



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

DETERMINACIÓN DEL COSTO HOTELERO

Autor: Gómez, Soria Franco Luis

Director: López, Andrés

2018

Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional

RESUMEN

En este trabajo se examina la industria hotelera se calcula y analiza el costo de una habitación de Base doble.

El estudio comienza con los aspectos generales del turismo, como esta afecta e influye en la economía, como se instalo y evoluciono en nuestro país.

Se continua conociendo los aspectos particulares de la empresa en cuestión, realizando una breve descripción de su estructura y distribución de departamentos de trabajo.

Para culminar se tomo la información de costos por el Hotel Hilton para calcular el costo variable de la habitación dando como resultado un total de \$141.83.

Lo que llevo a analizar la cantidad de habitaciones que se deben vender para cubrir los costos totales determinando de ese modo los Puntos de Equilibrio Económico y Financiero.

Para finalmente concluir el alto impacto que tienen los costos fijos en este tipo de organizaciones y sus resultados.

AGRADECIMIENTOS:

Quiero agradecer en primera instancia al Prof.CPN Andrés López por los conocimientos aportados y el acompañamiento en el desarrollo del presente trabajo.

Especialmente a mis padres Luis Gomez y Graciela Soria, quienes me dieron la vida y siempre brindaron el apoyo necesario para lograr todos los objetivos académicos.

A mis hermanos Dr. Hernán Gomez Soria y Lic. Christian Gomez Soria, quienes están presentes en todo momento.

A mi esposa Yanina Alcaraz, por apoyarme incondicionalmente en este camino como estudiante y futuro profesional.

Y muy especialmente a mi hijo **Joaquin Gomez Alcaraz**, que cada día es mi motivación para seguir adelante y nunca rendirme.

PROLOGO

El presente material se realizó, como trabajo final de la materia Seminario de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tucumán.

Trata de la actividad hotelera, la cual creció mucho y se ubicó entre las industrias principales del sector y del país, gracias a la atención y desarrollo que se realizó al turismo en los últimos años.

A lo largo del desarrollo del mismo se explican y aplican los diferentes conceptos y herramientas de la contabilidad de costos.

Primero haciendo una introducción teórica para la mejor comprensión del presente trabajo.

Posteriormente se introducen conocimientos que permiten al lector conocer el negocio y las características principales de la compañía.

Por último se lleva a cabo la aplicación práctica del costeo variable en la empresa, determinando así, información relevante para la toma de decisiones por parte de los ejecutivos de la compañía.

CAPITULO I

CONTABILIDAD DE COSTOS NOCIONES

Sumario: 1.- Concepto y Características. 2.-Finalidad. 3.- Funciones.4.-Definicion de Costo. 5.-Clasificacion de costos. 6.-Elementos que integran el costo de producción. 7.- Concepto de Capacidad de Produccion.7.1 Capacidad Teórica o Máxima. 7.2 Capacidad Normal. 7.3 Capacidad Real.7.4 Capacidad Ociosa Anticipada.7.5 Capacidad Ociosa Operativa.8.-Concepto de unidad de costeo.9.-Punto de equilibrio.

1.- CONCEPTOS Y CARACTERISTICAS:

La contabilidad de costos puede definirse, en un sentido amplio, como el proceso técnico de identificar, resumir e interpretar la información necesaria para:

A-Planear y controlar las actividades económicas.

B-Costear bienes económicos, ya sean productos o servicios que puedan expresarse en términos monetarios.

C-Asesorar a la dirección en la toma de decisiones gerenciales.¹

Esta rama de la contabilidad nos provee información sobre, costos de productos o servicios como así también los costos de las funciones de producción, comercialización, administración y finanzas.

¹ Sota, Aldo Mario (1988).Manual de Costos. Tucumán. Ediciones El Graduado. Página 3.

2.- FINALIDAD:

A través del análisis del rendimiento de la materia prima, eficiencia en la mano de obra y variaciones en los costos indirectos de fabricación, se puede elegir entre dos o más alternativas de costos, es aquí donde esta rama de la contabilidad se convierte en una herramienta eficaz y eficiente para la toma de decisiones de la dirección de empresas y entes económicos.

3.-FUNCIONES:

A. Acumular datos para determinar el costo unitario del producto o servicio, cifra clave para conocer los márgenes de utilidad.

B. Brindar a los diferentes niveles de administración de la empresa datos necesarios para la planeación y control de la producción.

C. Proporcionar a la administración información necesaria para confeccionar el presupuesto.

D. Brindar racionalidad en la toma de decisiones.

4.-DEFINICIÓN DE COSTO

Podemos dar dos definiciones aquí dadas por el autor Carlos Manuel Giménez² por su brevedad y el valor de su contenido:

A)- Según el autor mexicano Cristóbal del Río González, “Es la serie de esfuerzos y recursos para producir algo “.

B)- Mientras que la versión de Edmundo López Couceiro dice: “Es el sacrificio de valores o contratación económica que se realiza para la

² Giménez, Carlos Manuel y coautores (2001). Gestión y Costos. Buenos Aires: Ediciones Macchi, pág. 40

adquisición de bienes, derechos o servicios con el objeto de utilizarlos en la generación de ingresos de explotación “.

5.-CLASIFICACION DE LOS COSTOS

Se pueden determinar de varios puntos de vista³ :

1.-Según los periodos de costos:

A.-Costos Corrientes: Aquellos desembolsos que se cargan o aplican en forma inmediata al costo del producto (materia prima, mano de obra).

B.-Costos Diferidos: El desembolso que se realiza en un determinado momento, pero su imputación a costos se posterga para debitar oportunamente (depreciación de bienes de uso, alquileres pagados por adelantado).

2.-Según su naturaleza:

A.- Materia Prima: son todos aquellos elementos físicos que es imprescindible consumir durante el proceso de elaboración de un artículo, de sus accesorios y de sus envases.

B.-Mano Obra: ella representa el valor del trabajo realizado por los operarios que contribuyen, al proceso de transformación de la materia prima.

C.-Costos Indirectos de Fabricación: son todas las erogaciones que no pueden ser adjudicadas exactamente a una unidad de producto, por lo que deben ser absorbidas por la totalidad de la producción con miras a una imputación final por artículo que no es posible efectuarla sino mediante ciertos dispositivos contables de no justa precisión.

³ Vázquez, Juan Carlos (1971).Manual de costos estándar: Editorial Aguilar, página 228.

3.-Según la forma de imputación:

A.-Directa: Materia prima, mano de obra.

B.-Indirectas: Insumos, materiales indirectos, en este caso cabe aclarar que puede ser con respecto al producto o al departamento directo o indirecto.

4.-Según el tipo de variabilidad:

Se enfoca en el comportamiento de los costos ante cambios en los niveles de producción, desde este punto de vista existen dos tipos.

