

**“El efecto estrellas en la situación  
económico-financiera del sector  
hotelero en Canarias”**

**“The stars effect in the economic-  
financial situation of the hotel sector  
in the Canary Islands”**

**Autores:**

Mariola Swirska  
Omar Dévora Hernández  
Tamara González Hernández

Grado en Contabilidad y Finanzas  
Curso académico 2017/2018  
Convocatoria: Julio  
04/07/2018

## RESUMEN

La relevancia del turismo, principal entrada de divisas en la balanza por cuenta corriente de la economía canaria es lo que nos animó a acometer este Trabajo de Fin de Grado. Con él se pretende esclarecer si existe un “efecto estrellas” en el sector hotelero de forma que, a mayor número de estrellas de los hoteles, mayor rentabilidad y en general mejor posición económico-financiera.

Para llevar a cabo este trabajo sometemos a una muestra de 67 establecimientos hoteleros categorizados en tres y cuatro estrellas y ubicados en Canarias a un análisis económico-financiero de un conjunto de ratios. El periodo de análisis se extiende de 2012 a 2016.

Llegamos a la conclusión de que el número de estrellas de los establecimientos hoteleros objeto de estudio en este trabajo no constituye claramente argumento de diferenciación.

**Palabras claves:** Sector hotelero, efecto estrellas, rentabilidad, análisis económico-financiero.

## ABSTRACT

The importance of tourism, the main entry of foreign currency into the current account balance of the Canarian economy, is what encouraged us to undertake this Final Degree Project. The aim is to clarify if there is a "stars effect" in the hotel sector in such a way that a greater number of stars in hotels, greater profitability and in general a better economic-financial position.

To carry out this work we submit a sample of 67 hotel establishments categorized in three and four stars and located in the Canary Islands to an economic-financial analysis of a set of ratios. The analysis period extends from 2012 to 2016.

We conclude that the number of stars of the hotel establishments under study in this work does not constitute a clear differentiation argument.

**Keywords:** Hotel sector, stars effect, profitability, economic-financial analysis.

## Índice de contenidos

RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	2
1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. EL SECTOR HOTELERO EN LAS ISLAS CANARIAS .....	6
3. EL ENIGMA DE LAS ESTRELLAS DE LOS HOTELES.....	10
3.1. ENCUESTA DE OPINIÓN.....	11
4. MÉTODO Y RESULTADOS .....	12
4.1. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	12
4.1.1. Muestra .....	12
4.1.2. Datos y variables .....	14
4.2. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO DE UNA MUESTRA DE HOTELES CANARIOS CATEGORIZADOS EN FUNCIÓN AL NÚMERO DE ESTRELLAS.....	15
4.2.1. Rentabilidad económica.....	15
4.2.2. Margen económico de la prestación de servicios.....	17
4.2.3. Rotación del activo .....	18
4.2.4. Rentabilidad financiera.....	20
4.2.5. Ratio de liquidez .....	21
4.2.6. Ratio de endeudamiento .....	23
4.2.7. Solvencia .....	24
4.2.8. Autonomía financiera .....	25
4.3. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO .....	26
5. CONCLUSIONES .....	29
6. BIBLIOGRAFÍA .....	30

### Índice de gráficos

1. Gráfico pernoctaciones en Canarias .....	6
2. Gráfico número de pernoctaciones .....	7
3. Gráfico grado de ocupación .....	8
4. Gráfico índice de precios hoteleros .....	8
5. Gráfico tarifa media nacional de habitaciones .....	9
6. Gráfico resultados de la encuesta .....	11
7. Gráfico evolución de la rentabilidad económica .....	16
8. Gráfico evolución del margen económico de prestación de servicios .....	17
9. Gráfico evolución de la rotación de los activos .....	18
10. Gráfico evolución de la rentabilidad financiera .....	20
11. Gráfico evolución de la liquidez .....	22
12. Gráfico evolución del endeudamiento .....	23
13. Gráfico evolución de la solvencia .....	24
14. Gráfico evolución de la autonomía financiera .....	26

### Índice de tablas

1. Tabla relación de hoteles de tres estrellas .....	13
2. Tabla relación de hoteles de cuatro estrellas .....	14
3. Tabla rentabilidad económica en 2.016 .....	16
4. Tabla margen económico de prestación de servicios en 2.016 .....	18
5. Tabla rotación del activo en 2.016 .....	19
6. Tabla rentabilidad financiera en 2.016 .....	20
7. Tabla liquidez en 2.016 .....	22
8. Tabla endeudamiento en 2.016 .....	23
9. Tabla solvencia en 2.016 .....	24
10. Tabla autonomía financiera en 2.016 .....	26
11. Tabla valores de las variables en 2.016 .....	27

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo supone el desplazamiento de millones de personas en todo el mundo y es realizado con diferentes propósitos ya sea por motivos comerciales o profesionales, de descanso, salud, cultural, de religión, pero, sobre todo, la causa principal a nivel mundial es el ocio.

El sector hotelero suscita un gran interés por erigirse como uno de los principales motores que empuja a la economía de las Islas canarias a través de la creación de empleo y de empresas, el desarrollo de infraestructuras, así como por el efecto multiplicador que ejerce sobre el resto de los sectores productivos. El turismo ha experimentado una expansión continua a lo largo del tiempo, a pesar de la crisis financiera que azotó a los mercados en 2008, este sector se mantuvo indemne lo que demuestra la fortaleza y la resistencia de este.

El sector turístico internacional sigue una tendencia alcista durante todo el periodo de análisis de este trabajo (2012-2016), esta se debe a numerosos aspectos entre los que cabe señalar la simplificación de trámites de visados entre países, la disminución de precios de líneas aéreas o la mayor fluidez y conectividad entre países. Asimismo, a consecuencia del incremento de la demanda, el turismo internacional se ha enfrentado en el año 2016 a un escenario más favorable que en ejercicios anteriores.

Si bien es cierto que existen algunos cambios de dirección en el flujo de viajeros a lo largo de los años, cabe destacar que Europa recibió durante el año 2016 a más de la mitad de los turistas de todo el mundo. Uno de los factores que más ha favorecido este cambio de dirección del turismo ha sido la debilidad del euro frente al dólar, así como niveles de seguridad.

Un dato aún más relevante para este trabajo es que durante el mismo año España se posicionó en el tercer país a nivel mundial que más viajeros alojó, detrás de Francia y de Estados Unidos. Por tanto, Francia, Estados Unidos y España encabezan la clasificación de entrada de turistas internacionales, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Además de haber tenido esta buena acogida como destino turístico, España fue el segundo país que más ingresos percibió gracias al turismo internacional, superado solamente por Estados Unidos (OMT).

En 2016 España recibió unos 75,3 millones de turistas, cifra que supone un incremento de 9,9% con respecto al año anterior. Estos turistas tienen un gasto medio diario de 1023 euros, un 3,75 % más que en 2015. Asimismo, el gasto diario por turista pasa de 105 euros en 2012 a 138 euros en 2016, es decir alrededor del 18% de incremento (Tourspain, EGATUR)

En resumen, España cerró el ejercicio de 2016 registrando valores máximos de los últimos 15 años en todas las variables de demanda extranjera turística, siendo la clave fundamental de este éxito la caída drástica de turistas en destinos competidores denominados de riesgo (como Turquía o Egipto), cuestiones de seguridad son cada vez variables tenidas en cuenta por los turistas a la hora de elegir destino.

Siguiendo con el análisis del sector turístico nacional en 2016, cabe señalar que los principales mercados emisores de los turistas que optaron por el destino España son Reino Unido, Francia, y Alemania. Estos datos sorprenden ya que los más pesimistas auguraban que se produjera el temido “efecto Brexit”. No solo no fue así, sino que, como ya se ha dicho, el 2016 acabó en sus valores máximos de los últimos quince años.

Centrados ahora en las Comunidades Autónomas que reciben turistas, hay que señalar que en 2016 los destinos nacionales con mayor número de turistas fue Cataluña, seguida de Baleares y Canarias. El 22,5% del total de visitantes internacionales que llegaron a España en 2016 fueron a Cataluña, correspondiéndole a Canarias el 15,94% de los turistas extranjeros que visitaron España (OMT).

Como ya hemos podido observar, Canarias es un destino solicitado por turistas extranjeros, lo cual supone una fuente de ingresos importante, y más adelante también se describen otros aspectos en los que la comunidad canaria obtiene resultados óptimos. Por lo tanto, no es de extrañar que se trate de un tema idóneo para analizar. La elección del tema se rige por la importancia del sector a efectos económicos para nuestra región, queriendo averiguar de una manera más fundamentada si realmente se trata de un sector tan beneficioso. A lo largo de todo el desarrollo del trabajo el objetivo principal es averiguar en qué medida está relacionada la categorización por estrellas de un hotel con su rentabilidad.

La estructura del trabajo es la siguiente. En primer lugar, tras la introducción, una vez analizada someramente la situación del sector hotelero a nivel nacional, procederemos a estudiar la misma en las Islas Canarias. En el apartado tercero, analizamos brevemente la categorización de los establecimientos hoteleros según número de estrellas, para a continuación abordar los aspectos metodológicos de la parte empírica del trabajo, es decir, muestra, datos y variables, para pasar a continuación a realizar un diagnóstico económico-financiero de la muestra de hoteles en el periodo comprendido entre 2012 a 2016. Por último, tras este análisis económico-financiero exponemos las principales conclusiones que se extraen de este trabajo de fin de grado.

