

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA MICROPYME EN EL SECTOR HOTELERO

Rubén Lado-Sestayo

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidade da Coruña
ruben.lado.sestayo@udc.es

Milagros Vivel-Búa

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidad de Santiago de Compostela
mila.vivel@usc.es

RESUMEN

Al igual que en la mayoría de las economías, la mayor parte de la oferta hotelera española se compone de microempresas. Estas empresas presentan unas características particulares que pueden, junto a características de su ubicación, afectar a su sostenibilidad y resultados. El objetivo de este trabajo es analizar las particularidades de la micropyme (micro y pequeña y mediana empresa) en lo relativo a sus ratios financieros y a las características de su localización. Los resultados han mostrado que existe evidencia estadística a que apunta a que las micropymes en el sector hotelero presentan menor rentabilidad, mayor endeudamiento, mayor proporción de activo circulante y mayor recurrencia a los fondos propios como financiación a largo plazo. Asimismo, estos hoteles operan en puntos turísticos de menor ocupación y mayor estacionalidad. A la vista de los resultados obtenidos, se ponen de manifiesto posibles áreas de actuación por parte de las instituciones.

PALABRAS CLAVE

Micro, pyme, tamaño, hotel, análisis económico-financiero.

1. Introducción y Objetivos

Numerosos estudios centrados en el sector hotelero analizan aspectos relativos a la rentabilidad (Lado-Sestayo et al., 2016), la eficiencia (Pulina et al., 2010) o el fracaso empresarial (Vivel-Búa et al., 2016). Estos trabajos destacan el impacto del tamaño como elemento crucial en la actividad hotelera, si bien no profundizan en las causas que podrían estar detrás de este impacto. Asimismo, la localización se considera un elemento fundamental del servicio hotelero (Lado-Sestayo, 2015; Yang et al., 2014), por lo que diferencias en el desempeño entre hoteles podrían explicarse por diferencias en su tamaño, en características internas o por diferencias en las variables de la localización. El objeto del presente trabajo es analizar las características diferenciales que presentan las micropymes en el sector hotelero, centrando el análisis en variables económico-financieras y de localización.

De acuerdo a la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio del Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España, más del 95% de las empresas españolas son micropymes (IPYME, 2015). Estos valores se han mantenido a lo largo del tiempo, salvo pequeñas excepciones. En el caso concreto del sector servicios, estos valores son incluso superiores, representando las micropymes en el sector hotelero en torno al 87% de las empresas en el año 2012.

El análisis de este trabajo se realiza sobre una muestra de hoteles españoles, utilizando información contable e información disponible en el Instituto Nacional de Estadística (INE). Se ha utilizado España como foco de estudio por su importancia en el sector turístico a nivel internacional, y por la elevada y variada oferta hotelera de la que dispone. Ambos elementos permiten que el análisis sea de interés para diversos puntos turísticos y para hoteles orientados a distintos mercados (cultural, sol y playa, conferencias y congresos, etc).

El trabajo se estructura de la siguiente forma: En la sección segunda se realiza una revisión de la literatura previa que justifica el estudio llevado a cabo, analizando aspectos sobre los que el

tamaño puede tener un efecto significativo. En la sección tercera se expone la metodología que se empleará. A continuación, en la sección cuarta se presentan los resultados obtenidos y finalmente en la quinta sección se ofrecen las conclusiones alcanzadas, destacando posibles causas e identificando potenciales áreas de actuación.

2. Revisión de la literatura

El tamaño del hotel puede tener un impacto significativo sobre aspectos clave del sector. Así, existen dos aproximaciones que relacionan el tamaño con la rentabilidad que obtienen los hoteles:

Por un lado, los hoteles de mayor tamaño presentan mayores posibilidades de resistir la competencia en precios. Ello se debe a que de acuerdo a la Estructura-Conducta-Resultado (ECR) en los mercados más concentrados, donde la oferta se reduce a un bajo número de competidores con altas cuotas, se facilita el comportamiento colusivo (Mason, 1939, 1949; Bain, 1951, 1956). Este planteamiento ha sido validado en el sector hotelero, encontrando que aquellas localizaciones donde los hoteles presentan mayores cuotas de mercado pueden suponer un incremento del 10% en el margen que obtienen las empresas (Lado-Sestayo et al., 2016). Asimismo, es importante destacar que además de la reducción de la competencia en precios, esta distribución de la oferta puede facilitar la puesta en marcha de iniciativas colaborativas, las cuales podrían orientarse al incremento de la demanda o la mejora de la eficiencia atrayendo a nuevos hoteles al punto turístico (Crouch, 2011; Yang, 2012).