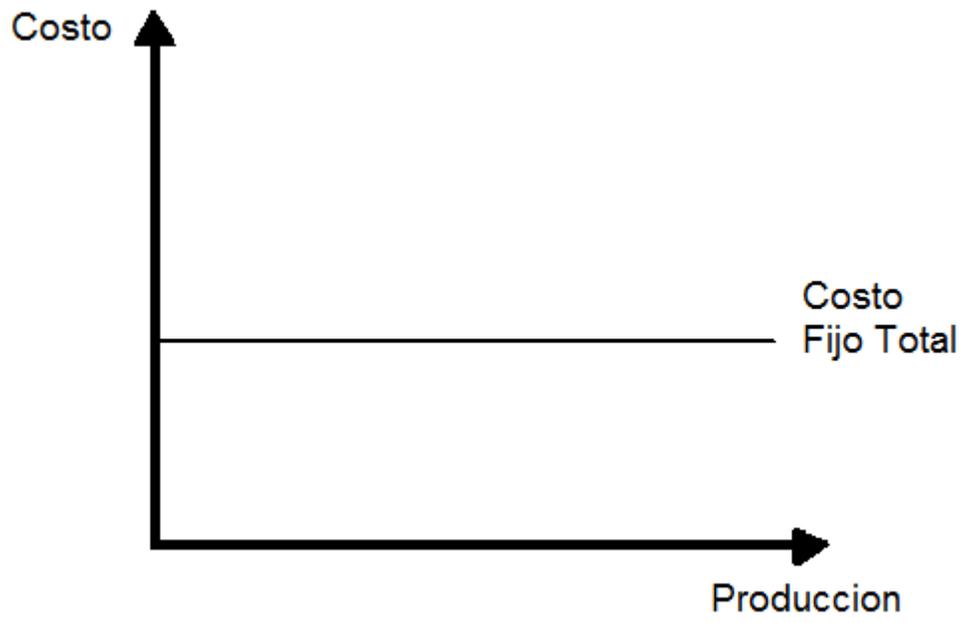
A.-Costos Fijos: son aquellos que en su cuantía total permanecen constantes en el tiempo en relación al volumen real de actividad⁴.

Dentro de los costos fijos se pueden distinguir los siguientes costos.

1) Costos fijos directos: Son los que pueden asociarse con el producto/servicio o departamento, que si alguno de estos desapareciera tal costo desaparecería con él, por ejemplo el costo de depreciación de una cámara frigorífica del restaurante del hotel, el mismo desaparecería si desapareciera el restaurante del hotel.

2) Costos fijos indirectos: Aquellos que son comunes a dos o más productos/servicios o departamentos, de tal forma que si desapareciera uno de ellos no desaparecería el costo. Ejemplo: el costo del personal de mantenimiento, al atender a varias áreas del hotel no desaparecería si un departamento dejara de existir, pues debe asistir a los demás departamentos.

⁴ GIMENEZ, Carlos, ibídem., pág. 30.

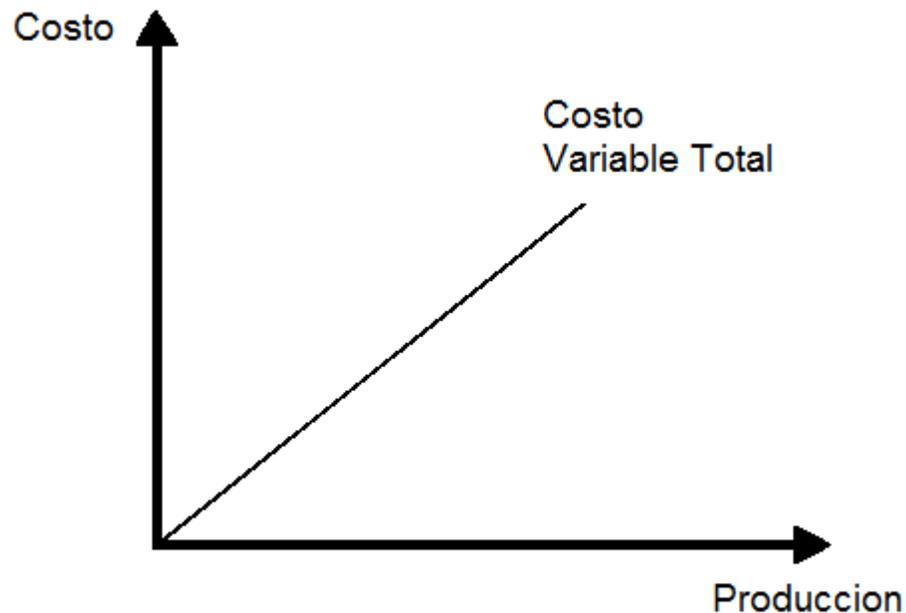


B.-Costos Variables: son aquellos que en su cuantía total varían conforme a cambios en el volumen real de actividad⁵.

Los costos variables se pueden subdividir en:

1) Costos variables proporcionales: Son aquellos que si se incrementa o disminuye el volumen de actividad, estos costos también varían en la misma proporción. Ejemplos.

2) Costos variables progresivos: son los que ante un aumento o disminución del volumen de producción aumentan o disminuyen más que proporcionalmente a este.



⁵ GIMENEZ, Carlos, ibidem., pág. 28.

6.-ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL COSTO DE PRODUCCION

Los distintos elementos que integran el costo de producción de cualquier Producto/Servicio son:

- 1- Materia Prima directa o materiales directos.
- 2- Mano de Obra Directa.
- 3- Costos indirectos de fabricación.

A continuación profundizaremos en cada uno de estos elementos:

1- Materia prima directa o materiales directos: Es el primer elemento del costo, ya que generalmente representa el punto de partida de las actividades, por ser los bienes que se someten al proceso de transformación. Los materiales o materias primas, se van convirtiendo en costos a medida que salen del almacén para ser incorporados al proceso de fabricación, su requerimiento se efectúa en función de la operación. Se considerará materia prima directa, cuando sea posible identificar el material consumido con el producto en el que se emplea, es decir, cuando se conoce el uso y destino del material. Si bien decimos que el material indirecto es aquel que no podemos identificar con el producto en fabricación, cabe aclarar que el carácter de indirecto no proviene de no conocer el uso y destino del material sino en la inconveniencia práctica y económica de hacerlo. Por tal motivo decimos que la materia prima directa forma parte del costo de producción, y la materia prima indirecta de los costos comunes de fabricación.

2- Mano de obra directa: La mano de obra representa el trabajo o factor humano tanto intelectual como manual que interviene en la producción. Está formada por los salarios y demás prestaciones devengadas de todo el personal que trabaja en la producción o prestación del servicio.