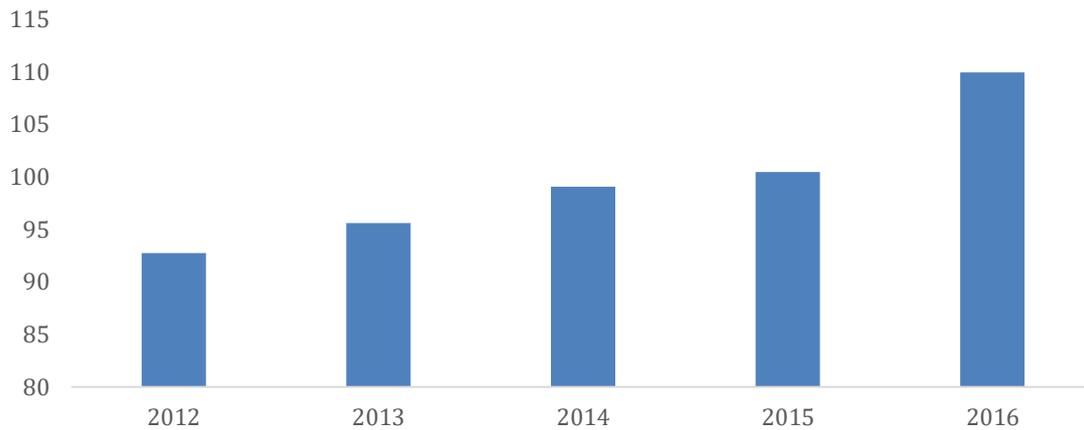
## **2. EL SECTOR HOTELERO EN LAS ISLAS CANARIAS**

En las Islas Canarias el análisis del estado de su salud económica pasa por el estudio del sector turístico, debido al elevado peso y el significativo efecto multiplicador que las actividades turísticas ejercen en el resto de los sectores productivos de las Islas.

Esta Comunidad Autónoma es un destino muy bien valorado internacionalmente, esto lo podemos comprobar analizando las opiniones e incluso artículos publicados en medios de diferentes países. En este caso nombraremos un extracto de un artículo publicado en la revista electrónica Harper's Bazaar de la sección de viajes: *"When it comes to luxury travel, there's no need to fly thousands of miles when you can get the same experience practically on your doorstep. The Canary Islands, off the coast of North Africa, are just a few hours away from the UK and have a balmy, year-round climate, incredible beaches, superb gastronomy and, of course, some of the best hotels"*. Se trata de una revista importante del Reino Unido, lo que cuenta en este artículo es que las Islas Canarias son un destino ideal para vacaciones de lujo, sin necesidad de viajar muy lejos, destacando el buen clima, las increíbles playas, la gastronomía y afirmando que aquí se encuentran algunos de los mejores hoteles.

Las Islas Canarias destacan por ser un destino de sol y playa, gracias al clima suave y sin apenas contraste entre las diferentes estaciones del año, además de que las precipitaciones a lo largo del año son escasas. Se trata por lo tanto de un lugar idóneo para la construcción y explotación de alojamientos turísticos. Esto lo podemos comprobar visualizando el gráfico 1 con datos obtenidos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC):

### 1. Gráfico pernoctaciones en Canarias



Datos en millones. Elaboración propia. Datos obtenidos a través de ISTAC

Podemos observar que en el lustro de años objeto de nuestro estudio el número de pernoctaciones en Canarias aumenta progresivamente, incluso en el año 2016 lo hace de una manera aún más notoria que en los anteriores. Entendiendo por número de pernoctaciones a las plazas ocupadas por noche por un viajero que se aloja en un establecimiento.

A continuación, procederemos a estudiar la situación del sector hotelero en las Islas Canarias debido a que se trata del territorio objeto de estudio, para lo que realizaremos comparaciones de datos nacionales y regionales.

Los datos que se presentan a continuación han sido obtenidos por medio del Instituto Nacional de Estadística (INE).

En territorio nacional las pernoctaciones también han ido aumentando progresivamente en el mismo periodo analizado:

### 2. Gráfico número de pernoctaciones



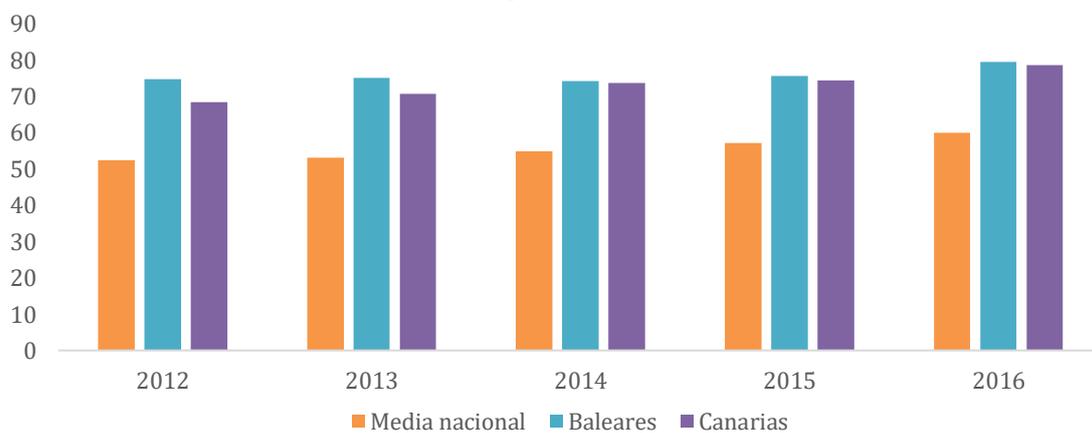
Datos en millones. Elaboración propia. Datos obtenidos a través del INE

Podemos dividir las pernoctaciones teniendo en cuenta las realizadas por residentes de España o por extranjeros, en ambos casos año tras año la cifra ha ido aumentando respecto al anterior, no obstante, se produce en 2013 una disminución de los alojamientos de residentes en un 1,8 por cien. 2016 se muestra como un año muy favorable, las pernoctaciones realizadas por no residentes han aumentado un 9,3 por cien respecto del 2015, situando a las Islas en una posición propicia.

Los destinos elegidos por los residentes son Andalucía, la Comunidad Valenciana y Cataluña, en orden, teniendo en cuenta el número de pernoctaciones. Aunque en los años 2015 y 2016 Cataluña se colocó en segunda posición, delante de la Comunidad Valenciana.

Si analizamos los destinos favoritos de los no residentes se observa que en 2012 están en primer lugar las Islas Baleares, seguidas muy cerca de las Islas Canarias. El resto de los años, que comprenden desde el 2013 hasta el 2016, Canarias se posiciona en primer lugar con una ligera ventaja sobre Baleares.

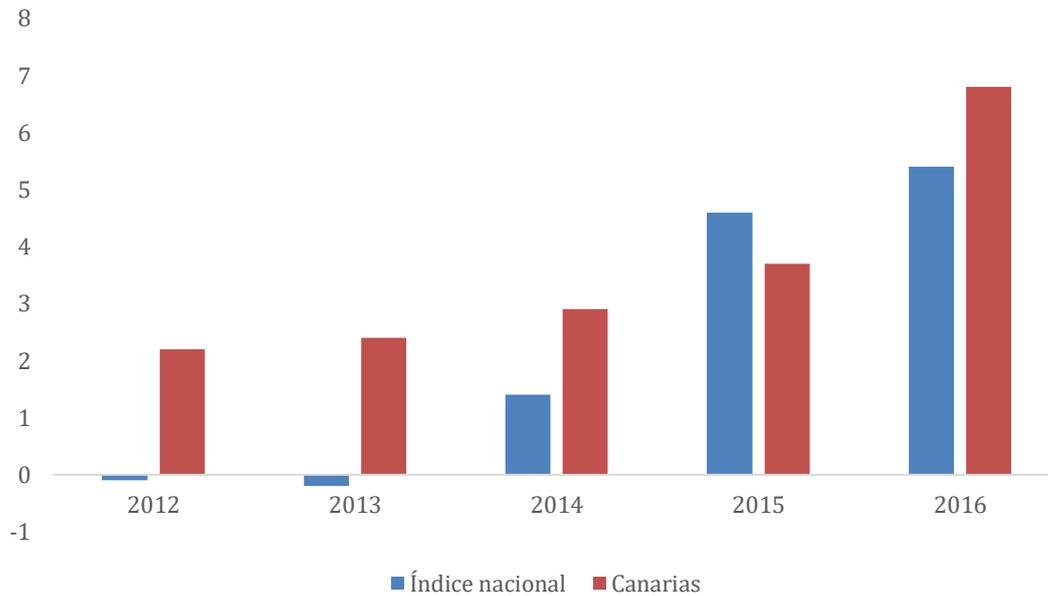
### 3. Gráfico grado de ocupación



Datos en porcentajes. Elaboración propia. Datos obtenidos a través del INE

En cuanto al grado de ocupación vemos que la media nacional ha ido aumentando a lo largo del periodo estudiado, desde el 52,3 por cien hasta el 59,9 por cien de ocupación. Si bien es cierto que algunas comunidades superan bastante esta cifra, como puede ser el caso de las Baleares, comunidad con mayor grado de ocupación, seguido por poco sobre todo entre los años 2014 a 2016 por la comunidad canaria. Ambas comunidades, al igual que en la media nacional, han incrementado progresivamente sus porcentajes año tras año.

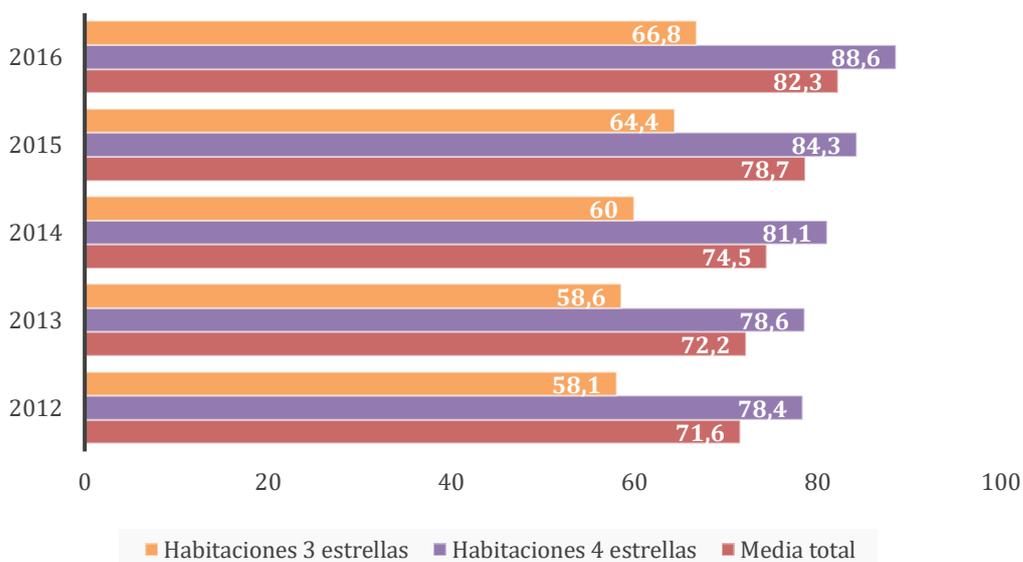
#### 4. Gráfico índice de Precios Hoteleros



Datos en índice. Elaboración propia. Datos obtenidos a través del INE

El Índice de Precios Hoteleros (IPH) es la medida estadística de la evolución anual de los precios que los empresarios hoteleros aplican a sus clientes, realizada por media ponderada de las habitaciones ocupadas cada mes, sobre la base del año 2008. Teniendo esto en cuenta, podemos observar en el gráfico que tanto en el año 2012 como en el 2013 el IPH de media nacional era negativo, y ya a partir del siguiente año fue aumentando considerablemente. En cuanto a Canarias a pesar de que en el año 2015 el índice fue menor al de la media nacional, desde el 2012 fue en aumento progresivo, teniendo una diferencia positiva considerable en el último año.

