidad para hacerlas frente**, tal y como nos afirman las ratios de liquidez, en las cuales destaca siempre por encima del Hotel Exe León.

Otro aspecto en que el hotel ubicado en Astorga destaca muy por encima de su competidor leonés es el **fondo de maniobra**, puesto que cuenta con un fondo de maniobra positivo todos los años a excepción del primero analizado, mientras que el hotel leonés lo mantiene negativo en todos los periodos analizados. Este hecho, unido a la estructura de la deuda, son muy significativos y nos indican que el Hotel Exe León podría tener problemas para hacer frente a sus compromisos en el corto plazo, dificultad que aparentemente el Hotel Gaudí no tiene.

En contraposición a lo visto en el balance, la **rentabilidad económica** es claramente superior en el caso del Hotel Ciudad de León S.L., lo cual nos señala una mayor capacidad de generar beneficios a partir de las inversiones del activo. Pero no hay que olvidar que este hotel tiene un tamaño considerablemente mayor al astorgano, y de ahí que la comparación haya que realizarla con la máxima cautela.

En cuanto a los **resultados**, hay que comentar que el Hotel Gaudí S.L. genera menores beneficios que el Hotel Ciudad de León S.L. como consecuencia de su menor tamaño -35 habitaciones frente a 63-, pero si analizamos el peso del resultado antes de impuestos o el

EBITDA sobre las ventas, vemos cómo en ambos ratios el hotel leonés obtiene mejores resultados, lo cual nos indica que cuenta una mayor rentabilidad de sus ventas, y por tanto un menor importe de gastos que cubrir así como una mejor situación financiera.

Dejando de lado el análisis puro de los estados financieros, no debemos olvidar que el Hotel Gaudí radica en una población más pequeña que, si bien posee una atracción turística enorme, esta puede ser algo menor a la de la capital leonesa, por la variedad de atractivos turísticos de diversa índole que puede ofrecer León en contraposición a Astorga. Con esto queremos decir que el público potencial al que se dirige el hotel astorgano es menor, lo que implica mayores dificultades para obtener niveles de ocupación elevados.

Otro punto a comentar es el hecho de que el hotel leones pertenece a un gran grupo hotelero nacional, con el apoyo financiero y garantía que ello supone en todo momento.

En resumen, no podríamos catalogar a ninguno de los dos modelos de negocio como “el mejor”, ya que, durante el estudio ambos han mostrado puntos a favor y en contra en distintos aspectos:

- La Sociedad Hotel Gaudí S.L., con un modelo de negocio familiar destaca en el ámbito financiero, con una situación financiera estable y resultados recurrentes, lo que lo sitúa en una posición cómoda hacia el futuro, pero sin posibilidad de conseguir altas tasas de crecimiento ya que para ello debería acometer inversiones muy significativas y aumentar de esta forma su tamaño.
- Por su parte, la Sociedad Hotel Ciudad de León S.L., enmarcada dentro un conjunto de empresas dirigidas por un mismo administrador, destaca en el ámbito económico, así como en los resultados obtenidos en los ejercicios estudiados (del 2015 al 2019). Pero sin olvidar el hecho de que podría tener dificultades para afrontar alguno de sus compromisos, si bien, no nos cabe duda de que llegado ese momento tendría el respaldo de su grupo.

¿Estamos ante el típico caso del pequeño negocio familiar asentado, dirigido de forma conservadora, pero sin armas para luchar contra un gigante hotelero que, como en el caso del Exe León puede tener “pies de barro”? El tiempo, juez inexorable y justo, dará oportuna respuesta a esta pregunta.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Díaz, A. (2020a). *Aportación directa del turismo al empleo en el mundo 2013-2019*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/640174/aportacion-directa-del-sector-del-turismo-al-empleo-en-el-mundo/>
- Díaz, A. (2020). *Aportación directa del turismo al PIB en el mundo 2013-2019*. En Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/640133/aportacion-directa-del-sector-turistico-al-pib-mundial/>
- Díaz, A. (2020b). *Turismo en España: gasto doméstico 2012-2019*. <https://es.statista.com/estadisticas/537367/gasto-turistico-domestico-en-espana/>
- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, 95 (2010).
- Faraldo, J. M., y Rodríguez López, C. (2013). *Introducción a la historia del turismo*. Alianza.
- Garrido Miralles, P. (2015). Análisis de estados contables: elaboración e interpretación de la información financiera. En *Análisis de estados contables: elaboración e interpretación de la información financiera* (3ª ed.). Pirámide.
- Hotel Gaudí. (2021). *Hotel Gaudí*. <https://gaudihotel.es/hotel/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Últimos datos de la cuenta satélite del turismode España*. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- Instituto Nacional de Estadística. (2021a). *Número de turistas según país de residencia*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10822>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021b). *Encuesta de gasto turístico por país de residencia*. https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177002&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- López Martínez, G. (2015). El Grand Tour: Revisión de un viaje antropológico. *Gran Tour*, 12, 106-120.
- Muñoz Merchante, A. (2019). Análisis de estados financieros. En *Análisis de estados financieros*. Sanz y Torres.