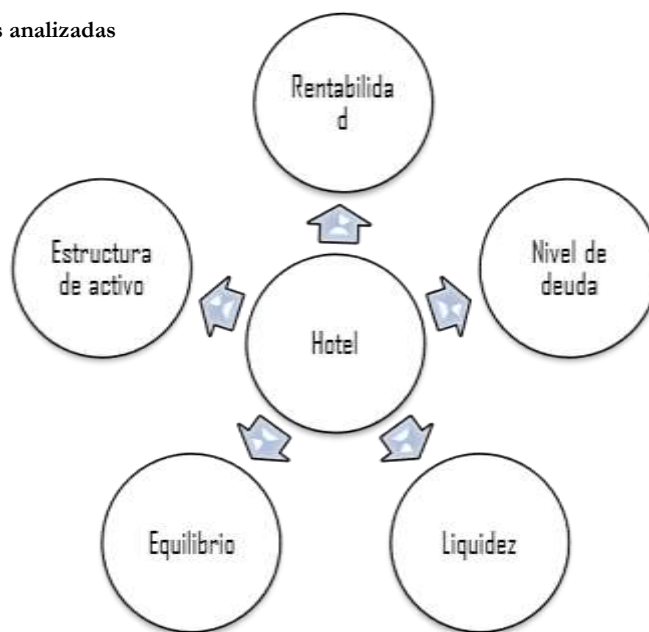
Por otro lado, el tamaño mejora la eficiencia, ya que existen en el sector hotelero importantes economías de escala como consecuencia del elevado coste fijo que suponen las inversiones en activo (Demsetz, 1973; Williamson, 1975, 1985). Además del efecto sobre el propio hotel, el tamaño puede ser utilizado como elemento disuasorio y de poder de mercado, ya que un elevado tamaño permite disponer de capacidad ociosa que podría ser utilizada en un contexto de fuerte competencia (Conlin and Kadiyali, 2006). Esta barrera de entrada podría suponer que las empresas de menor tamaño vean afectados sus resultados empresariales como consecuencia exclusivamente de su tamaño, y no de su eficiencia en la gestión de los activos, ya que las grandes empresas podrían realizar prácticas que afectasen negativamente a las empresas de menor tamaño.

Finalmente, es importante recordar que la localización es uno de los elementos más demandados por los clientes en la elección de un hotel, por lo que es importante analizar en qué puntos turísticos se localizan los hoteles de menor tamaño (Lado-Sestayo, 2015). En este sentido, la regulación de usos del suelo, limitaciones al tamaño, la imposición de un nivel de calidad mínimo u otras políticas urbanísticas o del sector podrían favorecer que de forma monopolística los hoteles de mayor tamaño ofrezcan las mejores localizaciones (Suzuki, 2013).

3. Metodología

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística de España, en España la oferta media anual de servicios hoteleros entre el año 2005 y 2011 se sitúa en torno a los siete mil hoteles. Sobre los hoteles disponibles, el INE recopila información representativa entre otros del nivel de estacionalidad y ocupación. Esta información está disponible para los 97 puntos turísticos que componen la oferta española desde el año 2005. En cuanto a la información de los hoteles, en este trabajo se ha recopilado información contable de los hoteles españoles hasta el año 2011 y, posteriormente, se han elaborado y seleccionado una serie de ratios representativos de cada una de las siguientes dimensiones:

Figura 1. Dimensiones analizadas



Fuente: Elaboración propia

El análisis económico-financiero se ha realizado a partir de la información obtenida y después de clasificar las empresas en micropymes y no micropymes de acuerdo a la Recomendación 2003/361/EC de la Comisión Europea. Posteriormente, se realiza un análisis descriptivo y temporal, contrastándose las diferencias entre micropymes y otros hoteles en base a un Test t de diferencia de medias (Test Chi2 en el caso de variables categóricas). Este análisis se ha realizado tanto para los ratios elaborados como las variables recopiladas relativas a información del punto turístico. En cuanto a las variables utilizadas de localización, éstas reflejan el nivel de ocupación y estacionalidad en el punto turístico.