#### 5. Gráfico tarifa media nacional de habitaciones



Datos en euros. Elaboración propia. Datos obtenidos a través del INE

En el gráfico 5 podemos analizar las tarifas medias anuales en todo el territorio nacional, que se calculan con las habitaciones ocupadas. En este caso resaltaremos las tarifas de habitaciones de cuatro y tres estrellas (como objeto de nuestro estudio) respecto de la media de todos los tipos de habitaciones, que comprenden desde una hasta las cinco estrellas.

Podemos observar de este modo que los precios de las habitaciones de tres estrellas se sitúan bastante por debajo de la media, mientras que las de cuatro se posicionan ligeramente por encima.

Tanto el grado de ocupación como la tarifa media por habitación suponen una fuente importante de información sobre los hoteles y sobre sus políticas de precios. Son indicadores clave para la toma de decisiones de los empresarios hoteleros.

### **3. EL ENIGMA DE LAS ESTRELLAS DE LOS HOTELES**

Cuando nos referimos a los hoteles es necesario incorporar una variable de la cual habitualmente desconocemos el alcance real de su significado, nos referimos a las estrellas. Las estrellas de la planta hotelera representan un criterio de clasificación, que teóricamente nos debería permitir utilizar como argumento de diferenciación entre hoteles.

Las preguntas que nos hacemos en referencia a las estrellas de los establecimientos hoteleros son:

- ¿Cómo se otorgan las estrellas a un establecimiento hotelero?
- ¿Cuáles son los requisitos que ha de cumplir un establecimiento hotelero para solicitar un número concreto de estrellas?
- ¿Son los mismos requisitos internacionalmente?

En España las estrellas de los hoteles necesitan ser otorgadas antes de la apertura del establecimiento, manteniéndose mientras que se cumplan los requisitos; las estrellas son solicitadas por el empresario de acuerdo con los intereses estratégicos y comerciales que pretende alcanzar.

Los establecimientos hoteleros han de cumplir unos requisitos mínimos y han de seguir una serie de normas de clasificación para alcanzar una categoría concreta, curiosamente estos requisitos y normas no son exactamente iguales internacionalmente, ni siquiera en el mismo territorio nacional, variando en algunos aspectos según la comunidad autónoma donde se sitúe. No existe un sistema de clasificación universal para los hoteles, como tampoco existe un sistema nacional único.

Tomaremos como ejemplo los requisitos mínimos que establece la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que para los alojamientos de tres y cuatro estrellas son respectivamente: la habitación individual debe medir mínimo 8 y 9 metros cuadrados, la habitación doble 15 y 16 metros cuadrados, el baño debe medir mínimo 4 y 4,5 metros cuadrados. Además de instalaciones como aire acondicionado, teléfono en la habitación, ascensor y calefacción, y los de cuatro estrellas además deberían contar con caja de seguridad y minibar en la habitación. También hacer referencia a unas exigencias mínimas de seguridad contra incendio o insonorización en las instalaciones.

Como podemos observar se trata de requisitos técnicos generales, tamaño de las habitaciones y disponibilidad de ciertos servicios, y para nada describen parámetros más cercanos al concepto

calidad de los servicios como podría ser la ubicación del establecimiento hotelero, comodidad y tamaño de las camas, velocidad de conexión WiFi, etc.

Para arrojar un poco de luz a los aspectos que tienen mayor peso en los usuarios de los establecimientos hoteleros a la hora de elegir donde pasar su estancia hemos llevado a cabo una encuesta online de elaboración propia. Los datos obtenidos de dicha encuesta los presentamos a continuación dando respuesta a cuáles son los principales criterios para reservar un hotel, si los consumidores realmente consideran el número de estrellas del establecimiento, o qué método prefieren para elegir hotel, entre otros.

### 3.1. ENCUESTA DE OPINIÓN

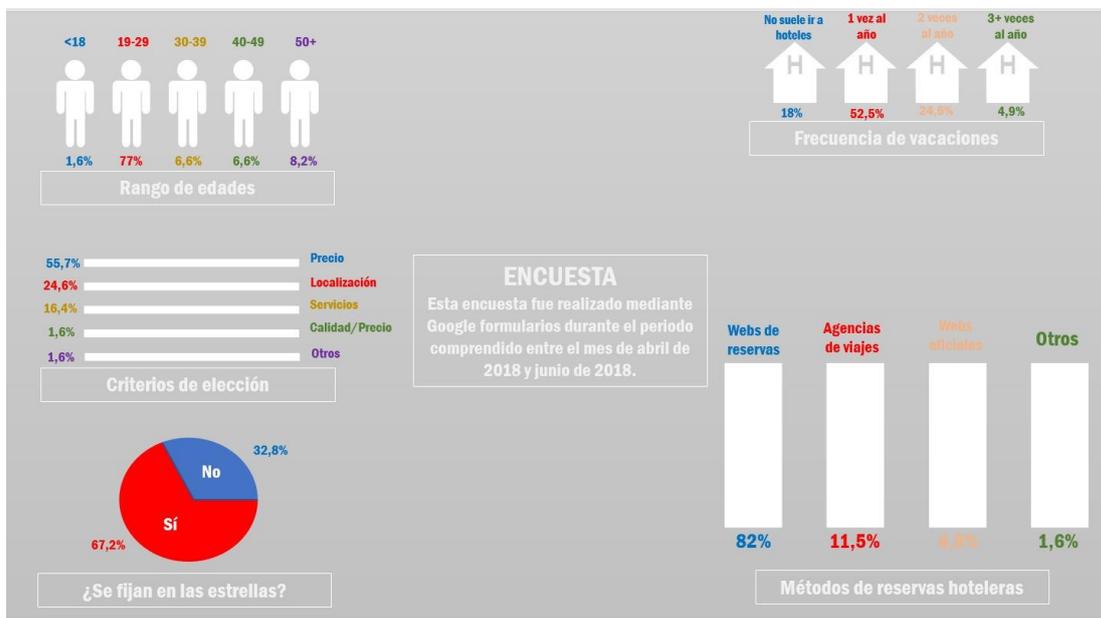
Hemos realizado una encuesta en la que planteábamos a personas elegidas al azar una serie de cuestiones acerca de sus preferencias a la hora de decidir dónde alojarse durante su estancia fuera de su domicilio habitual, de este modo queremos recabar información clave sobre el comportamiento del consumidor hotelero.

Las preguntas planteadas son las siguientes:

1. Rango de edad: con esta pregunta conseguimos segmentar por rangos de 10 años a la muestra encuestada.
2. Frecuencia: nos permite conocer con qué asiduidad suele irse la gente de vacaciones a hoteles o apartamentos.
3. Criterio a la hora de elegir su estancia: conocemos los motivos de por qué eligen entre sus diferentes alternativas.
4. Suelen elegir los hoteles por sus estrellas o no.
5. Método de reserva de alojamientos.

El objetivo de la encuesta es el conseguir una visión subjetiva a la hora de elegir entre los tipos de hoteles que estamos estudiando.

### 6. Gráfico de resultados de encuesta



Se observa que la inmensa mayoría de los encuestados se encuentran en una franja de edad entre 19 y 29 años, por lo tanto, en dicha encuesta podremos revelar cuáles son las tendencias hoteleras de un grupo joven.

El principal criterio a la hora de elegir alojamiento de los encuestados ha sido el precio, en segundo lugar, la localización y en tercer los servicios que presta el hotel. También podemos observar que en cuanto a la frecuencia con la que acuden a los establecimientos hoteleros varía, en este caso casi una quinta parte no suele acudir, una pequeña parte (menos del 5 por cien) acude más de tres veces al año. Por otro lado, una cuarta parte acude normalmente cerca de dos veces anuales, y por último más de la mayoría acuden solo una vez al año.

Por otra parte, analizamos los medios de reserva de hoteles que suelen realizar los encuestados. La vía favorita para ello son las webs de reservas, en esto está de acuerdo más del 80 por ciento. Este resultado no parece sorprendernos debido a que las reservas en línea resultan más cómodas para los clientes. Esto debido a que el usuario puede comparar dónde y cuándo quiera diferentes alojamientos visualizando sus características para así poder elegir la opción que más se ajuste a sus necesidades.

Y, por último, otra de las preguntas realizadas fue si les dan importancia a las estrellas a la hora de reservar alojamiento, donde más del 67 por ciento respondió que sí. Por ello podemos intuir que se trata de un aspecto importante para la mayoría de los encuestados. No obstante, dado que cada país del mundo utiliza distintos criterios para calificar sus hoteles, la decisión sobre el alojamiento debería considerar otros factores, además del número de estrellas, tales como ubicación, instalaciones extras como piscina, spa, gimnasio, aparcamiento, etc.

## **4. MÉTODO Y RESULTADOS**

### **4.1. ASPECTOS METODOLÓGICOS**

El objetivo principal de este trabajo consiste en evidenciar o no la existencia de lo que denominamos “efecto estrellas” en el sector hotelero que presupone que, a mayor número de estrellas de los hoteles, mayor rentabilidad y en general mejor posición económico-financiera.

Este trabajo se realiza sobre una muestra de hoteles de tres y cuatro estrellas de las Islas Canarias obtenida de la Base de Datos SABI. Para alcanzar nuestro objetivo estudiamos el comportamiento de una serie de índices elaborados a partir de los datos contenidos en el balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias en los años comprendidos entre 2012 a 2016.