- Organización Mundial del Turismo. (s. f.). *Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Real decreto-ley 4/2014: Un nuevo respiro para empresas en causa de disolución por pérdidas. (2014). *Actualidad Jurídica*. <https://www.cialt.com/blog/actualidad-juridica/el-real-decreto-ley-42014-un-nuevo-respiro-para-empresas-en-causa-de-disolucion-por-perdidas/>
- Vallejo Pousada, R. (2002). Economía e historia del turismo español del siglo XX. *Historia Contemporánea*, 25, 203-232.
- Vallejo Pousada, R. (2015). El gran viaje. 1955-2015. Sesenta años de Turismo en España. En *Escuela de Organización Industrial*. Fundación EOI. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6198920>

ANEXOS

Cuentas Anuales (Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias) de las sociedades Hotel Gaudí S.L. y Hotel Ciudad de León S.L. para los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019.

Balance de situación

| ACTIVO | HOTEL GAUDÍ, S.L. | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN, S.L. | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| A) ACTIVO NO CORRIENTE | 162.167,98 | 152.295,13 | 164.780,26 | 158.299,80 | 170.647,47 | 129.010,85 | 184.958,11 | 512.341,22 | 752.867,31 | 274.031,93 |
| I. Inmovilizado Intangible | 0,01 | 0,01 | 0,01 | - | - | - | - | 917,77 | 247,80 | - |
| II. Inmovilizado material | 161.867,42 | 151.994,57 | 164.479,70 | 157.999,25 | 170.346,92 | 112.821,94 | 129.524,27 | 120.288,26 | 162.239,70 | 266.180,05 |
| III. Inversiones en empresas del grupo a largo plazo | - | - | - | - | - | 13.947,06 | 53.576,40 | 389.428,03 | 588.822,93 | 6.445,28 |
| IV. Inversiones financieras a l.p. | 300,55 | 300,55 | 300,55 | 300,55 | 300,55 | 877,31 | 643,18 | 643,18 | 643,18 | 643,18 |
| V. Activos por impuesto diferido | - | - | - | - | - | 1.364,54 | 1.214,26 | 1.063,98 | 913,70 | 763,42 |
| B) ACTIVO CORRIENTE | 64.326,59 | 142.620,15 | 195.428,64 | 237.117,48 | 228.122,67 | 383.291,87 | 251.216,43 | 102.472,19 | 139.701,07 | 197.761,92 |
| I. Existencias | 15.026,96 | 17.941,65 | 17.644,53 | 24.233,47 | 22.891,37 | - | - | - | 16.000,00 | 41.385,50 |
| II. Deudores comerciales y otras cuentas acobrar | 5.976,93 | 3.586,46 | 10.825,61 | 6.050,15 | 8.727,68 | 88.686,22 | 81.826,74 | 57.754,74 | 71.787,67 | 69.353,74 |
| 1. Clientes por ventas y prestaciones deservicios | 5.335,75 | 3.585,12 | 10.824,82 | 3.974,38 | 6.106,86 | 87.998,72 | 80.347,83 | 44.735,91 | 29.567,31 | 7.340,99 |
| a) Clientes por ventas y prestaciones deservicios a c.p. | 5.335,75 | 3.585,12 | 10.824,82 | 3.974,38 | 6.106,86 | 87.998,72 | 80.347,83 | 44.735,91 | 29.567,31 | 7.340,99 |
| 2. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 29.234,15 |
| 3. Otros deudores | 641,18 | 1,34 | 0,79 | 2.075,77 | 2.620,82 | 687,50 | 1478,91 | 13.018,83 | 42.220,36 | 32.778,60 |
| III. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo | - | - | - | - | - | 277.000,00 | - | - | - | - |
| IV. Inversiones financieras a c.p. | 305,00 | 305,00 | 305,00 | 305,00 | 305,00 | - | - | - | - | - |
| V. Periodificaciones a c.p. | - | - | - | - | - | 482,61 | 899,10 | 1.476,84 | 1.009,89 | 1.930,23 |
| VI. Efectivo y otros activos equivalentes | 43.017,70 | 120.787,04 | 166.653,50 | 206.528,86 | 196.198,62 | 17.123,04 | 168.490,59 | 43.240,61 | 50.903,51 | 85.092,45 |
| TOTAL ACTIVO (A+B) | 294.915,28 | 226.498,57 | 360.208,90 | 395.417,28 | 398.770,14 | 512.302,72 | 436.174,54 | 614.813,41 | 892.568,38 | 471.793,85 |