Siguiendo el mismo razonamiento que en el caso de las materias primas, la mano de obra directa lo constituyen aquellos salarios de personal que pueden identificarse con el producto en el que se emplea. La suma de los materiales directos y la mano de obra directa conforman lo que se denomina el costo primo.

Fórmula Costo primo = materiales directos + mano de obra directa.

3- Costos indirectos de fabricación: Los costos indirectos de fabricación, también llamados costos comunes de fabricación o costos indirectos, constituyen el tercer elemento estructural del costo de producción. Lo conforman una serie de partidas que son aplicables a un período y que no corresponden a elementos integrantes del costo primo. No se identifican con ningún producto u orden de producción específica, sino que benefician al conjunto de la producción. Los materiales indirectos y la mano de obra indirecta, forman parte de él. Algunos ejemplos de gastos de fabricación que no sean materiales indirectos ni mano de obra indirecta son: depreciaciones, primas de seguros, alquileres, seguridad, iluminación de la planta, etc. Aquí también podemos hacer una separación entre costos directos e indirectos.

7.-CONCEPTO DE CAPACIDAD DE PRODUCCION

7.1 -Capacidad Teórica o Máxima: Será aquel nivel de actividad que se alcanzaría en el hipotético caso que se utilicen absolutamente todos y cada uno de los factores productivos. Es decir, las maquinarias y equipos no sufrirían interrupciones en su funcionamiento, los obreros presentarían ausentismo cero y el capital de trabajo sería óptimo, nunca faltaría materia prima, materiales ni suministros y la organización, la administración y dirección empresarial serían siempre eficientes.

7.2-Capacidad Normal: Si a la capacidad teórica o máxima le disminuimos las paradas de las maquinarias y equipos o roturas, desperfectos o tareas de mantenimiento, el ausentismo laboral, etc., podemos afirmar con cierto grado razonable de aproximación, un determinado nivel de actividad que llamaremos “normal”. Generalmente se considera que esta disminución, por razones o causas normales del “nivel de actividad” puede oscilar, según los sectores económicos entre un 15% o 20%.

7.3-Capacidad Real: Es aquel nivel de actividad que se alcanzó en la realidad, y puede ubicarse por encima, por debajo o igual a la capacidad normal. Podríamos decir que la capacidad es la aptitud que tienen las empresas, para alcanzar determinado nivel de producción de bienes o prestación de servicios, en base a una dotación dada de recursos productivos (materiales, humanos y financieros)⁶.

7.4 Capacidad Ociosa Anticipada: es la que permite adelantar que parte de los costos fijos de capacidad, no serán transferidos al costo de producción.

⁶ GIMENEZ, Carlos; **Íbidem**, pág. 556.

7.5-Capacidad Ociosa Operativa: cuando el nivel de actividad presupuestado no es utilizado⁷.

8.-CONCEPTO DE UNIDAD DE COSTEO:

Es la cantidad mínima de producto o servicio a la que se asigna costo. Su determinación depende, fundamentalmente, de las formas operativas de la empresa y de las conveniencias propias de la información para decidir.

9.-PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio puede definirse como:

- a) Es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.
- b) También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.
- c) Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES
----------------	----------------

VENTAS TOTALES	COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES
----------------	---------------------------------

En lo que a costo se refiere, los modelos de equilibrio tienen en cuenta su variabilidad, o sea la conducta de cada concepto en función del nivel de actividad. Así, todos los conceptos se reducen a fijos y variables, lo que implica una absoluta situación del análisis en el corto plazo, puesto que a la larga, no existen los costos fijos.

⁷ OSORIO, Oscar; Un Enfoque Diferente Para Medir la Ociosidad en el Costeo Integral, Ediciones Macchi, (Argentina, 1988), pág. 543

CAPITULO II

EL TURISMO Y LA HOTELERIA

Sumario: 1.- Introducción.2.-La importancia del turismo en la economía.3.-Factores determinante del turismo.4.-Evolucion del turismo en la Argentina.5.-Concepto de hotelería.6.-Tipos de alojamientos.

1.- INTRODUCCION:

Desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras ocio, etc. Así los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades. En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocido como el Grand Tour. Sin embargo no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas⁸.

La industria turística está compuesta por, un conjunto de empresas interrelacionadas al servicio de quienes viajan, tanto dentro del propio país como el exterior. El turismo establece conexión entre, las personas, la forma de viajar, los alojamientos y los medios.

“La industria turística es la se ocupa de transportar, cuidar, alimentar y distraer a los turistas, a los cuales, en termino generales, podemos definir como aquellos que viajan fuera de su lugar de residencia”⁹.

⁸ Amparo Sancho (1992).Introducción al Turismo.OMT (Organización Mundial del Turismo).

⁹ Revista del Instituto Internacional de Costos, ISSN 1646-6896, Edición Especial XII Congreso, abril 2012.

2.-LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMIA

El turismo es una actividad económica de mucha jerarquía por su incidencia en el desarrollo nacional, especialmente sobre la redistribución de la renta, sobre la balanza de pagos, sobre el producto bruto interno, sobre el nivel de empleo y sobre las economías regionales.

El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una nación o región hacia el lugar de destino en el que se genera la renta.

Efectivamente los gastos de los turistas no solo se limitan al pago de una habitación de hotel sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de bienes y servicios de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, etc.

El flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no solo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas vinculadas directamente con la actividad turística sino que también beneficia al resto de los sectores de la economía a través del denominado efecto multiplicador.

El efecto multiplicador del turismo es producto de la interdependencia que existe entre los distintos sectores económicos, de manera que un aumento en la demanda de los bienes y servicios producidos por un sector genera a su vez un incremento en la demanda de bienes o servicios procedentes de otros sectores, que son necesarios para la producción de los anteriores. Es decir el dinero destinado al gasto turístico fluye hacia otras empresas, en la medida en que las empresas de la industria turística que reciben el dinero reponen sus stocks, renuevan sus materiales o mobiliarios, pagan a proveedores, pagan salarios, impuestos, tasas, facturas de gas, luz, agua, seguros, etc.

En conclusión, la actividad turística genera flujos de ingresos que permiten un aumento de la renta en los demás sectores de la actividad económica, redistribuyendo la renta en un círculo cada vez mayor.

3.-FACTORES DETERMINANTES DEL TURISMO.

El proceso de decisión que influye para que los turistas compren o no un determinado producto, puede explicarse a partir de dos tipos de factores: los determinantes y los motivadores.

Los factores determinantes se refieren a las facilidades que tiene un individuo para viajar, estos factores a su vez pueden dividirse en factores de carácter externo al turista (opiniones de amigos, marketing turístico, medios políticos, medios económicos) y los factores que se refieren al ámbito personal (ingreso, salud, compromisos familiares y profesionales) sus conocimientos sobre el destino turístico, y sus experiencias anteriores.