Un resumen de los ratios y variables utilizadas puede encontrarse en la tabla siguiente:

Table 1: Variables utilizadas

	<i>Dimensión</i>	<i>Etiqueta</i>	<i>Ratio</i>
Hotel	Rentabilidad	<i>REN</i>	BAIT / Activo
	Nivel de deuda	<i>NDD</i>	Deuda / Activo
	Equilibrio	<i>EQU</i>	Fondos propios / Deuda a c/p
	Estructura de activo	<i>EDA</i>	Activo Corriente / Activo
	Liquidez	<i>LIQ</i>	Cash flow operative neto / Ventas
Localización	Ocupación	<i>OCU</i>	Nivel de Ocupación media anual
	Estacionalidad	<i>EST</i>	Varianza del nivel de ocupación

4. Resultados

Una vez recopilada la información, la muestra utilizada se compone de 7.126 hoteles, con información de los puntos turísticos en los que operan. En total, la muestra presenta 5.522 hoteles clasificados como micropymes y 1.604 clasificados en otra categoría de mayor tamaño (pequeña, mediana o gran empresa). A continuación se presenta un análisis descriptivo en función del grupo al que pertenece el hotel para el período 2005-2011.

4.1 Hoteles no micropymes

Los datos para los hoteles no clasificados como micropymes muestran que la rentabilidad ha presentado una caída importante en los años 2009 y 2010, previsiblemente como consecuencia de la crisis económica que ha impactado en la economía mundial. En el año 2011, se recuperan los valores anteriores. Durante los mismos años (2009-2010) también se observa un aumento del endeudamiento y una caída abrupta del nivel de liquidez. Ambos elementos se relacionan con los datos presentados a nivel de localización.

En cuanto a las variables de localización, desde el año 2008 se observa una caída del nivel de ocupación y un aumento de la estacionalidad. Este efecto, que ocurre un año antes de observarse la caída en la rentabilidad y la liquidez y el aumento en el nivel de endeudamiento, podría deberse por una mayor caída del turismo menos estacional (p.ej. congresos y conferencias) frente al tradicional turismo de sol y playa.

Figura 2. Análisis descriptivo de los hoteles no micropyme

<i>Año</i>	<i>Medida</i>	<i>REN</i>	<i>NDD</i>	<i>EQU</i>	<i>EDA</i>	<i>LIQ</i>	<i>OCU</i>	<i>EST</i>
2005	media	0.02	0.60	3.53	0.26	0.18	60.28	0.19
	sd	0.08	0.31	5.41	0.21	0.18	9.90	0.08
2006	media	0.02	0.62	3.89	0.27	0.18	62.06	0.18
	sd	0.09	0.33	18.28	0.23	0.21	10.32	0.08
2007	media	0.03	0.61	3.84	0.26	0.19	62.44	0.18
	sd	0.09	0.34	6.96	0.24	0.24	10.23	0.08
2008	media	0.03	0.61	4.56	0.24	0.18	59.54	0.20
	sd	0.08	0.40	9.59	0.23	0.38	10.01	0.09
2009	media	-0.01	0.64	4.90	0.25	0.12	55.88	0.21
	sd	0.12	0.47	9.04	0.23	0.35	10.11	0.09
2010	media	0.01	0.63	5.49	0.24	0.14	57.46	0.23
	sd	0.12	0.42	15.66	0.23	0.22	9.77	0.09
2011	media	0.02	0.60	5.08	0.25	0.20	61.06	0.23
	sd	0.09	0.37	8.44	0.24	0.92	11.47	0.09

4.2 Hoteles micropymes

Los hoteles micropymes presentan rentabilidades inferiores durante todo el período analizado (2005-2011) así como una mayor caída a partir del año 2009, presentando en media una rentabilidad negativa. El nivel de endeudamiento es superior al obtenidos en el grupo de los hoteles no micropymes, y no presenta cambios significativos a excepción de un fuerte incremento en el año 2011.

En cuanto a las variables de localización, destaca que los hoteles de menor tamaño están situados en puntos turísticos de menor nivel de ocupación, que también se han visto fuertemente afectados por la crisis económica a partir del año 2008. Al igual que sucede con los hoteles de mayor tamaño, a partir del año 2008 se incrementa la estacionalidad.