Se llevará a cabo un análisis económico financiero tradicional basado en un conjunto de ratios que definen las distintas dimensiones económico-financieras de los hoteles. Adoptamos el uso de ratios financieros como herramienta adecuada al propósito de este trabajo, ya que estas han de ser capaces de permitir un diagnóstico económico financiero de la muestra objeto de estudio.

#### **4.1.1. Muestra**

Para la elaboración de la muestra con la que realizaremos este trabajo hemos utilizado una potente herramienta en el mundo de los datos empresariales, el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos, conocida como SABI. Esta herramienta, elaborada por Informa D&B colaborando con Bureau Van

Dijk maneja más de 2 millones de empresas (españolas y portuguesas) y nos ayuda la obtención de las cuentas anuales fácilmente.

Inicialmente pretendíamos realizar este trabajo comparando establecimientos hoteleros de cinco y cuatro estrellas, sin embargo, nos encontramos con un hándicap, la información económico-financiera disponible de los hoteles de cinco estrellas contenía actividades diversas tales como promoción inmobiliaria, que distorsionaba el objetivo de este trabajo y hacía imposible su comparación con los hoteles de cuatro estrellas.

Como consecuencia de lo anterior, la población objeto de estudio son los hoteles de Canarias de tres y cuatro estrellas de los que disponemos datos económico-financieros durante los cinco años de análisis, 2012 a 2016. Para la determinación del número de estrellas hemos hecho una búsqueda por las webs oficiales de cada complejo hotelero y, en caso de que estas no especificaran el número de estrellas, buscamos webs alternativas como Booking, Trivago y otras similares.

Una vez finalizado el proceso de búsqueda de datos la muestra a estudiar está configurada de 21 hoteles y apartahoteles de tres estrellas y 46 de cuatro.

### 1. Tabla de relación de hoteles de tres estrellas

Provincia de S/C de Tenerife	
Nombre Jurídico	Isla
GRAN HOTEL SANTIAGO DEL TEIDE S.A.	Tenerife
CONCORDIA PLAYA SA	Tenerife
FEBELLA SL	Tenerife
COPLAY 95 SL	Tenerife
PLAYA NEGRA S.A.	Tenerife
FELAHOTEL SLU	Tenerife
ISABEL FAMILY HOTEL SL	Tenerife
NEXOTEL GESTION SA	Tenerife
ALTALAY 7 SA	Tenerife
SANCHO CABALLERO SL	Tenerife
CLUB TROPICAL PLAYA SL	Tenerife
MADO SOCIEDAD ANONIMA	Tenerife
HOROTEL, SOCIEDAD ANONIMA	Tenerife
CANARY ISLANDS PARADISE SL	Tenerife
MACHADO Y GALAN SA	Tenerife
HOTEL OASIS PARAISO SA.	Tenerife
PROYECTOS EDEN ROC SOCIEDAD ANONIMA	Tenerife
APART HOTEL TROPICAL PARK SA	Tenerife
HOTEL TABURIENTE SL	Tenerife
TENERIFE HOTELANLAGEN	Tenerife
PLAYA ATLANTICO SA	Tenerife
PANORAMICA HOTEL APARTAMENTOS SA	Tenerife
NOELIA PLAYA SL	Tenerife
HOTEL LUZ DEL MAR SL	Tenerife
HOTEL SAN ROQUE SL	Tenerife
SALOU VERTICAL SL	La Palma

Provincia de Las Palmas de Gran Canaria	
Nombre Jurídico	Isla
IFA CANARIAS SOCIEDAD LIMITADA	Gran Canaria
AC HOTEL DON BENITO SL	Gran Canaria
CODIREX SL	Gran Canaria
PROMOCIONES SOTAVENTO SA	Gran Canaria
HOTEL VECINDARIO AEROPUERTO SA	Gran Canaria
CONCORDE SA	Gran Canaria
TALIO HOTELS SL	Gran Canaria
CLUB DE MAR MOGAN SL	Gran Canaria
GOIANA SA	Fuerteventura
FATAGA SA	Gran Canaria
NAGOLOC SL	Gran Canaria
ISLA PLAYA BLANCA, SOCIEDAD ANONIMA	Lanzarote

## 2. Tabla de relación de hoteles de cuatro estrellas

Provincia de S/C de Tenerife	
Nombre Jurídico	Isla
MACLA HOTELES SL	Tenerife
RUPONTE SL	Tenerife
RURALTEN SL	Tenerife
LUZ MIRAMAR SA	Tenerife
FEMIMA TENERIFE SL	Tenerife
TAMAIMO TROPICAL SA	Tenerife
TIGAIGA SA	Tenerife
APARTAMENTOS DUNAS CLUB SL	Tenerife
SATSE SL	Tenerife
MI VACA Y YO SL	Tenerife
CALLAO TENERIFE SA	Tenerife
URBANIZACION LAS BUGANVILLAS SA	Tenerife
ROBAYNA GARCIA SL	Tenerife

Provincia de Las Palmas de Gran Canaria	
Nombre Jurídico	Isla
HOTELES ELBA SL	Fuerteventura
CONSTRUCTORA HERCULINA SL	Fuerteventura
HRP LAS MARISMAS SL	Gran Canaria
NUEVOS PROYECTOS HOTELEROS LANZAROTE SL	Lanzarote
RESTAURACION BIMARO SL	Gran Canaria
JUAN ROSA E HIJOS SA	Lanzarote
VISTA SERENA SA	Gran Canaria
HOTELES TURISTICOS CANARIOS SL	Gran Canaria

Finalmente hemos elaborado nuestra propia base de datos con el balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias del periodo analizado, de estas 67 empresas obteniendo un total de 18.425 datos. A partir de esta, comenzaremos nuestro análisis empírico.

### 4.1.2. Datos y variables

Los datos utilizados en este trabajo son extraídos del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias de los hoteles que forman parte de la muestra.

Como ya se ha dicho, nuestra misión principal en este estudio es evaluar si, siguiendo criterios económicos y financieros, los hoteles de cuatro estrellas presentan una diferencia positiva respecto a los de tres estrellas, para lo cual estudiamos un conjunto de variables calificadas de interés por la literatura contable capaces de medir las distintas dimensiones empresariales, con especial atención en variables de rentabilidad.

1. **Ratios de rentabilidad:** La rentabilidad mide la relación entre resultados monetarios de la actividad hotelera y los medios empleados para obtenerlos. Se trata de nuestra base de estudio. Ya que pretendemos determinar si los hoteles de mayor categoría poseen una mayor rentabilidad que sus homónimos.
2. **Ratios de liquidez:** estudiaremos la liquidez de ambos grupos y sabremos cuál tiene mayor capacidad para saldar sus deudas a corto plazo.
3. **Ratios de solvencia a largo plazo:** analizaremos la capacidad de hacer frente a sus deudas a largo plazo.
4. **Ratios de rotación de activos:** mediremos con esta ratio cuan rentable es la inversión en este tipo de actividades.

El estudio que vamos a realizar servirá para saber si los hoteles de cuatro estrellas presentan mayor rentabilidad y mayor capacidad para afrontar sus deudas a corto y largo plazo respecto a los de tres estrellas en el año de estudio, 2016. No obstante, también analizaremos la evolución de los ratios a lo largo del lustro 2012-2016. A partir de esta hipótesis vamos a trabajar más adelante con el objetivo de desmentirla o acreditarla.

A continuación, analizaremos el conjunto de variables que se utilizarán para efectuar nuestro trabajo empírico:

1. Rentabilidad
  - Rentabilidad económica
  - Margen sobre ventas
  - Rotación del activo circulante
2. Rentabilidad financiera
3. Liquidez
4. Solvencia a largo plazo
  - Solvencia
  - Endeudamiento
  - Autonomía financiera
5. Rotación del activo circulante

## **4.2. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO DE UNA MUESTRA DE HOTELES CANARIOS CATEGORIZADOS EN FUNCIÓN AL NÚMERO DE ESTRELLAS**

El estudio de la situación económico-financiera estará centrado, como ya hemos manifestado, en establecimientos hoteleros de tres y cuatro estrellas de las Islas Canarias en el ejercicio 2016, y al objeto de observar tendencias durante un periodo más amplio se analizará también los ejercicios 2012-2016, para lo cual utilizaremos una serie de ratios cuyas variables han sido extraídas de los balances y cuentas de pérdidas y ganancias de la muestra de hoteles.

El análisis económico-financiero los dividiremos en 2 fases:

1. Análisis del periodo más reciente 2016 del que disponemos datos, comparando los resultados entre los hoteles de tres y cuatro estrellas.
2. Análisis de los cinco últimos años 2012-2016, comparando los resultados entre los hoteles de tres y cuatro estrellas y comentando su evolución en dicho periodo.

A priori cabe esperar que los hoteles de cuatro estrellas presenten mejor posición económico-financiera y rentabilidad que los hoteles de tres estrellas en el ejercicio 2016, lo cual trataremos de ratificar o refutar según arrojen los datos. Además, efectuaremos un informe al analizar las tendencias de las variables a lo largo de un periodo más amplio, 2012-2016.

A continuación, analizamos el comportamiento del conjunto de variables seleccionadas para efectuar el diagnóstico económico-financiero de la muestra de hoteles.

### **4.2.1. Rentabilidad económica**

Para analizar el grado de eficiencia alcanzado por los hoteles en las decisiones adoptadas se estudia la evolución de la rentabilidad económica, así como la influencia que en este índice han tenido el margen y la rotación.

La rentabilidad económica es una de las ratios económicas más utilizadas en el análisis de los estados contables, mide la capacidad que tienen los activos para generar beneficios, sin tener en cuenta como han sido financiados. Para su cálculo utilizaremos dos aspectos importantes en una

empresa: el resultado de explotación y el total activo. En el sector hotelero son muy importantes ambos conceptos; el resultado de explotación porque determina si la actividad está generando suficientes beneficios y el total activo porque se asume que una mayor calidad supone mayor inversión en instalaciones, sobre todo: Spa, jacuzzi, piscina, gimnasio, etc.