Los factores motivadores, son aquellos que determinan las necesidades por las cuales una persona viaja. Se pueden resumir en cuatro puntos:

- A. Físicos: relacionados con el descanso y la salud.
- B.-Culturales: deseo de aprender o conocer algo nuevo.
- C.-Interpersonales: deseo de conocer otras personas.
- D.-Estatus o prestigio: desarrollo personal y autoestima.

Por otro lado encontramos los factores que influyen en el desarrollo del turismo, pero desde una perspectiva ya no de la persona, sino de los estados que buscan impulsar el crecimiento de la industria, entre otros algunos de los factores que influyen en el desarrollo del turismo tenemos:

- A.-Grado de desarrollo y crecimiento económico.
- B.-Aspectos geográficos.
- C.-Políticas públicas.
- D.-Grado de desarrollo tecnológico.

4.-EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA ARGENTINA.

La Argentina alcanzó la independencia en el año 1816 y a partir de ese momento ingresó en un período de organización nacional que se

considera como el proceso de estructuración territorial y el nacimiento de las instituciones .En 1853 se sanciona la primera constitución que impulso la idea de organización de la Nación e incluyo el nombre de Republica Argentina para la designación del gobierno y el territorio de la Nación.

Con este desarrollo comenzó el crecimiento económico, que se acentuó con mayor protagonismo en Buenos Aires, sin embargo los extranjeros arribados se hospedaban en casas de los gauchos, sin pagar por ello, lo que le dio reconocimiento a los Argentinos como un país hospitalario.

Fue en la ciudad de Buenos Aires donde nació la primera hostería para inmigrantes (1825) cuya finalidad fue resguardar a las corrientes migratorias que provenían de Europa. En 1868 se inauguro el primer Hotel Argentino (el más lujoso para la época).

A mediados del siglo XIX, de forma espontanea e improvisada, comenzó a aparecer el turismo en a playas bonaerenses. La situación política y económica imperante permitió que el turismo estuviera destinado exclusivamente a una limitada clase alta, quienes debido a su poder económico comenzaron a disfrutar del tiempo libre. Así surgió Mar del Plata (1874) como el primer balneario argentino, a partir de este primer antecedente se realizaron grandes inversiones turísticas en el país, desde 1880 iniciaron su desarrollo los primeros centros termales orientados a la rehabilitación.

Surge en Córdoba a principios del siglo XX el desarrollo del equipo curativo de la tuberculosis y las enfermedades pulmonares a través del tratamiento en el clima serrano. El avance en el trazado del ferrocarril produjo la construcción de elegantes hoteles que dieron lugar al desarrollo de algunos de los principales centros turísticos del país

Las primeras décadas del siglo XX estuvieron acompañadas por el ascenso de las organizaciones sindicales. En 1934 se establecieron las normas para celebrar los contratos de trabajo que intentaban impedir los despidos arbitrarios y se estableció para algunos gremios los beneficios

jubilatorios, esos avances tendientes a la valorar el tiempo libre de los trabajadores hizo que estos tengan acceso y derechos a disfrutar de momentos de ocio. En 1943 Perón cuya función era la de Secretario de Trabajo y Previsión Social se relaciono con los trabajadores y sindicatos y comenzó a revisar la política social. Concretamente en el turismo, a partir de la década de 1920 se producen algunos aportes (obras de infraestructura) que se verán incrementados en las siguientes décadas. Todas las reformas sociales implementadas durante su gobierno tendieron a desarrollar el turismo nacional .Estos años marcaron el desarrollo de San Carlos de Bariloche como destino turístico, y desde 1930 las familias más acaudaladas comienzan a construir sus casa de veraneo.

En 1934 se creó el Parque Nacional de Puerto Iguazú, el mejoramiento del camino de acceso, la modernización del hotel existente y la construcción de pasarelas de madera sobre los saltos de las cataratas.

En 1937 la creación del Parque Nacional Los Glaciares permitió visionar el destino turístico del Calafate. En la costa bonaerense, de la mano de Carlos Gesell que foresto la zona de médanos y promovió el desarrollo, se crea Villa Gesell (1931), luego San Clemente del Tuyu (1935), Mar de Ajo (1936), Santa Teresita, San Bernardo y Monte Hermoso (1942), Pinamar (1943) y Mar del Tuyu (1945).

Con el gobierno peronista y la adquisición de diferentes derechos sociales y laborales de los ciudadanos, la clase media obrera comenzó a tener acceso a lugar de veraneo donde antes solo accedía la clase alta.

Entre 1976 y 1982 con el gobierno militar el turismo social quedo minimizado. En 1978 se realizo en la Argentina el mundial de futbol lo que condujo al gobierno a otorgar líneas de crédito de bajo interés para incentivar la construcción o remodelación de hoteles. Todos estos avances fueron acompañados mediante la formación profesional, desde la década del 60 las universidades iniciaron la oferta de las primeras carreras de formación turística. En 1989 el gobierno oriento sus políticas hacia el neoliberalismo lo

que trajo consigo una fuerte recesión en el sistema de transporte, en 1990 se comenzó la privatización de varias empresas del estado.

En 2002 se derrumba la convertibilidad dando lugar a una marcada devaluación de la moneda que permitió proyectos a favor de la reactivación de las actividades económicas y la recuperación de las exportaciones , incluyendo el turismo, impulsando para este caso un mayor desplazamiento del interno, la disminución del emisor y una mayor captación del turismo internacional. En 2005 se promulgo la nueva Ley Nacional de Turismo 25997.La actividad turística resulta prioritarias dentro de las políticas de estado.

En el siglo XXI el principal recurso de desarrollo turístico sigue encontrándose en la naturaleza, el turismo puede sin duda ser un motor de desarrollo en tanto se encaminen políticas, estrategias y acciones de largo plazo y considerando un enfoque que garantice la sustentabilidad económica, social y ambiental.

5.-CONCEPTO DE HOTELERIA.

Hotelería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo.

6.-TIPOS DE ALOJAMIENTOS.

A.-HOTEL: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría y modalidad; siendo su tarifa de alojamiento diaria por tipo de habitación y número de ocupantes.

B.-HOTEL RESIDENCIA: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en apartamentos o cabañas,

ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría y modalidad; siendo sus tarifas de alojamiento diarias y especiales para estancias prolongadas, no inferiores a un mes, por tipo de apartamento o cabaña y número de ocupantes.

C.-MOTEL: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría y modalidad. Ubicados generalmente en las proximidades de las vías automotoras, fuera de las zonas urbanas, con estacionamiento contiguo o próximo a las unidades habitacionales y cuya disposición de planta física permita a los huéspedes el acceso individual, principal y directo a sus habitaciones, desde el área de estacionamiento. Siendo sus tarifas de alojamiento diario por tipo de habitación y número de ocupantes.