| PATRIMONIO NETO Y PASIVO | HOTEL GAUDÍ, S.L. | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN, S.L | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| A) PARIMONIO NETO | -190.121,41 | -141.201,71 | -86.492,24 | -50.332,66 | 155.097,16 | -275.367,57 | -17.151,22 | 94.286,98 | 296.817,19 | 152.447,81 |
| A-1) Fondos propios | -190.121,41 | -141.201,71 | -86.492,24 | -50.332,66 | 155.097,16 | -275.367,57 | -17.151,22 | 94.286,98 | 296.817,19 | 152.447,81 |
| I. Capital | 72.120,00 | 72.120,00 | 72.120,00 | 72.120,00 | 72.120,00 | 3.050,00 | 3.050,00 | 3.050,00 | 3.050,00 | 3.050,00 |
| 1. Capital escriturado | 72.120,00 | 72.120,00 | 72.120,00 | 72.120,00 | 72.120,00 | 3.050,00 | 3.050,00 | 3.050,00 | 3.050,00 | 3.050,00 |
| II. Reservas | 94.607,57 | 94.607,57 | 94.607,57 | 94.607,57 | 94.607,57 | - | 44.288,63 | 129.765,98 | 129.765,98 | 767,41 |
| 1. Otras reservas | 94.607,57 | 94.607,57 | 94.607,57 | 94.607,57 | 94.607,57 | - | 44.288,63 | 129.765,98 | 129.765,98 | 767,41 |
| III. Resultados de ejercicios anteriores | -392.999,28 | -356.848,98 | -307.929,28 | -253.219,81 | -217.060,23 | -322.706,20 | -322.706,20 | -322.706,20 | -168.529,00 | - |
| IV. Otras aportaciones de socios | - | - | - | - | - | - | 130.000,00 | 130.000,00 | 130.000,00 | 130.000,00 |
| V. Resultado del ejercicio | 36.150,30 | 48.919,70 | 54.709,47 | 36.159,58 | 205.429,82 | 44.288,63 | 128.216,35 | 154.177,20 | 202.530,21 | 150.630,40 |
| VI. (Dividendo a cuenta) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | -132.000,00 |
| B) PASIVO NO CORRIENTE | 168.731,35 | 341.823,68 | 341.823,68 | 341.823,68 | 141.823,68 | 332.534,30 | 22.962,31 | - | - | - |
| I. Deudas a largo plazo | 168.731,35 | 341.823,68 | 341.823,68 | 341.823,68 | 141.823,68 | - | - | - | - | - |
| 1. Deudas con entidades de crédito | 12.231,35 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 2. Otras deudas a l.p. | 156.500,00 | 341.823,68 | 341.823,68 | 341.823,68 | 141.823,68 | - | - | - | - | - |
| II. Deudas con empresas del grupo y asociadas a l.p. | - | - | - | - | - | 332.534,30 | 22.962,31 | - | - | - |
| C) PASIVO CORRIENTE | 247.884,63 | 94.293,31 | 104.877,46 | 103.926,26 | 101.849,30 | 455.135,99 | 430.363,45 | 520.526,43 | 595.751,19 | 319.346,04 |
| I. Deudas a corto plazo | 6.922,79 | 6.922,79 | 6.922,79 | 6.922,79 | 6.922,79 | -414,24 | - | 42.739,00 | 0,22 | 95.000,00 |
| 1. Otras deudas a c.p. | 6.922,79 | 6.922,79 | 6.922,79 | 6.922,79 | 6.922,79 | -414,24 | - | 42.739,00 | 0,22 | 95.000,00 |
| II. Acreedores comerciales y otras cuentas apagar | 240.961,84 | 87.370,52 | 97.954,67 | 97.003,47 | 94.926,51 | 455.550,23 | 430.363,45 | 477.787,43 | 595.750,97 | 224.346,04 |
| 1. Proveedores | 27.837,91 | 32.508,59 | 40.506,76 | 53.604,62 | 40.291,56 | 409.700,96 | 395.899,68 | 431.906,44 | 551.244,34 | 178.459,67 |
| a) Proveedores a c.p. | 27.837,91 | 32.508,59 | 40.506,76 | 53.604,62 | 40.291,56 | 409.700,96 | 395.899,68 | 431.906,44 | 551.244,34 | 178.459,67 |
| 2. Otros acreedores | 213.123,93 | 54.861,93 | 57.447,91 | 43.398,85 | 54.634,95 | 45.849,27 | 34.463,77 | 45.880,99 | 44.506,63 | 45.886,37 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO | 226.494,57 | 294.915,28 | 360.208,90 | 395.417,28 | 398.770,14 | 512.302,72 | 436.174,54 | 614.813,41 | 892.568,38 | 471.793,85 |