Esta ratio se formula de la siguiente forma:

$$\frac{BAII}{Total\ Activo} \times 100$$

A continuación, mostramos los datos de rentabilidad económica para los hoteles de tres y cuatro estrellas en el año 2016:

### 3. Tabla de rentabilidad económica 2016

RENTABILIDAD ECONOMICA 2016	
Tres estrellas 7,13%	Cuatro estrellas 4,98%

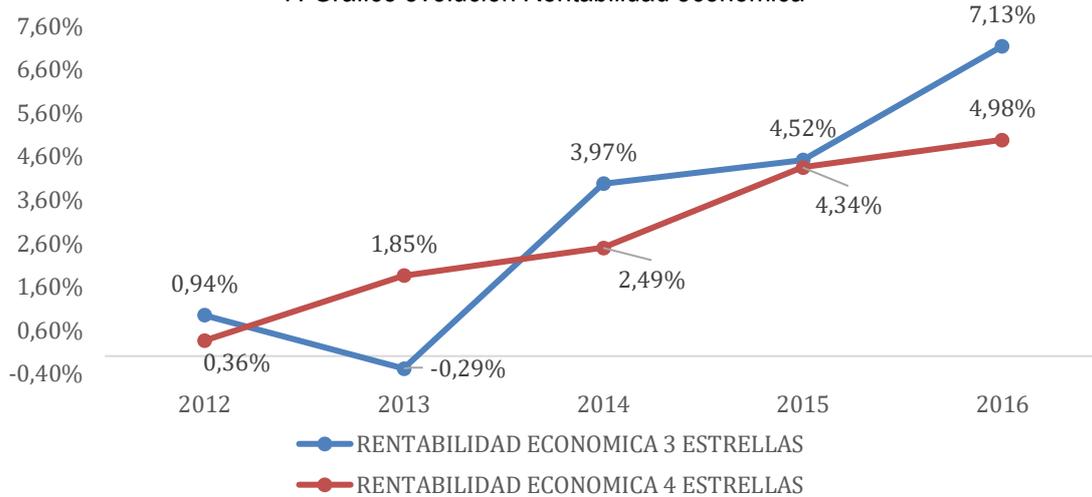
Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

El resultado arrojado señala que para el año 2016, los hoteles de tres estrellas presentan mayor rentabilidad económica que los hoteles de cuatro estrellas. Esto viene a significar que para un mismo volumen de activo los hoteles de tres estrellas obtienen un mayor beneficio. Asimismo, este resultado viene a refutar que para esta muestra y este ejercicio económico no se cumple el “efecto estrellas”, es decir a mayor número de estrellas mayor rentabilidad económica, todo lo contrario.

Nos preguntamos qué ocurrirá en los otros periodos de estudio para poder generalizar los resultados de 2016. Para resolver la incógnita hemos hecho un breve análisis del lustro 2012-2016.

El gráfico 7 muestra un comportamiento de la variable rentabilidad económica errático, por lo que los resultados aconsejan no establecer ninguna conjetura respecto al “efecto estrella” tomando en cuenta la variable rentabilidad económica.

7. Gráfico evolución Rentabilidad económica



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

El gráfico 7 dibuja claramente la tendencia alcista de la rentabilidad económica a lo largo del periodo de estudio, dándonos a entender una mejora del sector, que viene a coincidir con los primeros indicios de la recuperación económica.

A continuación, analizamos los dos componentes naturales de la rentabilidad económica: Margen de económico de las ventas y Rotación del activo. Estas variables consideradas individualmente no constituyen una medida adecuada de la eficiencia económica, ya que mientras que el margen ignora el grado de utilización de los activos, la rotación no contempla la rentabilidad de los ingresos de explotación.

#### 4.2.2. Margen económico de la prestación de servicios

El margen económico de las ventas, denominado también margen de beneficio evalúa la capacidad del hotel para generar un beneficio a partir de un determinado volumen de ingresos de explotación. O, dicho de otra forma, esta ratio mide el beneficio que es capaz de generar el hotel por cada unidad monetaria obtenida por la prestación de sus servicios.

La formulación de esta ratio es la siguiente

$$\frac{BAII}{\text{ingresos de explotacion}} \times 100$$

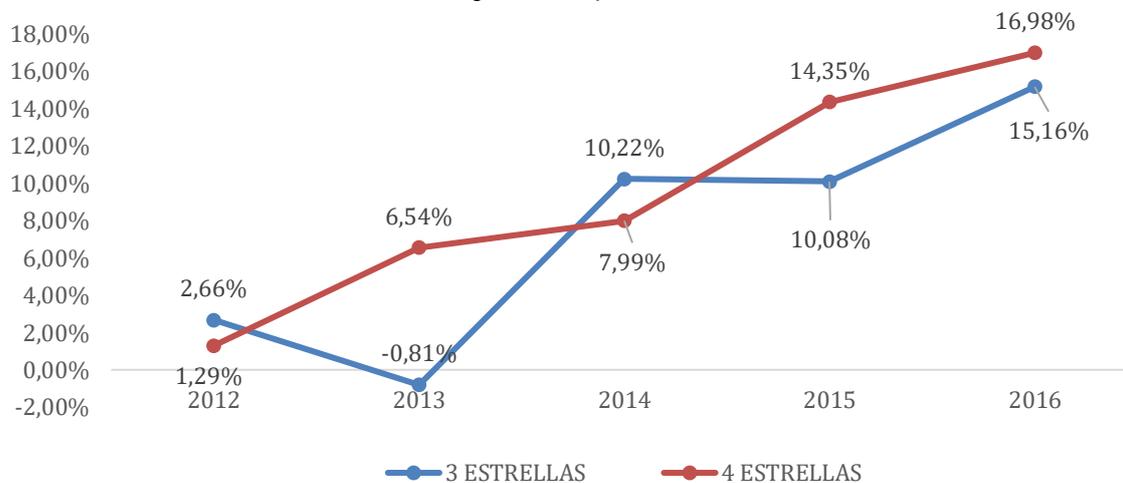
4. Tabla de margen económico de prestación de servicios

<b>MARGEN DE PRESTACION DE SERVICIOS</b>	
<b>2016</b>	
Tres estrellas	Cuatro estrellas
15,16%	16,98%

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

Esta ratio no tiene unos valores óptimos, pero lo ideal es obtener el máximo margen posible. Observamos que los hoteles de cuatro estrellas poseen margen sobre los servicios prestados sensiblemente mayor que los de tres estrellas, lo cual significa que obtienen mayor rentabilidad por habitación que estos.

8. Gráfico de margen sobre prestación de servicios



Elaboración propia. Datos obtenidos a través de SABI

Como podemos observar en el gráfico anterior, en el primer año de estudio, ambas categorías de hoteles obtuvieron un margen similar. Algo que cambia significativamente el año posterior, donde los establecimientos de categoría superior aumentaron su margen, mientras que los de la categoría inferior disminuyeron bastante el mismo, llegando incluso a un valor negativo.

A partir del 2014 en adelante ambos tipos de hoteles presentan una tendencia alcista hasta alcanzar el 16,98% para los de cuatro estrellas y el 15,16% para los de tres.

**4.2.3. Rotación del activo**

La ratio de rotación, también llamados de giro, muestra la eficiencia con la que se gestiona el hotel su activo, se trata de un indicador de la capacidad del activo para generar un volumen de ingresos de explotación.

Se utilizan como complemento de las ratios de rentabilidad y su resultado se calcula en número de veces. La fórmula usual de estas ratios se muestra en forma de cociente e incluyen en el numerador los ingresos por ventas o prestación de servicios del ejercicio, y en el denominador las diferentes inversiones o activos.

La relación ideal de ingresos con el activo es aquella que supone un mínimo de activo para potenciar unos máximos ingresos de explotación.

La relación ideal de ingresos con el activo es aquella que supone un mínimo de activo para potenciar unos máximos ingresos de explotación.

La fórmula es la siguiente:

$$\frac{\text{ingresos de explotación}}{\text{activo total}} \times 100$$

No existe pues en este caso, un valor de referencia, ya que el óptimo sería conseguir los máximos ingresos de explotación con la mínima inversión posible.

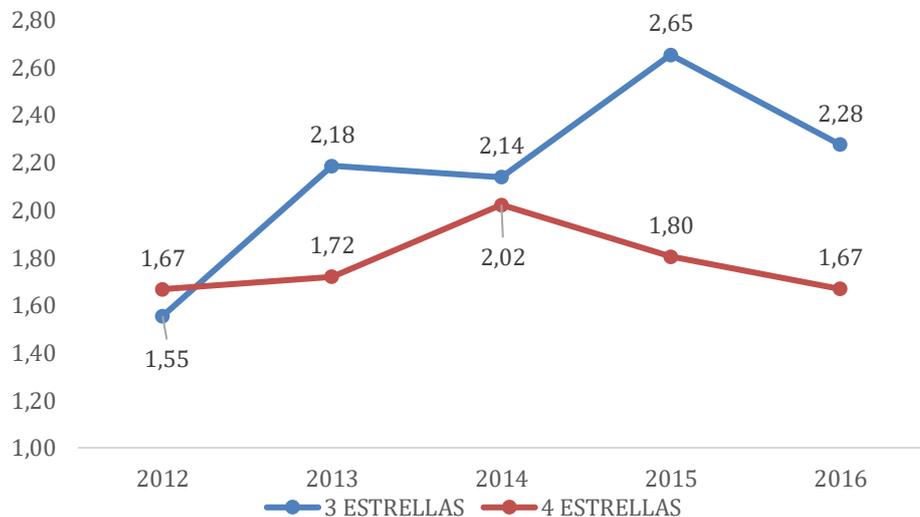
#### 5. Tabla de rotación del activo

ROTACION ACTIVO 2016	
Tres estrellas	Cuatro estrellas
2.28	1.67

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

La tabla 4 muestra que el valor de este índice en los hoteles de tres estrellas supera en 2016 al valor de los de cuatro estrellas. Podemos deducir en base a los resultados que los hoteles de tres estrellas gestionan mejor su activo que los de cuatro estrellas.

#### 9. Gráfico evolución de la rotación de los activos



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

A lo largo del periodo, vemos cómo ha ido aumentando de manera favorable en ambos casos. Habiendo periodos de grandes diferencias entre ambas y otros con apenas discrepancias. Esto se puede deberse a un aumento de los ingresos de explotación tras el periodo de crisis económica, sin haber aumentado o renovado su activo.