D.-PENSION: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario compartido, común o colectivo. Por requerimiento del huésped se ofrece servicio de alimentación bajo el régimen completo o medio; siendo su tarifa de alojamiento periódica-diaria o semanal, quincenal o mensual e incluirá en cada caso, el valor por el régimen de comidas convenido con el huésped.

E.-HOSPEDAJE: Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamientos en habitaciones privadas o colectivas con servicio sanitario privado o colectivo. No ofrece servicio de alimentación, pero si un mínimo de servicios básicos, siendo su tarifa de alojamientos periódica, diaria semanal, quincenal o mensual por tipo de habitación o por cama.

CAPITULO III

CARACTERISTICAS PARTICULARES DEL NEGOCIO

Sumario: 1.- Descripción del hotel como empresa.2.-Hotel objeto de análisis.3.-Estructura de la entidad.4.- Departamento Habitaciones.5.-Departamento Recursos Humanos.6.-Departamento finanzas.7.-Departamento ventas.8.-Departamento alimentos y bebidas.9.- Departamentos locales comerciales.10.-Supervisor de mantenimiento.11.-Organigrama.12.-Definición de departamentos o centros de producción o servicios.13.- Determinación de la capacidad.14.-Metodo de costeo a desarrollar.15.-Unidad de costeo.

1.- DESCRIPCION DEL HOTEL COMO EMPRESA:

El costo de la operación de un hotel, es decir el costo de producción o prestación de un servicio puede definirse como la expresión monetaria de los recursos empleados en el proceso de atención a los huéspedes y usuarios de los servicios que este brinda. Incluye gastos por conceptos de comestibles, bebidas, materiales de todo tipo, energía y otros objetos de trabajo consumidos en el proceso, así como los gastos por la remuneración del trabajo, la depreciación de equipos y edificios, la promoción y el marketing, el mantenimiento de las instalaciones, los impuestos y otros gastos que se originen como resultado de la actividad que realice el hotel.

2.-HOTEL OBJETO DE ANALISIS:

El hotel elegido para este trabajo, es el hotel Hilton, una empresa relativamente nueva, instalada en nuestra provincia hace 6 años, aunque el tiempo sea corto cuenta con el aval de una marca reconocida mundialmente por sus estándares de calidad en la prestación de servicios de hotelería.

La ubicación del mismo, es en un antiguo predio de alto contenido histórico. Tras una cuidadosa puesta en valor de un antiguo mercado y una revalorización que le devolvió su brillo a un espacio de encuentro que fue central durante décadas para la provincia de Tucumán, con la instalación de esta entidad, se incremento tanto el turismo como la actividad comercial a sus alrededores.

3.-ESTRUCTURA DE LA ENTIDAD:

El hotel está dividido en seis departamentos y cuenta con 33 empleados en forma permanente .La cúpide está cubierta por un Gerente General, quien administra las funciones del mercado y ventas del hotel, es el responsable de liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica.

4.-DEPARTAMENTO HABITACIONES:

Se coordina la actividad de las unidades de alojamientos, está compuesto por un gerente de habitaciones, de quien dependen dos supervisores, un supervisor de seguridad (quien vela por la seguridad del hotel en su totalidad, no solo respecto a habitaciones), y un supervisor de habitaciones (releva y controla las habitaciones en sí); de este último se desprenden las escala más baja en este departamento, compuesto, por cuatro recepcionistas y un Agente de Reservas (quien está a cargo de la

organización de habitaciones y tomar las reservas con antelación). El hotel cuenta con 100 habitaciones, que a los fines del presente trabajo se consideraran todas de BASE DOBLE.

5.-DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS:

Integrado por una profesional, quien se encarga del reclutamiento, selección del personal, inducción, capacitación, remuneración, motivación y todo lo referente al clima laboral.

6.-DEPARTAMENTO DE FINANZAS:

Integrado por un gerente de finanzas, quien coordina, controla y supervisa toda la administración de costos, contabilidad e información financiera. De éste se desprenden; un comprador (encargado de abastecer al hotel en todos los insumos necesarios para el normal desarrollo de las actividades del mismo), un auditor de ingresos (controla la correcta imputación de los ingresos que tiene el hotel por diferentes motivos).Y un auxiliar administrativo (desarrolla la operatividad contable).

7.-DEPARTAMENTO DE VENTAS:

Integrado por su gerente de ventas, quien realiza el trabajo comercial de la entidad encargado del marketing y promoción del mismo. A su cargo tiene dos ejecutivos de ventas (que se encargan de contactar a los clientes para realizar diferentes tipos de eventos en la institución).y un coordinador de eventos (quien organiza, controla y supervisa a los eventos).

8.-DEPARTAMENTO ALIMENTOS Y BEBIDAS:

Integrado por su gerente, quien es el responsable del servicio gastronómico del hotel, tiene bajo su mando, por un lado dos supervisores (nexo entre el gerente y los empleados encargados de la operatividad gastronómica), quienes tienen a su cargo a 2 camareros eventuales. (Quienes realizan el servicio de bar en sí) y a 2 Stewart (quienes realizan la limpieza del hotel y soporte al departamento en cuestión).

Por otro lado, dependiendo directamente del gerente, tenemos al chef (profesional de la gastronomía, responsable de los distintos platos y administrador de los insumos respectivos), tiene a su cargo a un jefe de partida y dos ayudantes de cocina.

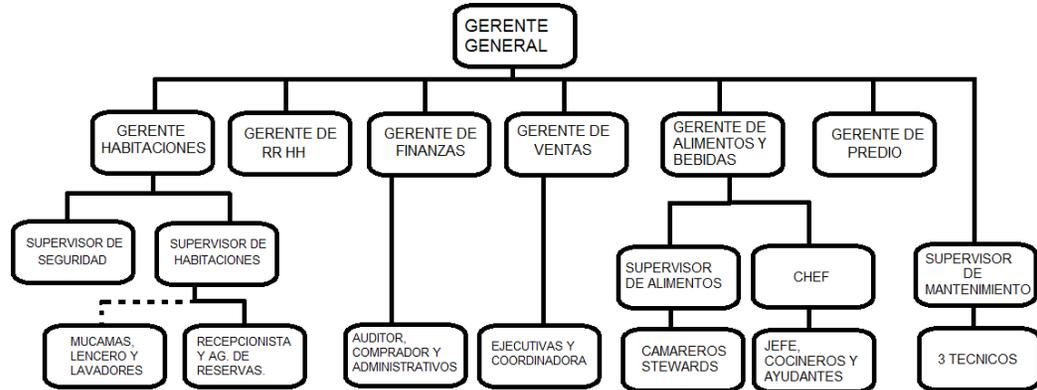
9.-DEPARTAMENTO LOCALES COMERCIALES:

Contenido por una persona que administra los locales comerciales que se encuentran en las afueras del hotel pero dentro de su predio.