Cuenta de pérdidas y ganancias

| DEBE/HABER | HOTEL GAUDÍ, S.L. | | | | | HOTEL CIUDAD DE LEÓN, S.L. | | | | |
|--|-------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1. Importe neto de la cifra de negocios | 526.890,11 | 592.680,50 | 752.326,47 | 759.701,76 | 814.527,79 | 1.143.763,02 | 1.291.825,26 | 1.399.007,04 | 1.529.943,63 | 1.463.857,06 |
| 2. Aprovisionamientos | -178.718,15 | -207.795,61 | -271.822,58 | -279.116,90 | -315.067,39 | -221.209,86 | -236.611,08 | -252.526,40 | -285.846,45 | -288.311,47 |
| 3. Otros Ingresos de explotación | - | - | - | - | 6,42 | 12.103,40 | 8.570,20 | 5.753,34 | 14.338,20 | 15.049,12 |
| 4. Gastos de personal | -143.430,35 | -202.911,26 | -254.851,86 | -271.886,56 | -286.938,68 | -199.225,13 | -208.074,26 | -226.249,66 | -229.020,00 | -247.779,02 |
| 5. Otros gastos de explotación | -142.363,16 | -116.179,58 | -131.546,59 | -159.789,89 | -189.651,64 | -673.893,16 | -681.004,38 | -718.247,84 | -755.966,11 | -729.998,61 |
| 6. Amortización del inmovilizado | -23.429,12 | -13.084,00 | -13.579,63 | -13.988,52 | -16.267,39 | -8.904,66 | -9.421,32 | -10.843,38 | -17.955,64 | -25.196,06 |
| 7. Deterioro y resultados por enajenación del inmovilizado | - | -1.304,19 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 8. Otros resultados | 0,01 | -368,45 | -25.004,24 | 2.321,64 | 199.961,91 | -108,35 | -1.549,65 | 248,56 | -71,84 | 1.565,95 |
| A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN | 38.949,34 | 51.037,41 | 55.521,57 | 37.241,53 | 206.571,02 | 52.525,26 | 163.734,77 | 197.141,66 | 255.421,79 | 189.186,97 |
| 9. Ingresos financieros | 5,11 | 7,10 | 9,48 | 3,50 | 1,50 | 9.533,77 | 2.006,80 | 8.411,01 | 15.534,01 | 13.478,94 |
| a) Otros ingresos financieros | 5,11 | 7,10 | 9,48 | 3,50 | 1,50 | 9.533,77 | 2.006,80 | 8.411,01 | 15.534,01 | 13.478,94 |
| 10. Gastos financieros | -2.804,15 | -2.124,81 | -821,58 | -1.085,45 | -1.142,70 | -188,02 | -7.865,92 | -3,15 | -918,51 | -1.865,45 |
| B) RESULTADO FINANCIERO | -2.799,04 | -2.117,71 | -812,10 | -1.081,95 | -1.141,20 | 9.345,75 | -5.859,12 | 8.407,86 | 14.615,50 | 11.613,49 |
| C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS | 36.150,30 | 48.919,70 | 54.709,47 | 36.159,58 | 205.429,82 | 61.871,01 | 157.875,65 | 205.549,52 | 270.037,29 | 200.800,46 |
| 11. Impuesto sobre beneficios | - | - | - | - | - | -17.582,38 | -29.659,30 | -51.372,32 | -67.507,08 | -50.170,06 |
| D) RESULTADO DEL EJERCICIO | 36.150,30 | 48.919,70 | 54.709,47 | 36.159,58 | 205.429,82 | 44.288,63 | 128.216,35 | 154.177,20 | 202.530,21 | 150.630,40 |