#### 4.2.4. Rentabilidad financiera

La ratio denominada rentabilidad financiera o rentabilidad de los fondos propios, está condicionada por la rentabilidad económica y por la estructura financiera del establecimiento hotelero. Este indicador es una medida de la retribución última de los socios o accionistas, con independencia de que el beneficio se reparta en forma de dividendos o se retenga en la empresa en forma de reservas.

Se calcula comparando el resultado del ejercicio con los fondos propios de la empresa, incluyendo en este las aportaciones de capital realizadas por los socios más los resultados que no se hayan repartido (reservas y resultado del ejercicio).

La fórmula para calcular esta ratio es la siguiente:

$$\frac{\text{Resultado del ejercicio}}{\text{Fondos propios}} \times 100$$

Cuanto mayor sea la rentabilidad financiera más atractiva resultará la inversión para los socios o accionistas. Al menos esta ratio debería ser positiva y en el mejor de los casos debería superar las expectativas que los socios han puesto en el negocio. Unos valores de referencia a barajar sitúan al Resultado del ejercicio en unos óptimos en torno al 15%, no obstante si el Resultado del Ejercicio supone más del 10% de los fondos propios, estaríamos ante un valor aceptable.

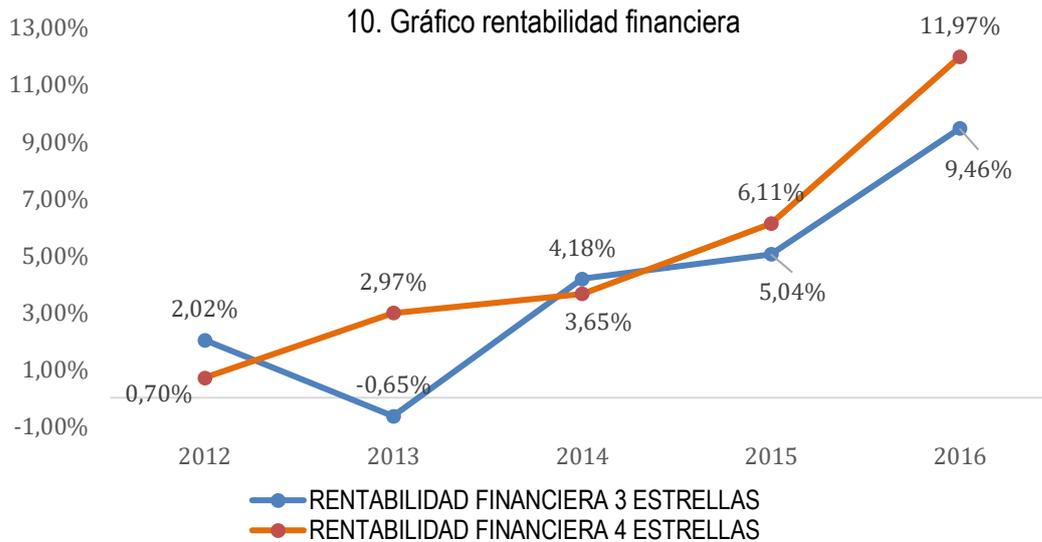
6. Tabla de rentabilidad financiera

RENTABILIDAD FINANCIERA 2016	
Tres estrellas 9,46%	Cuatro estrellas 11,97%

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

Con la rentabilidad financiera observamos que la hipótesis de partida se cumple, es decir, a mayor número de estrellas mayor rentabilidad financiera. Así, los hoteles de cuatro estrellas en 2016 presentan una rentabilidad financiera de 11,97% frente al 9,46% que presentan los de tres estrellas.

Por otro lado, el gráfico 10 muestra que esta posición de predominio de los hoteles de cuatro estrellas se mantiene a lo largo del periodo de cinco años en estudio, si bien los valores de la ratio no son muy favorables.



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

En términos generales, al igual que con la rentabilidad económica podemos ver un claro crecimiento a lo largo de los años, debido a la recuperación que ha experimentado nuestro país durante esta etapa.

Dicho aumento es más notable en los hoteles de cuatro estrellas, situándolo en una posición de ventaja respecto a los hoteles de tres estrellas.

#### 4.2.5. Ratio de liquidez

Las ratios de liquidez son un conjunto de indicadores y medidas tendentes a mostrar la capacidad de general tesorería. Determina si posee capacidad de convertir sus activos en liquidez a corto plazo.

Se asume como fin factible a corto plazo generar liquidez suficiente para poder hacer frente a las obligaciones de pago contraídas, efectivamente, la comparación entre la cantidad de riqueza disponible y las deudas que habrá que atender a corto plazo, proporciona una medida de esta liquidez. No obstante, depende del grado de realización de los elementos del activo, así como del grado de exigibilidad del pasivo.

Su fórmula sería la siguiente:

$$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} \times 100$$

Si bien es difícil establecer valores de la ratio óptimos, la literatura financiera ha señalado a lo largo del tiempo algunos valores de referencia que podemos señalar. Así, si este cociente alcanza valores superiores a 1.5, el Activo corriente supera al Pasivo corriente y normalmente el activo transformado en liquidez será suficiente para hacer frente al pago de las deudas por lo que está en un nivel óptimo. Si es menor que 0.90, el Activo corriente es menor que el pasivo corriente, y puede haber problemas para pagar las deudas exigibles a corto plazo, lo que significa que la

empresa no se encontraría en un buen momento económico. Por otro lado, si se encuentra entre estos porcentajes podríamos decir que están en un nivel aceptable, y puede hacer frente a sus pagos. Pero si, por el contrario, el valor es demasiado alto (por encima de 2) puede significar un exceso de capitales inaplicados y por tanto una menor rentabilidad total, aunque la capacidad de pago sea elevada.

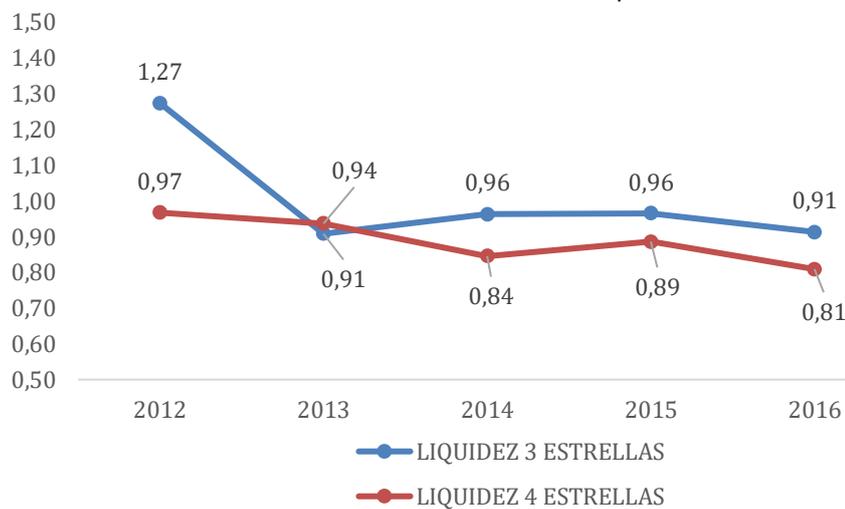
### 7. Tabla de liquidez

LIQUIDEZ 2016	
Tres estrellas	Cuatro estrellas
0,91	0,81

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

Ninguna de las dos categorías de hoteles alcanza una situación óptima, según la literatura, presentando mejor posición los hoteles de tres estrellas. Posiblemente los valores deseables de liquidez en este sector de actividad no sean tan exigentes como en las empresas comerciales. Así analizando la tendencia de la liquidez a lo largo del periodo 2012 a 2016, observamos que la ratio es bastante estable situándose en valores cercanos a 0,90 y 0,80 según hoteles de tres y cuatro estrellas, respectivamente. Parece que el sector hostelero se caracteriza por mantener valores de este índice inferior a uno.

### 11. Gráfica evolución de la Liquidez



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

Al principio de este tiempo estudiado podemos ver como se encontraban en una mejor situación y como han ido decayendo. Los hoteles de tres estrellas han disminuido de manera más notable, manteniéndose dentro del nivel aceptable, pero por muy poco.

No llegar a cubrir con su activo a corto plazo sus deudas que vencen en un periodo menor puede no ser preocupante durante un espacio temporal pequeño.

El propósito de las ratios que vamos a analizar a continuación nos va a permitir valorar la cantidad y calidad de la deuda de los hoteles objeto de estudio.

#### 4.2.6. Ratio de endeudamiento

Esta ratio relaciona el total de las deudas, tanto a largo como a corto plazo que posee la empresa y la estructura financiera de esta, es decir, el pasivo y el patrimonio neto.

La fórmula sería la siguiente:

$$\frac{\text{Deuda total}}{\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo total}}$$

El valor óptimo de esta ratio lo podemos situar entre un 0.4 y un 0.6, ya que, en caso de ser superior a estos valores, indicaría que la empresa tiene un volumen de deudas desproporcionado, lo que supondría perder su autonomía financiera frente a terceros. Por otro lado, siendo inferior a los valores ya mencionados, podría ocurrir que la empresa tenga exceso de capitales ociosos, es decir, capital que no está siendo productivo en ese momento.