10.-SUPERVISOR DE MANTENIMIENTO:

Quien junto a sus tres técnicos, realizan todo tipo de refacciones, arreglos y reparaciones en todo el hotel. Este depende directamente del Gerente General.

11.-ORGANIGRAMA



12.-DEFINICION DE DEPARTAMENTOS O CENTROS DE PRODUCCION O SERVICIOS.

Es muy importante definir los departamentos o centros de servicios que tiene el hotel.

Tipos de departamentos:

- A) Operativos.
- B) No operativos.

A) Operativos: Se define como aquellos que conforman un conjunto de actividades productivas que generan la venta de los servicios, y su correspondientes costos y gastos dentro de los cuales (y a los fines de un análisis claro) podemos citar los siguientes.

HABITACIONES: Departamento que concentra el conjunto de procesos para la prestación del servicio de alojamiento.

B) No operativos: Se definen como aquellos que concentran un conjunto de actividades no productivas, pero que dan el soporte y apoyo a los centros de producción.

13.- DETERMINACION DE LA CAPACIDAD.

La capacidad en esta actividad de servicios de alojamientos, estará definida en turnos mensuales.

A) Capacidad Teórica: Es la cantidad de días del mes por 1 (un) turno de alojamiento diario.

CAP. TEORICA=30 días x 1turno diario=30 turnos mensuales.

(30 x 100 hab.=3000 turnos mensuales)

B) Capacidad Normal: Es la cap. promedio que alcanza el hotel en la realidad.

CAP. NORMAL =20 turnos mensuales.

(20 x 100 hab=2000 turnos mensuales)

14.-METODO DE COSTEO A DESARROLLAR

En este trabajo se aplicará el Costeo Variable:

Es el método que usaremos para calcular y contabilizar los costos del establecimiento hotelero. La principal característica y ventaja de éste método, es la de proporcionar a los gerentes la información que necesitan para una correcta toma de decisiones, poniéndolos en una óptima situación para una mejor planificación sobre todo a corto plazo en orden a políticas de

ventas , volumen optimo de producción de servicios , asignación de recursos, etc.

Para la aplicación de éste método, es imprescindible la separación de los costos en fijos y variables.

15.-UNIDAD DE COSTEO:

Tomamos como unidad de costeo (a los fines prácticos) “una habitación” de BASE DOBLE.

CAPITULO IV

DETERMINACION DEL COSTO

Sumario: Costeo variable.1.-Calculo de consumo de materia prima.2.-Determinacion de costos variables y fijos.3.-Calculo del costo unitario variable.4.-Costos fijos totales.5.-Costos variables totales ingresos y utilidad.

COSTEO VARIABLE

1.- CALCULO DE CONSUMO DE MATERIA PRIMA:

PRODUCTOS	INVENT INICIAL	COMPRAS	INVENT FINAL	CONSUMO
ACONDICIONADOR	\$ 81.486,00	\$ 0,00	\$ 74.695,50	\$ 6.790,50
ALCOHOL EN GEL	\$ 400,00	\$ 0,00	\$ 350,00	\$ 50,00
AZUCAR BLANCA	\$ 1.600,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.600,00
BODY LOTION	\$ 70.200,00	\$ 0,00	\$ 64.800,00	\$ 5.400,00
BOLSAS 30*40CM	\$ 900,00	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 2.100,00
BOLSAS 80*1,10	\$ 18.000,00	\$ 0,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
CAFÉ INSTANT.	\$ 1.296,00	\$ 720,00	\$ 1.152,00	\$ 864,00
CIF CREMOSO	\$ 600,00	\$ 150,00	\$ 350,00	\$ 400,00
CIF GEL LAVAND.	\$ 1.440,00	\$ 360,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00
CLAX PERFUMINA	\$ 5.600,00	\$ 0,00	\$ 4.900,00	\$ 700,00
DRASTIK	\$ 900,00	\$ 0,00	\$ 360,00	\$ 540,00
EDULCORANTE	\$ 1.400,00	\$ 1.600,00	\$ 2.400,00	\$ 600,00
ESPONJA 3M	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 500,00	\$ 700,00
GUANTES GOMA	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 144,00	\$ 576,00
JABON CREMA	\$ 68.040,00	\$ 0,00	\$ 63.140,00	\$ 4.900,00
LAPICERAS	\$ 16.000,00	\$ 0,00	\$ 11.200,00	\$ 4.800,00
OMIN DESMANCHA.	\$ 4.900,00	\$ 0,00	\$ 2.450,00	\$ 2.450,00
PAÑO AMARILLO	\$ 126,00	\$ 105,00	\$ 91,00	\$ 140,00
PAPEL HIG ROLLO	\$ 36.000,00	\$ 0,00	\$ 9.000,00	\$ 27.000,00
PEINE LISO	\$ 10.000,00	\$ 0,00	\$ 9.800,00	\$ 200,00
SERVILLETAS	\$ 2.800,00	\$ 0,00	\$ 2.100,00	\$ 700,00
SHAMPOO	\$ 51.975,00	\$ 0,00	\$ 47.075,00	\$ 4.900,00
TE	\$ 2.600,00	\$ 0,00	\$ 2.100,00	\$ 500,00
TOALLA INTERCAL.	\$ 14.580,00	\$ 0,00	\$ 14.160,00	\$ 420,00
TRAPO DE PISO	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 600,00
VASO DESCARTAB.	\$ 250,00	\$ 125,00	\$ 250,00	\$ 125,00
TOTALES	\$ 392.853,00	\$ 6.520,00	\$ 322.717,50	\$ 76.655,50

2.-DETERMINACION DE COSTOS VARIABLES Y FIJOS.

CONCEPTOS	VARIABLES	FIJOS
MATERIA PRIMA	\$ 76.655,50	
M.O.		\$ 170.000,00
CIP	\$ 207.000,00	
TOTALES	\$ 283.655,50	\$ 170.000,00

(M.O. incluye remuneración de mucamas \$80000, camareros \$50000 y lenceros \$40000).

(CIP incluye energía eléctrica \$150000, gas \$30000 y agua \$27000).

3.-CALCULO DEL COSTO UNITARIO VARIABLE.

Nº HAB. VENDIDAS: 2000 HAB. (TARIFA \$1500).

$$\text{C. UNITARIO VARIABLE} = \frac{\text{C.VARIABLE}}{\text{UNID. VENDIDAS}}$$

$$\text{C. UNITARIO VARIABLE} = \frac{\$ 283.655,50}{2000 \text{ UN.}}$$

C. UNITARIO VARIABLE = \$ 141,83

4.-COSTOS FIJOS TOTALES.