Figura 3. Análisis descriptivo de los hoteles micropyme

<i>Año</i>	<i>Medida</i>	<i>REN</i>	<i>NDD</i>	<i>EQU</i>	<i>EDA</i>	<i>LIQ</i>	<i>OCU</i>	<i>EST</i>
2005	media	0.00	0.77	7.14	0.25	0.05	53.74	0.24
	sd	0.17	0.84	117.03	0.23	2.54	11.27	0.12
2006	media	0.01	0.76	5.26	0.26	-0.09	54.98	0.22
	sd	0.18	0.48	78.57	0.24	3.53	11.74	0.11
2007	media	0.01	0.77	6.46	0.26	0.59	55.15	0.22
	sd	0.38	1.77	71.72	0.25	32.53	12.12	0.10
2008	media	0.00	0.77	7.30	0.23	0.35	51.94	0.24
	sd	0.21	0.98	75.37	0.24	10.36	11.38	0.11
2009	media	-0.03	0.78	9.81	0.23	0.19	48.95	0.24
	sd	0.25	0.69	102.57	0.24	6.54	11.01	0.10
2010	media	-0.03	0.79	7.76	0.23	-0.13	49.97	0.26
	sd	0.65	0.74	40.17	0.24	8.98	10.99	0.11
2011	media	-0.02	0.84	7.95	0.23	0.13	51.54	0.27
	sd	0.19	3.67	38.20	0.24	5.13	13.02	0.10

4.3 Comparativa

Con el objetivo de comparar si las diferencias observados resultados estadísticamente significativas, a continuación se ofrecen los resultados del Test t de diferencia de medias para las variables consideradas. Los resultados confirman la existencia de diferencias estadísticamente significativas para todas las variables a excepción del nivel de liquidez. En particular, se observa que los hoteles micropymes obtienen menor rentabilidad, presentan un menor activo circulante en proporción al activo total y presentan una menor liquidez. Por el contrario, presentan mayor endeudamiento y mayor aportación de fondos propios en relación a los fondos ajenos aportados.

En cuanto a la localización, los hoteles micropymes se sitúan en puntos turísticos de menores niveles de ocupación y mayor estacionalidad, lo que puede afectar a su actividad más allá de otras características propias del hotel.

En síntesis, se observa que existen diferencias en las variables analizadas entre hoteles en función de su tamaño, y que estas diferencias se muestran tanto en variables del hotel como del punto turístico, por lo que las diferencias observadas por variables tales como la rentabilidad, eficiencia o la probabilidad de fracaso podrían deberse a cuestiones internas o de la localización.

Figura 4. Análisis estadístico comparativo entre micropyme y no micropyme (Test t)

<i>Variable</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>Significatividad</i>
<i>REN</i>	0.03	10.16	<0.001
<i>NDD</i>	-0.16	-13.63	<0.001
<i>EQU</i>	-3.00	-5.30	<0.001
<i>EDA</i>	0.01	3.22	<0.01
<i>LIQ</i>	0.02	0.21	0.84
<i>OCU</i>	7.64	51.65	<0.001
<i>EST</i>	-0.04	-32.37	<0.001

5. Conclusiones

Las micropymes representan la mayor parte del tejido empresarial en numerosas economías, entre las que se encuentra la española. Esta realidad está presente en el sector hotelero, a pesar de la elevada inversión que el mismo exige y la presencia de grandes cadenas hoteleras, referentes a nivel internacional. En este contexto, micropymes, pequeñas, medianas y grandes empresas compiten en un sector que contribuye en gran medida a generar riqueza y puestos de trabajo en muchos países, y en el que España ocupa una posición predominante. Por este motivo, el estudio de las características de las micropymes en España puede ser de interés para numerosos mercados y agentes relacionados con el turismo. En este trabajo se ha realizado un análisis comparativo de las micropymes hoteleras frente a hoteles de mayor tamaño, con el objetivo de encontrar diferencias estadísticamente significativas. Los resultados demuestran que más allá de diferencias en tamaño, existen diferencias en ratios económico-financieros y en las ubicaciones de las hoteles en función de si éstos son o no micropymes.