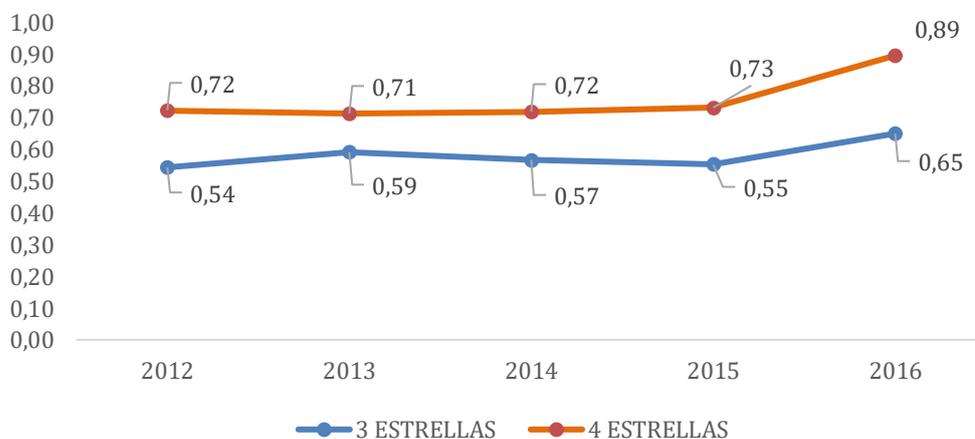
8. Tabla de endeudamiento

ENDEUDAMIENTO 2016	
Tres estrellas	Cuatro estrellas
0.65	0.89

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

Vemos como los hoteles de tres estrellas poseen un valor de endeudamiento cercano al óptimo mientras que los hoteles de cuatro están lejos de este, poseyendo un mayor volumen de deudas. Una posible conclusión a este análisis es que los hoteles de cuatro estrellas, al generalmente ser complejos ligados a grandes o pequeños grupos, tienen un mayor poder negociador con los proveedores y se pueden permitir endeudarse más que los de tres estrellas.

12. Gráfico evolución del endeudamiento



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

A partir del 2012 podemos observar una línea casi constante hasta el año 2015 que es donde ambos grupos obtienen una subida sustancial de su ratio de endeudamiento. Podemos suponer que, al haber una mejora económica general, las empresas tienden a endeudarse más para poder mejorar, creyendo con ello que obtendrán un mayor rendimiento y podrán hacer frente a los pagos sin mayor problema.

#### 4.2.7. Solvencia

Esta ratio mide la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago. Dicho con otras palabras, la ratio determina si la empresa mantiene activos suficientes como para costear todas sus deudas u obligaciones de pago en determinado momento.

Por lo tanto, las empresas serían solventes cuando tengan los activos suficientes para liquidar sus deudas. Estos activos no se basarán únicamente en el dinero, sino también en derechos de cobro, bienes inmuebles, maquinaria, etc.

Se calcula comparando el activo total de la empresa entre el pasivo total de esta.

La fórmula sería la siguiente:

$$\frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}} \times 100$$

El valor óptimo que deberíamos obtener debería ser superior a 1.5, ya que seríamos lo suficientemente solventes. Por debajo de este valor aun podríamos hacer frente a las deudas, pero no con tanta seguridad.

En el caso de calcular la solvencia diferenciando entre corto y largo plazo, lo ideal sería que la ratio a corto plazo sea superior al largo, lo que supondría para la compañía capacidad de maniobrar en el día a día.

9. Tabla de solvencia

SOLVENCIA 2016	
Tres estrellas 2.54	Cuatro estrellas 2.12

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

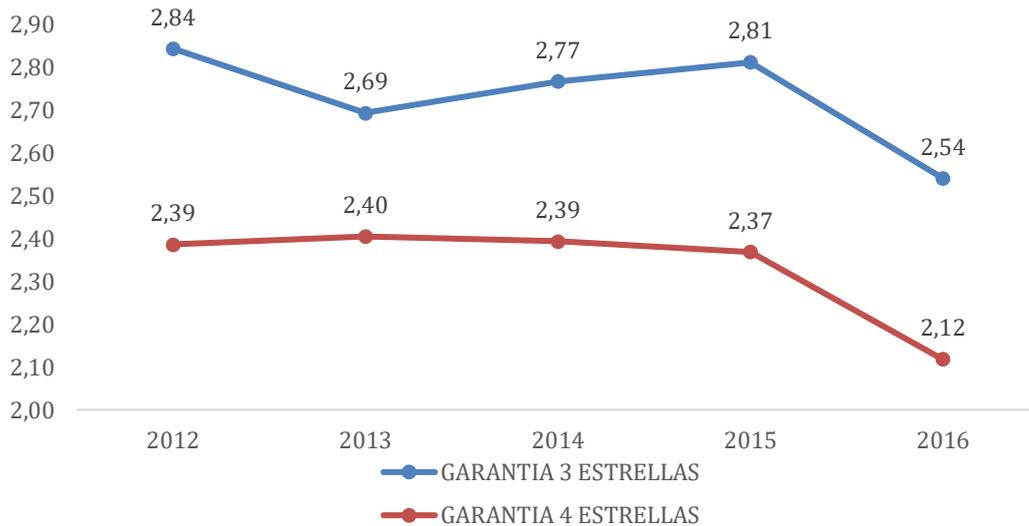
Podemos reparar en como los hoteles de tres estrellas tienen mayor capacidad de hacerse cargo de sus deudas que los hoteles de cuatro estrellas, aunque ambos están por encima del valor óptimo teórico (1.5), por lo que podemos deducir que tanto unos como otros se encuentran en una posición ideal en 2016.

En referencia a la ratio anteriormente explicada, podemos deducir que si bien poseen una ratio alto de endeudamiento son capaces de hacerse cargo de dichas deudas.

Al contrario que las anteriores ratios, este ha ido decreciendo, sobre todo en los hoteles de tres estrellas. Esto puede ser resultado del aumento de endeudamiento, puesto que, al tener mayor deuda, aumentan los pasivos de las empresas, ocasionando una disminución en esta ratio.

Con la gráfica podemos observar de un modo más claro la diferencia en el decrecimiento de los diferentes hoteles y como los de tres estrellas, han tenido siempre mayor capacidad de pago que el resto.

13. Gráfico evolución de la solvencia



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

#### 4.2.8. Autonomía financiera

El cociente relaciona los recursos propios netos de las empresas con las deudas totales, ofreciéndonos una visión del grado de dependencia financiera que tiene una empresa sobre sus acreedores según el nivel de deuda existente, e informa sobre la composición estructural de las fuentes de financiación. Es decir, muestra la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a través de sus fondos propios, sin financiación de terceros.

Esta ratio es el inverso de la ratio de endeudamiento. Al ser el opuesto, nos interesa que el índice sea mayor, siendo así la empresa menos dependiente de sus acreedores.

La fórmula es la siguiente:

$$\frac{\text{Patrimonio neto}}{\text{pasivo total}} \times 100$$

Es difícil indicar un valor óptimo para esta ratio, ya que dependerá de la estructura de la empresa, del sector al que afecta y de su margen de beneficios. No obstante, en general, se considera recomendable estar en valores próximos a 0,7 como mínimo para que comience a ser aceptable, y como ya habíamos dicho, cuanto mayor sea este valor mejor para la empresa ya que será menos dependiente.

#### 10. Tabla de autonomía financiera

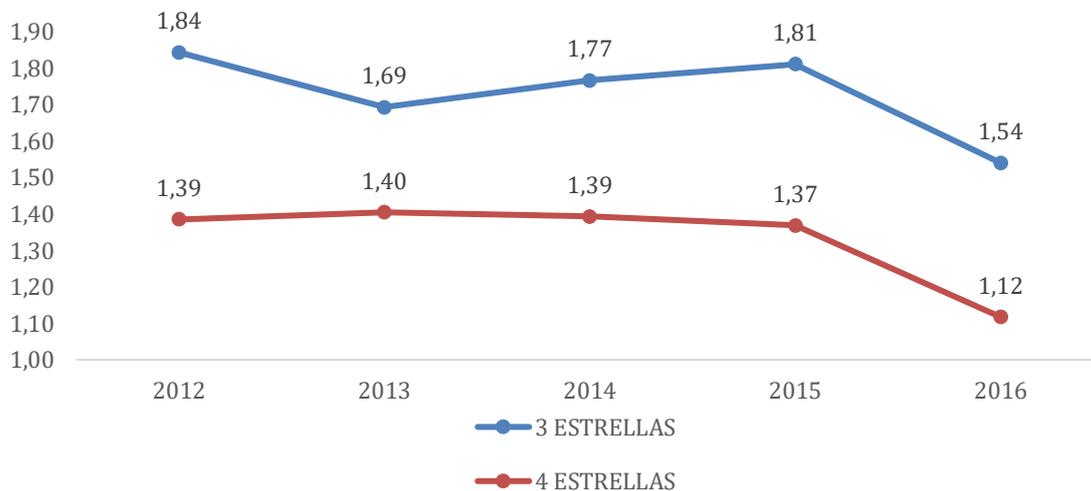
AUTONOMIA FINANCIERA 2016	
Tres estrellas 1.54	Cuatro estrellas 1.12

Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

Ambos grupos se hallan en una buena posición respecto al valor recomendable de la ratio, lo que demuestra que poseen una gran cuantía de fondos propios para hacer frente a las deudas que les puedan nacer.

Como en gran parte de las ratios estudiadas, vemos que los hoteles de tres estrellas suelen posicionarse mejor que los otros.

#### 14. Gráfico evolución de la Autonomía financiera



Elaboración propia. Datos obtenidos a través del SABI

A lo largo del periodo de estos 5 años, han ido prácticamente disminuyendo, lo que nos lleva a pensar que han podido endeudarse más, como vimos en la ratio de endeudamiento anteriormente o por otro lado, han disminuido los fondos propios de estas entidades.

Podemos observar como el gráfico al igual que el de garantía, disminuye a lo largo de los años, aunque se sigue manteniendo dentro de los baremos óptimos de esta ratio.

### 4.3. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO

Anteriormente hemos analizado uno por uno las ratios en el año de estudio, 2016, y su tendencia a lo largo del periodo 2012-2016. Ahora, una vez tenemos los datos en la mano, podemos obtener conclusiones acerca de ellos.

Para tener una visión general de nuestro estudio, aportamos en la tabla 11 un resumen de todos los cálculos en los que nos vamos a apoyar para contrastar nuestra hipótesis de partida.

## 11. Tabla de valores de las variables en 2016

	Año 2016	
	Tres estrellas	Cuatro estrellas
Rentabilidad económica	7,13%	4,98%
Rentabilidad financiera	9,46%	11,97%
Endeudamiento	0,65	0,89
Solvencia	2,54	2,12
Liquidez	0,91	0,81
Autonomía financiera	1,54	1,12
Margen sobre ventas	15,16%	16,98%
Rotación del activo	2,28	1,67

En primer lugar, cabe destacar que el ejercicio 2016 los hoteles de tres estrellas tienen una rentabilidad económica superior a los de cuatro estrellas, no así la rentabilidad financiera que es casi dos puntos y medio superior en los hoteles de cuatro estrellas. Como ya se ha dicho, estas diferencias pueden venir de la capacidad de invertir superior de los hoteles de mayor categoría.