Costos Fijos	Importes
SUELD Y CARG. SOC. PERS. DE RECEPCION	80000
SUELD Y CARG. SOC. AG. DE RESERVAS	30000
SUELD Y CARG. SOC. DE COCINEROS	60000
SUELD Y CARG.SOC. AYU. DE COCINA	25000
SUELD Y CARG.SOC. DE STEWARDS	45000
SUELD Y CARG. SOC MUCAMAS	80000
SUELD Y CARG. SOC CAMAREROS	50000
SUELD Y CARG. SOC LENCEROS	40000
SUELD Y CARG. SOC. DE ADMINISTRACION	110000
SUELD Y CARG. SOC. PERSONAL GERENCIAL	410000
SUELD Y CARG. SOC. PERSONAL SEGURIDAD	480000
SUELD Y CARG. SOC. DE MANTENIMIENTO	150000
AMORTIZACION M Y U.	60000
AMORTIZACION INMUEBLE	500000
AMORTIZACION MAQUINARIA	100000
GASTOS DE TELEFONIA E INTERNET	60000
GASTOS DE MAT DE OFICINA	5500
GASTOS DE COMERCIALIZACION	100000
Total Costos Fijos	2385500

5.- COSTOS VARIABLES TOTALES-INGRESOS Y UTILIDAD.

ESTADO DE RESULTADOS	IMPORTES
VENTAS	\$ 3.000.000,00
COSTOS VARIABLES	\$ -283.655,50
CONTRIBUCION MARGINAL	\$ 2.716.344,50
COSTOS FIJOS	-\$ 2.385.550,00
RESULTADO NETO	\$ 330.794,50

CAPITULO V

ANALISIS DE EQUILIBRIO

Sumario: 1.-Formulas del punto de equilibrio económico y financiero y margen de seguridad y cierre. 2.-Cálculos y determinación de los puntos de equilibrio económico y financiero y margen de seguridad y cierre.3.-Grafica del punto de equilibrio. 4.-Informacion para análisis.

1.-FORMULAS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ECONOMICO Y FINANCIERO Y MARGEN DE SEGURIDAD Y CIERRE.

Punto de Equilibrio Económico en \$ =	$\frac{\text{Costos fijos}}{1-\text{C.Variables} / \text{Ventas}}$
Margen de Seguridad en \$ =	$\text{Ventas} - \text{Ventas Eq.Econ.}$
Punto de Equilibrio Financiero en \$ =	$\frac{\text{C.Fijos-Amortizaciones}}{1-\text{C.Variables}/\text{Ventas}}$
Punto de Equilibrio en Unidades =	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Pcio. de venta-Costo Unit. Variable}}$
Margen de Cierre en \$ =	$\text{Ventas} - \text{Ventas Eq.Financ.}$

El margen de seguridad positivo puede entenderse como la magnitud en que pueden caer los ingresos y seguir cubriéndose los costos. Lógicamente, un margen igual a cero indica que se está justo en el punto de equilibrio, es decir que “no hay margen” para disminuir los ingresos. En el

otro extremo, cuando el indicador es negativo, señala que no se están cubriendo los costos, lo que se traduce en que se está trabajando a pérdida.

Lo dicho sobre punto de equilibrio económico y su margen de seguridad es aplicable al financiero o de cierre, sólo que ya no se trata de ingresos y costos devengados, sino que lo que se analiza son las efectivas entradas y salidas de fondos. Se puede trabajar a un nivel de actividad donde no se alcanza el punto de equilibrio económico pero sí el financiero, es decir que si bien la situación del negocio es preocupante, todavía puede realizar los pagos mínimos que le permitan seguir abriendo sus puertas para funcionar. Como el económico es siempre mayor al financiero (más difícil de alcanzar), ubicarse por encima del primero implica necesariamente estar también por encima del segundo. La situación contraria es nefasta e irremediable, es decir, cuando los ingresos de la empresa se ubican debajo del punto financiero; allí, al no haber capital operativo, no se puede ni siquiera operar en el corto plazo con las esperanzas de una rehabilitación económica del negocio, por eso es que también se lo llama punto de cierre.

Para el caso puntual, la diferencia entre ambos análisis está dada exclusivamente por las amortizaciones, único concepto que podría considerarse extinguido y que por lo tanto produciría una brecha entre lo aplicado como costo y lo pagado.

2.-CALCULOS Y DETERMINACION DE LOS PUNTOS DE EQUILIBRIO ECONOMICO Y FINANCIERO Y MARGEN DE SEGURIDAD Y CIERRE.

DATOS

Conceptos	Importes
Costos Fijos	\$ 2.385.550,00
Costos Variables	\$ 283.655,50
Ventas	\$ 3.000.000
Costos Fijos vivos	\$ 1.725.550
Ventas eq. Econ.	\$ 2.553.583
Ventas eq. Financ.	\$ 1.847.094
Amortizaciones	\$ 660.000

$$\text{Punto de Eq. Económico} = \frac{\$2385550}{1-\$283655,50/\$3000000} = \$ 2.634.662$$

$$\text{Margen de seguridad} = \$3000000-\$2553583 = \$ 446.417$$

$$\text{Punto de Eq. Financiero} = \frac{\$1725550}{1-\$283655,50/\$3000000} = \$ 1.905.741$$

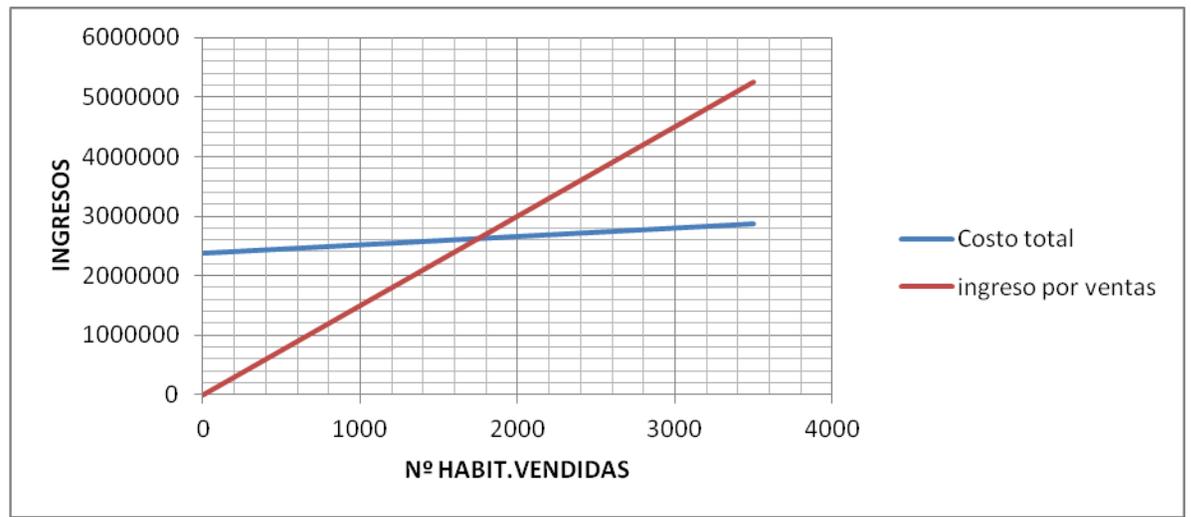
$$\text{Punto de Eq. en Unidades} = \frac{\$2385550}{\$1500-\$141,83} = 1757 \text{ Hab.}$$