En cuanto a las variables propias del hotel, los resultados han señalado que las micropymes presentan menor rentabilidad, lo cual podría poner de manifiesto las ventajas derivadas de las economías de escala, así como la mayor eficiencia que genera el tamaño. En el caso del sector hotelero español, la afiliación a una cadena hotelera, o llegar a acuerdos con cadenas de hoteles independientes que agrupan ciertos servicios (reservas, gestión comercial, gestión de compras, etc) es una medida habitual que puede estar orientada a paliar esta dificultad en la mejora de la eficiencia de los activos. Estos resultados se observan asimismo en la mayor proporción de activo fijo (menor proporción de activo circulante) lo cual podría estar señalando un aprovechamiento del mismo inferior al que realizan los hoteles de mayor tamaño. Por el contrario, los hoteles micropyme presentan una mayor proporción de deuda, si bien a su vez presentan mayor relación entre fondos propios y deuda a corto plazo. Estos dos ratios considerados conjuntamente señalan que las micropymes acuden más al crédito a largo plazo, pero no al crédito a corto plazo lo que podría deberse a una mayor dificultad o mayor reticencia a incorporar inversores externos (alternativa de financiación a largo plazo) a la vez que pueden presentar una gestión de la tesorería menos previsible para la devolución de la deuda a corto plazo.

En cuanto a las variables propias de la localización, las micropymes se sitúan en localizaciones con menos ocupación y más estacionalidad. Por tanto, se trataría de localizaciones menos atractivas ya que éstas podrían ser preferidas por los hoteles de mayor tamaño, desplazando a las micropymes a ubicaciones alternativas. En cuanto a las diferencias en el nivel de estacionalidad, ello podría deberse por una orientación mayor al turismo de sol y playa, en los pueblos costeros españoles. Por el contrario, en las ciudades, quizás en parte consecuencia de los mayores requerimientos en tamaño e inversión por cuestiones urbanísticas, se situarían los hoteles de mayor tamaño, orientados a un turismo urbano o de conferencias y congresos y por tanto menos estacional.

En síntesis, los resultados obtenidos resaltan dificultades en características internas de las micropymes que operan en el sector hotelero español, a la vez que se apuntan a posibles barreras derivadas de la elección de su ubicación. En consecuencia, se han puesto de manifiesto cuestiones que podrían ser en parte soliviantadas o al menos su efectos reducido con la colaboración de las instituciones, bien favoreciendo medidas de participación en capital en empresas de menor tamaño, facilitando la incorporación de deuda a corto plazo o bien favoreciendo la ubicación de micropymes en determinadas localizaciones.

6. Referencias

- Bain, J. S. (1951). Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936–1940. *Quarterly Journal of Economics*, 65, 293–324.
- Bain, J. S. (1956). Barriers to new competition. Cambridge, MA: *Harvard University Press*.
- Conlin, M. y Kadiyali, V. (2006). Entry-deterring capacity in the Texas lodging industry, *Journal of Economics & Management Strategy*, 15 (1), 167-185.
- Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50 (1), 27-45.
- Demsetz, H. (1973). Industry structure, market rivalry and public policy. *Journal of Law and Economics*, 16 (1), 1–9.
- Lado-Sestayo, R. (2015). *Impacto económico-financiero de la localización en el sector hotelero español*. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela.
- Lado-Sestayo, R., Otero-González, L., Vivel-Búa, M., & Martorell-Cunill, O. (2016). Impact of location on profitability in the Spanish hotel sector. *Tourism Management*, 52, 405-415.
- Mason, E.S. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise. *American Economic Review*, 29, 61 - 74.
- Mason, E.S. (1949). The current state of the monopoly problem in the United States. *Harvard Law Review*, 62, 1265 – 1285
- Vivel-Búa, M., Lado-Sestayo, R., & Otero-González, L. (2016). Impact of location on the probability of default in the Spanish lodging industry: a study of MSMEs. *Tourism Economics* 22 (3) 593-607.
- Pulina, M., Detotto, C., & Paba, A. (2010). An investigation into the relationship between size and efficiency of the Italian hospitality sector: A window DEA approach. *European Journal of Operational Research*, 204(3), 613–620.
- Suzuki, J. (2013). Land use regulation as a barrier to entry: evidence from the Texas lodging industry. *International Economic Review*, 54 (2), 495-593.
- Yang, Y. y Wong K.F. (2012). A spatial econometric approach to model spillover effects in tourism flows. *Journal of Travel Research*, 51, 768–778.
- Yang, Y., Luo, H., & Law, R. (2014). Theoretical, empirical, and operational models in hotel location research. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 209-220.
- Williamson, O. (1975). *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*. New York: Free Press.
- Williamson, O. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets. Relational Contracting*. London: Macmillan.
- IPYME (2015): Retrato de las PYME 2015. Subdirección General de Apoyo a la PYME. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. NIPO: 070-15-001-5. Centro de publicaciones del Ministerio de Energía, Industria y Turismo.