Si incorporamos al análisis los datos del gráfico 7 observamos que la posición de la rentabilidad económica no es estable en el tiempo, mostrando una gran variabilidad a lo largo del periodo 2012-2016. La tendencia de este índice nos hace pensar que los valores de 2016 podrían ser un resultado puntual.

La Rentabilidad económica no aporta información significativa que permita establecer de forma categórica qué agrupación de empresas obtiene mayor rentabilidad económica.

La Rentabilidad financiera de los hoteles de cuatro estrellas muestra valores más elevados que las de tres estrellas. En este caso podríamos deducir que a mayor número de estrellas mayor Rentabilidad Financiera

Un componente de la rentabilidad económica que puede dar luz a la tendencia de la rentabilidad es la rotación de activos. En este caso los establecimientos hoteleros de tres estrellas en 2016 presentan un índice de rotación superior en 37% al de los de cuatro estrellas.

Con un menor endeudamiento, los hoteles de tres estrellas se manifiestan ligeramente más solvente y con mayor Autonomía Financiera que los hoteles de cuatro estrellas.

Si comparamos las ratios de solvencia a largo plazo, observamos que los hoteles de cuatro estrellas poseen mayor cantidad de obligaciones que atender que los de tres estrellas, por lo que estos dependen menos de terceros que los de mayor categoría.

Los hoteles de tres estrellas tienen mayor capacidad para hacer frente a las deudas a largo plazo que los hoteles de cuatro estrellas.

En cuanto a la liquidez, podemos decir que la categoría hotelera inferior tiene una ligera mayor capacidad para hacer frente a sus pagos a corto plazo que las de mayor.

Los hoteles de tres estrellas son ligeramente más capaces de hacer frente a las deudas a corto plazo que los de cuatro estrellas.

Concluimos este trabajo empírico haciendo notar que en general la posición económico-financiera de los establecimientos de tres estrellas es ligeramente mejor que los de cuatro estrellas. Con ello se desprende que, con esta muestra y en el periodo de estudio, no podemos decir que existe un “efecto estrellas” y por tanto, no podemos alegar la existencia de relación significativa entre el número de estrellas de los hoteles y las variables económico-financiera estudiadas.

## 5. CONCLUSIONES

La elección del sector hotelero en Canarias para desarrollar nuestro trabajo de fin de grado queda justificado debido al gran interés que este sector suscita entre los estudiantes del Grado de Contabilidad y Finanzas. Este sector se erige como uno de los principales motores que empuja a la economía de las Islas canarias a través de la creación de empleo y de empresas, el desarrollo de infraestructuras, así como por el efecto multiplicador que ejerce sobre el resto de los sectores productivos. El turismo ha experimentado una expansión continua a lo largo del tiempo, a pesar de la crisis financiera que azotó a los mercados en 2008, este sector se mantuvo indemne lo que demuestra la fortaleza y la resistencia del mismo.

Con este trabajo se pretende esclarecer si existe un “efecto estrellas” en el sector hotelero, de forma que, a mayor número de estrellas de los hoteles, mayor rentabilidad y en general mejor posición económico-financiera.

En primer lugar, en relación con el objetivo principal, y según el análisis económico-financiero efectuado, la rentabilidad económica de los hoteles de Canarias de cuatro estrellas en el ejercicio 2016 es inferior a la rentabilidad de los hoteles de tres estrellas en el mismo periodo, refutando con ello la hipótesis principal del trabajo. No obstante, la rentabilidad financiera sí que confirma nuestra suposición, mostrando en 2016 los establecimientos hoteleros de cuatro estrellas valores cercanos al 12%, frente al casi 9 y medio por ciento de los hoteles de tres estrellas. De igual manera se comporta el margen sobre ingresos por servicios prestados mostrando los hoteles de cuatro estrellas valores superiores en 1.8 puntos porcentuales.

En relación con el resto de las ratios económicos-financieros, cabe destacar como estos también refutan nuestra hipótesis de partida, puesto que en su gran mayoría durante el ejercicio 2016 los hoteles de tres estrellas presentan posiciones iguales o ligeramente superiores que los de cuatro estrellas.

Por otro lado, conviene señalar que los dos grupos hoteleros presentan valores en sus variables que no alcanzan las cifras óptimas que la literatura tradicional de ratios marca, no obstante, se acercan a valores aceptables por lo que tampoco son cifras poco deseables.

Con respecto a datos obtenidos a lo largo del periodo comprendido entre 2012 y 2016, podemos comprobar como algunos de los índices económicos tienen resultados menos favorables que durante el 2016, pero hay que considerar la época de declive económico sufrida, que ha ido mejorando a lo largo de los años. Por otro lado, algunos de los índices apenas han variado o al menos se han mantenido en unos valores aceptables, manteniendo generalmente una mejor posición los de tres estrellas.

Por tanto, si tuviéramos que opinar en qué tipo de hotel es más recomendable invertir, podríamos elegir los hoteles de menor categoría, ya que en general poseen mejores resultados y probablemente el desembolso que necesite sería menor, ya que necesita menos requisitos para alcanzar la categoría y necesita menos infraestructura.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Amat Salas, O. (2008). *Análisis de Estados Financieros. Fundamentos y aplicaciones*. Gestión 2000. Barcelona.

Bdl333 (2009). Liquidez, solvencia y endeudamiento. Recuperado de: <https://www.rankia.com/blog/anfundeem/413319-liquidez-solvencia-endeudamiento>

Cantalapiedra, M (2014): Cómo interpretar la ratio de rentabilidad financiera o ROE. Recuperado de: <http://www.gestoresderiesgo.com/colaboradores/como-interpretar-el-ratio-de-rentabilidad-financiera-o-roe>

Centre Metal·Lúrgic (2000). Análisis de la empresa a través de las ratios. Recuperado de: <http://www.centrem.cat/ecomu/upfiles/publicacions/analisi.pdf>

Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Sistema de Clasificación Hotelera en España. Recuperado de: <http://www.cehat.com/frontend/cehat/El-Sistema-De-Clasificacion-Hotelera-En-Espana-vn2681-vst300>

Espinosa Salas, D. (2011). Ratios de endeudamiento. Recuperado de: [http://www.davidespinosa.es/joomla/index.php?option=com\\_content&view=article&id=309:ratios-de-endeudamiento&catid=143: analisis-economico-financiero-de-una-empresa](http://www.davidespinosa.es/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=309:ratios-de-endeudamiento&catid=143: analisis-economico-financiero-de-una-empresa)

Espinosa Salas, D. (2014). Análisis de los estados contables. Recuperado de: <https://blogs.ua.es/analisis/catalogo-de-ratios-en-el-analisis-de-estados-contables/>

Espinosa Salas, D. (2014). Rentabilidad económica y financiera. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/32889464/RENTABILIDAD-ECONOMICA-Y-RENTABILIDAD-FINANCIERA>

Gobierno de Canarias (2018). Pernoctaciones en alojamientos turísticos. Recuperado de: [https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=indicator&resourceId=ALOJATUR\\_PERNOCTACIONES&measure=ABSOLUTE&geo=ES70#visualization/table](https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=indicator&resourceId=ALOJATUR_PERNOCTACIONES&measure=ABSOLUTE&geo=ES70#visualization/table)

Gómez Cámara, I. (2016). Análisis de los estados financieros de la compañía Meliá Hotels International. Recuperado de: [https://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE001273.pdf](https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001273.pdf)

González Pascual, J. (2008). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Fundamentos teóricos y aplicaciones*. Pirámide. Madrid.

Inforautónomos (2016). Como calcular la ratio de solvencia de tu negocio. Recuperado de: <https://infoautonomos.economista.es/contabilidad/calcular-el-ratio-de-solvencia-de-tu-negocio/>

Instituto Nacional de Estadística (2013). Coyuntura Turística Hotelera 2012. Recuperado de: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth1212.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2014). Coyuntura Turística Hotelera 2013. Recuperado de: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth1213.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2015). Coyuntura Turística Hotelera 2014. Recuperado de: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth1214.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2016). Coyuntura Turística Hotelera 2015. Recuperado de: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth1215.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2017). Coyuntura Turística Hotelera 2016. Recuperado de: <http://www.ine.es/daco/daco42/prechote/cth1216.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (INE). Aportación del turismo a la economía española.

Recuperado de:

[http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

Lev, B. (1978): Análisis de estados financieros. Un nuevo enfoque. Ediciones ESIC. Madrid.

Llorente Olier, J.I. (2010). Análisis de estados económico-financieros. Centro de Estudios Financieros. Madrid.

Martín Escolar, J.P. (2015). Análisis de liquidez y solvencia. Recuperado de: <http://www.gmconsulting.pro/blogideasparasunegocio/analisis-de-liquidez-y-solvencia/>

Martínez, M (2018). Las seis ratios financieras clave en la empresa. Recuperado de: <https://hablemosdeempresas.com/pymes/ratios-financieros-clave-la-empresa/>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Datos Turismo 2016: Recuperado de:

<http://www.mincotur.gob.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/2017/Documents/TURESPA%C3%91A%20AVANCE%20CIERE%202016.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2017). Panorama OMT del turismo internacional. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Promotur Turismo de Canarias. Recuperado de: <http://turismodeislascanarias.com/es>

Rueda, J. (2017). Análisis de ratios económicos y financieros. Recuperado de: <https://jraeconomistas.com/ratios-economicos/>

Sevilla, M. (2013). Ratios económicos y financieros. Recuperado de: <http://eonomiapalmeral.blogspot.com/2011/03/ratios-economico-financieros.html>

TourSpain.es. Ficha coyuntural situación hotelera. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>

TourSpain.es. Análisis coyuntural trimestral situación turística. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/analisisturistico/coyuntur/paginas/default.aspx>

Walsh, T. (2017). Your Luxury travel guide to the Canary Islands. Recuperado de: <https://www.harpersbazaar.com/uk/travel/travel-guides/a12815337/luxury-travel-guide-canary-islands/>

Webs de reservas hoteleras online. Búsqueda de cada hotel de la base de datos: <https://Trivago.com>. <https://booking.com>

World Tourism Organization. UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>