$$\text{Margen de cierre} = \$3000000-\$1847094 = \$ 1.152.906$$

INDICADORES

Análisis Económico/Financiero	Importes	Porcentual
Ingresos	\$ 3.000.000	
Punto de Equilibrio Económico	\$ 2.634.662	87,82%
Margen de Seguridad	\$ 446.417	14,88%
Punto de Equilibrio Financiero	\$ 1.905.741	63,52%
Margen de Cierre	\$ 1.152.906	38,43%

3.-GRAFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



4.-INFORMACION PARA ANALISIS.

Luego de efectuar los cálculos podemos determinar:

A).-El punto de equilibrio económico es de \$2634662, es decir es el monto que mínimo que se debe vender para cubrir tanto los costos fijos como variables.

B).-El margen de seguridad es \$ 446.417, lo que indica el monto que pueden disminuir las ventas sin caer en pérdidas económicas.

C).-El punto de equilibrio financiero es de \$1905741, el nivel de ventas que permitiría contar con la liquidez mínima para continuar operando.

D).- El margen de cierre es \$ 1.152.906 lo que indica el monto que pueden disminuir las ventas para evitar el cierre de la compañía.

CONCLUSION

La información relevada, considerada y analizada a lo largo del seminario nos permite obtener conocimiento sobre las estructuras que tienen este tipo de compañías.

En el capítulo III se analiza y se relaciona a la empresa en cuestión con la contabilidad de costos determinando cual será la Unidad de Costeo.

Luego de realizar los cálculos necesarios para determinar los indicadores que nos permiten obtener información relevante para la toma de decisiones, se puede observar el alto porcentaje que tienen sobre los costos totales, los costos fijos.

Queda evidenciado que en este tipo de empresas es fundamental realizar un estudio previo en lo que respecta a estos costos, ya que significan una parte importantísima en la obtención de utilidades.

La compañía debe planificar cuidadosamente su presupuesto y las medidas tendientes a aumentar las ventas para disminuir la influencia que estos costos tienen en los objetivos planteados.

Más allá de que condicionan las tarifas de las habitaciones, ya que es necesario cubrir los costos para no caer en pérdidas económicas, es de público conocimiento que los precios de las mismas no solo son influenciados por estos, sino que es el mercado quien establece a través de la competencia las distintas tarifas.

Espero haber cumplido con éxito que este trabajo de investigación sirva de ayuda a estudiantes y futuros colegas, en lo que respecta a su formación profesional.

INDICE BIBLIOGRAFICO

A.-GENERAL

- Giménez Carlos Manuel y coautores, Gestión y costos –Editorial Macchi.(2001).
- Osorio Oscar, Un enfoque diferente para medir la ociosidad en el costeo integral-Editorial Macchi (1988).
- Osorio Oscar, La capacidad de producción y los costos 2ªedición-Editorial Macchi (1992).
- Sota Aldo Mario, Manual de costos-Editorial el graduado (1988).
- Vázquez Juan Carlos, Manual de costos estándar-Editorial Aguilar (1971).

B.-ESPECIAL

- Manuel Gurria Di-Bella, Introducción al Turismo-Editorial Trillos.
- Amparo Sancho, Introducción al Turismo-OMT.
- Noemi Wallingre, Retrospectiva del desarrollo del turismo en la Republica Argentina 1810-2010.
- Alexandre Panoso Netto y Guilherme Lohmann, Teoría del turismo (conceptos, modelos y sistemas).Editorial Trillas.

C.-OTRAS PUBLICACIONES

- Revista del instituto internacional de costos ISSN edición especial XII Congreso Abril 2012.
- Consultas a bases de información en internet
 - www.wikipedia.org.
 - www2.unwto.org/es.
 - www.argentina.gob.ar/turismo.
 - www.gestiopolis.com.

ÍNDICE

	<u>Págs.</u>
Prólogo.....	1

CAPITULO I

CONTABILIDAD DE COSTOS NOCIONES

1.- Concepto y características.....	2
2.- Finalidad.....	3
3.- Funciones.....	3
4.- Definición de costos.....	3
5.- Clasificación de costos.....	4
6.- Elementos que integran el costo de producción.....	8
7.- Concepto de capacidad de producción.....	10
8.- Concepto de unidad de costeo.....	11
9.- Punto de equilibrio.....	11

CAPITULO II

EL TURISMO Y LA HOTELERIA

1.- Introducción.....	12
2.- La importancia del turismo en la economía.....	13
3.- Factores determinante del turismo.....	14
4.- Evolución del turismo en la Argentina.....	14
5.- Concepto de hotelería.....	17
6.- Tipos de alojamientos.....	17

CAPÍTULO III

CARACTERISTICAS PARTICULARES DEL NEGOCIO

1.- Descripción del hotel como empresa.....	19
2.- Hotel objeto de análisis.....	20
3.- Estructura de la entidad.....	20
4.- Departamento Habitaciones.....	20
5.-Departamento Recursos Humanos.....	21
6.-Departamento Finanzas.....	21
7.-Departamento Ventas.....	21
8.-Departamento Alimentos y Bebidas.....	22
9.-Deparatamento Locales Comerciales.....	22
10.-Supervisor de Mantenimiento.....	22
11.-Organigrama.....	23
12.-Definicion de Dptos. o centros de producción o servicios.....	23
13.-Determinacion de la capacidad.....	24
14.-Metodo de costeo a desarrollar.....	24
15.-Unidad de costeo.....	25

CAPITULO IV

DTERMINACION DEL COSTO

1.- Calculo de consumo de insumos.....	26
2.- Determinación de costos variables y fijos.....	27
3.-Calculo del costo unitario variable.....	27
4.- Costos fijos totales	28
5.- Costos variables totales ingresos -utilidad.....	28

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE EQUILIBRIO

1.-Formulas del punto de equilibrio económico y financiero y margen de utilidad y cierre	29
2.- Calculo y determinación de los puntos de equilibrio económico y financiero y margen de utilidad y cierre.....	31
3.-Grafica del punto de equilibrio.....	32
4.-Informacion para análisis.....	33
CONCLUSIÓN.....	34
ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO.....	35
ÍNDICE ANALÍTICO.....	36